

中国农村电商行业运行分析及投资前景预测研究报告(2024-2029版)

报告简介

农村电子商务，通过网络平台嫁接各种服务于农村的资源，拓展农村信息服务业务、服务领域，使之兼而成为遍布县、镇、村的三农信息服务站。作为农村电子商务平台的实体终端直接扎根于农村服务于三农，真正使三农服务落地，使农民成为平台的最大受益者。

本报告由中道泰和的资深专家和研究人员通过长期周密的市场调研，参考国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、51行业报告网、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过与国际同步的市场研究工具、理论和模型撰写而成。全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个农村电商行业的市场走向和发展趋势。

本报告专业!权威!报告根据农村电商行业的发展轨迹及多年的实践经验，对中国农村电商行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国农村电商行业将面临的机遇与挑战，对农村电商行业未来的发展趋势及前景作出审慎分析与预测。是农村电商企业、学术科研单位、投资企业准确了解行业最新发展动态，把握市场机会，正确制定企业发展战略的必备参考工具，极具参考价值!

报告目录

第一章 农村电商概念界定及战略意义

第一节 农村电商定义及分类

一、定义介绍

二、内涵解析

三、服务范畴

第二节 农村电商项目类型

一、以卖农产品为主

二、向农村卖商品为主

三、向农村出售服务为主

四、从事农村物流、冷链运输项目

五、以农村资源汇集为主

第三节 农村电商发展的战略意义

- 一、解决“三农”问题
- 二、推动我国新农村建设
- 三、促进传统农业发展
- 四、促进地方经济发展
- 五、促进我国“包容性增长”

第二章 2019-2023年中国农村电商发展的基础条件分析

第一节 经济基础

- 一、国民经济整体概况
- 二、农村经济发展现状
- 三、农村经济发展趋势
- 四、农村居民收入水平

第二节 硬件基础

- 一、农村基础设施建设现状
- 二、农村宽带网络覆盖情况
- 三、农村移动通信基建状况
- 四、农村物流网络铺设状况

第三节 社会基础

- 一、农村人口规模统计
- 二、农村居民消费水平
- 三、农村居民消费变革
- 四、农村网民规模分析
- 五、农村网民构成特征
- 六、农村网络普及应用

第四节 技术基础

- 一、网络技术
- 二、web浏览技术
- 三、安全技术
- 四、数据库技术
- 五、电子支付技术
- 六、大数据

第三章 2019-2023年中国农村电商发展的政策法规环境

第一节 电子商务领域重点政策法规

- 一、网络交易管理办法
- 二、网络支付管理政策
- 三、“电商国八条”
- 四、电子商务法草案

第二节 农村电商扶持指导政策

- 一、2022年农村电商发展任务
- 二、农村电子商务准入门槛降低
- 三、政府积极推动电商进军农村
- 四、国家着力推进电商扶贫工程
- 五、农村电子商务发展意见出台
- 六、部分区域农村电商发展方案

第三节 农村电商相关保障利好政策

- 一、“宽带中国”战略
- 二、宽带提速战略部署
- 三、物流行业促进政策
- 四、“互联网+”政策

第四章 2019-2023年中国农村电商所属行业深度分析

第一节 中国农村电商行业发展动因

一、背景分析

二、始动因素

三、基础因素

四、竞争因素

第二节 中国农村电商行业运行概况

一、行业基本特征

二、行业发展成就

三、行业积极变化

四、产业集群化现状

五、行业发展趋向

六、市场热点分析

七、行业经济效益

第三节 中国农村电商行业阶段特征

一、农村电商的1.0时代

二、农村电商的2.0时代

三、农村电商的3.0时代

第四节 中国农村电商市场规模分析

一、电商平台规模

二、网络购物规模

三、团购规模

四、网上支付规模

第五节 中国农村电商市场竞争分析

一、农村电商市场的竞争格局剖析

二、农村电商市场的两股势力分析

三、电商企业在农村市场各具优势

四、电商企业加速渠道下沉布局农村

五、家电企业竞逐农村电商市场商机

六、“互联网+”下农村电商竞争焦点

第五章 2019-2023年中国农村电商市场用户行为分析

第一节 农村电商市场消费人群特点

一、性别特征

二、年龄特征

三、学历特征

四、收入特征

第二节 农村电商市场用户消费行为特征

一、上网方式

二、网购目的

三、访问与购物频率

四、电商网站偏好

五、商品品类偏好

六、决策影响因素

七、不满意环节

八、收发便利性

九、金融服务使用

第三节 农村电商用户网购行为影响因素分析

一、价格物流优势

二、更多品类选择

三、基础设施改善

四、农村网商带动

五、平台拉动消费

第四节 农村网民互联网态度调查

一、互联网信任

二、互联网分享

三、互联网评论

四、互联网依赖

第六章 农村电商运作模式分析

第一节 农业电商主要模式流派

一、自上而下的农村电商

二、自下而上的农村电商

三、产业分散化模式

四、产业集群化模式

五、大平台模式

六、自建平台模式

第二节 农业电商运行模式评估

一、信息联盟服务商务模式

二、农民信息服务商务模式

三、企业信息服务商务模式

四、综合服务商务模式

第三节 农业o2o营销模式分析

一、农业o2o的目标及价值

二、农业o2o模式创建原则

三、农业o2o模式成功案例

四、农业o2o模式发展思考

第四节 农村电商供应链模式改进创新

一、p to c to b模式

二、b to b模式

三、p to g to b模式

第五节 a2a(area to area)农村电商模式构建

一、a2a模式创建背景

二、a2a模式建设设计

三、a2a模式下的农村经济体系

第七章 农村电商典型模式分析

第一节 遂昌模式

一、区域背景

二、电商模式

三、关键特点

四、模式评价

五、适用地域

第二节 成县模式

一、区域背景

二、电商模式

三、关键特点

四、模式评价

五、适用地域

第三节 通榆模式

一、区域背景

二、电商模式

三、关键特点

四、模式评价

五、适用地域

第四节 联盟模式

一、区域背景

二、电商模式

三、关键特点

四、模式评价

五、适用地域

第五节 沙集模式

一、区域背景

二、电商模式

三、关键特点

四、模式评价

五、适用地域

第六节 清河模式

一、区域背景

二、电商模式

三、关键特点

四、模式评价

五、适用地域

第七节 武功模式

一、区域背景

二、电商模式

三、关键特点

四、模式评价

五、适用地域

第八节 “赶街”模式

一、区域背景

二、电商模式

三、关键特点

四、模式评价

五、适用地域

第八章 领先农村电商平台分析

第一节 淘宝网

一、网站介绍

二、网站特色

三、网站经营状况

四、网站运营模式

五、农村电商战略

第二节 京东商城

一、网站介绍

二、网站特色

三、网站经营状况

四、网站运营模式

五、农村电商战略

第三节 苏宁易购

一、网站介绍

二、网站特色

三、网站经营状况

四、网站运营模式

五、农村电商战略

第四节 村村乐

一、网站介绍

二、网站特色

三、网站经营状况

四、网站运营模式

五、农村电商战略

第五节 乐村淘

一、网站介绍

二、网站优势

三、网站经营状况

四、网站运营模式

五、农村电商战略

第六节 农乐巴巴

一、网站介绍

二、网站特色

三、网站运营模式

四、农村电商战略

第七节 淘实惠

一、网站介绍

二、网站特色

三、网站运营模式

四、农村电商战略

第九章 2019-2023年农村电商重点区域发展分析

第一节 浙江省

一、行业发展现状

二、行业运行经验

三、主要问题分析

四、行业发展建议

五、行业政策方案

第二节 安徽省

一、行业发展现状

二、行业示范建设

三、政企合作状况

四、行业政策方案

第三节 江西省

一、行业发展现状

二、行业示范建设

三、行业发展要素

四、行业发展建议

五、行业政策方案

第四节 山西省

一、行业发展现状

二、行业示范建设

三、重点项目工程

四、主要问题分析

五、行业政策方案

第五节 山东省

一、行业发展现状

二、政企合作状况

三、重点项目工程

四、行业战略措施

第六节 福建省

一、行业发展现状

二、行业政策方案

三、行业奖励措施

第七节 广东省

一、行业发展现状

二、行业示范建设

三、政企合作状况

四、行业政策方案

第八节 四川省

一、行业发展现状

二、政企合作状况

三、主要问题分析

四、行业政策方案

五、行业鼓励措施

第九节 重庆市

一、行业发展现状

二、行业运行经验

三、行业示范建设

四、政企合作状况

五、行业政策方案

第十节 新疆自治区

一、行业发展现状

二、行业示范建设

三、重点项目工程

四、行业政策方案

五、行业奖励措施

第十一节 其他地区农村电商状况

一、江苏省

二、河北省

三、河南省

四、湖北省

五、陕西省

六、贵州省

七、广西壮族自治区

第十章 2019-2023年农村电商物流发展分析

第一节 农村电商物流建设发展现状

一、市场潜力分析

二、市场开拓状况

三、发展模式及样本

四、企业布局状况

五、经济效应显著

第二节 农村电商物流促进利好政策

一、农村物流发展指导政策

二、供销合作社综合改革方案

三、邮政创新及邮站服务管理

第三节 农村电商物流配送模式分析

一、模式研究的重要性

二、传统配送模式分析

三、物流配送需求特征

四、新型配送模式构建

第四节 农村电商物流建设存在的问题

一、农村物流制约因素

二、农村物流主要问题

三、农村物流发展缺失

第五节 农村电商物流发展对策

一、农村物流发展思路分析

二、农村物流体系建设方案

三、农村物流体系构建建议

四、农村物流建设完善路径

第十一章 农村电商市场主要企业分析

第一节 北京大北农科技集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、前景展望

第二节 黑龙江北大荒农业股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、前景展望

第三节 永辉超市股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、前景展望

第四节 史丹利化肥股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、前景展望

第五节 深圳市农产品股份有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、业务经营分析

四、财务状况分析

五、前景展望

第六节 阿里巴巴网络技术有限公司

一、企业发展概况

二、经营效益分析

三、农村电商业务

第七节 北京京东世纪贸易有限公司

一、企业发展概况

二、财务状况分析

三、农村电商业务

第十二章 农村电商市场的问题及发展战略

第一节 农村电商市场发展的关键问题

一、认识问题

二、人才问题

三、政策问题

四、物流问题

五、品牌问题

六、模式问题

七、标准与安全问题

第二节 农村电商市场存在的关卡及障碍

一、政府认知误区

二、市场关卡分析

三、技术关卡分析

四、主要障碍分析

第三节 农村电商行业基本原则

一、诚信原则

二、依法文明原则

三、绿色原则

四、品牌原则

五、人才原则

第四节 农村电商发展的四大关键要素

一、政府支持

二、多形式电商企业

三、高效电商模式

四、高素质专业人才

第五节 农村电商市场发展战略选择

一、坚持“三个结合”思路

二、市场切入点与着力点

三、从政府与平台层面把握

四、市场快速发展的建议

五、行业规划引导策略

六、电商平台成功经验借鉴

第六节 农业电商快速发展途径分析

一、修建农业信息高速路

二、打造农产品销售直通车

三、修好农业信息流加油站

四、建设农产品质量检查站

第十三章 农村电商市场投资分析

第一节 农村电商市场投资形势

一、大势所趋

二、机遇难得

三、需求迫切

第二节 农村电商市场投资机会

一、投资空间广阔

二、行业盈利潜力

三、市场机会分析

第三节 农村电商市场投资风险

一、经济风险

二、信用风险

三、安全风险

四、技术风险

五、政策法律风险

第四节 农村电商市场投资策略

一、投资注意事项

二、投资思路建议

第五节 农业电商平台投建方案

一、企业自有电子商务平台

二、依托第三方电子商务公共平台

三、协同电子商务平台

四、国际化电子商务平台

第十四章 2024-2029年农村电商市场前景分析

第一节 农村电商带来的市场机遇

一、二三线品牌市场机遇

二、农产品淘品牌新机遇

三、电商服务业的新空间

四、电商基础投资新蓝海

第二节 农村电商市场发展前景与空间

一、行业机遇风险并存

二、农资电商前景广阔

三、市场发展趋势分析

四、未来市场增长空间

五、2024-2029年中国农村电商市场规模预测

图表目录

图表：2019-2023年中国农村网民规模和农村互联网普及率

图表：2022年中国内地分省网民规模及互联网普及率

图表：2019-2023年我国互联网普及率

图表：2022年电子商务进农村综合示范县名单

图表：2019-2023年我国农村网民网络购物用户规模统计

图表：2019-2023年我国农村网民团购用户规模统计

图表：2019-2023年农村网民网上支付用户规模统计

图表：农村电商市场消费性别特征

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20211222/237825.shtml>

在线订购：[点击这里](#)