

2024-2030年中国农村电商 市场评估与市场供需预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国农村电商市场评估与市场供需预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202310/414005.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

近年来，电子商务在农村迅速崛起，通过网络平台覆盖农村的生产、销售、供应等各个环节，为农村提供信息、交易、结算、运输等全程电子商务服务。农村电商在发展中已逐渐形成了遍布县、镇、村的网络服务体系，有效破解了农村销售、消费、创业、产业集聚、城乡一体化等问题。

越来越多的服务和商品通过电商进入农村，改变着农民的生活和消费习惯。网购，不仅为农民拓宽了就业渠道，也成为农村生活消费的新风尚。2021年全国农村网络零售额2.05万亿元，比上年增长11.3%，增速加快2.4个百分点。全国农产品网络零售额4221亿元，同比增长2.8%。近年来，我国农村网民规模持续扩大。2021年我国农村网民规模已达2.84亿，农村地区互联网普及率为57.6%，较2020年12月提升1.7个百分点，城乡地区互联网普及率差异较2020年12月缩小0.2个百分点。2022年，全国农村网络零售额达2.17万亿元，同比增长3.6%。其中，农村实物商品网络零售额1.99万亿元，同比增长4.9%。全国农产品网络零售额5313.8亿元，同比增长9.2%，增速较2021年提升6.4个百分点。

政策支持农村电商发展。2019年2月19日，《中共中央、国务院关于坚持农业农村优先发展做好“三农”工作的若干意见》提出，深入推进“互联网+农业”，扩大农业物联网示范应用。推进重要农产品全产业链大数据建设，加强国家数字农业农村系统建设。继续开展电子商务进农村综合示范，实施“互联网+”农产品出村进城工程。全面推进信息进村入户，依托“互联网+”推动公共服务向农村延伸。2019年5月，财政部、商务部等联合发布《关于开展2019年电子商务进农村综合示范工作的通知》。鼓励各地优先采取以奖代补、贷款贴息等支持方式，通过中央财政资金引导带动社会资本共同参与农村电子商务工作。2019年5月23日，国家发展改革委、财政部、农业农村部、商务部、文化和旅游部、供销合作总社出台《关于推进邮政业服务乡村振兴的意见》（以下简称《意见》）。预计到2022年实现邮政服务乡乡有局所、村村通快递。《意见》提出了推进邮政业服务乡村振兴的工作思路和目标。预计到2022年，邮政服务乡乡有局所、建制村直通邮，快递服务乡乡有网点、村村通快递，实现建制村电商寄递配送全覆盖。2021年11月，农业农村部发布《关于拓展农业多种功能 促进乡村产业高质量发展的指导意见》，文件提到，发挥农村电商在对接科工贸的结合点作用，实施“互联网+”农产品出村进城工程，利用5G、云计算、物联网、区块链等技术，加快网络体系、前端仓库和物流设施建设，把现代信息技术引入农业产加销各个环节，建立县域农产品大数据，培育农村电商实体及网络直播等业态。

截至2022年淘宝村已经覆盖全国28个省（自治区、直辖市）和180个市（地区），数量达

到7780个，较去年增加757个，增速11%。淘宝镇数量达到2429个，增加258个，增速12%。在淘宝村、镇经历了十余年的高速发展且数量已达到较大基数的背景下，今年仍然实现两位数的增速，表明数字经济与乡村深度融合仍然具有较大潜力。农村电商将成为投资的“新蓝海”，在阿里巴巴、京东等龙头电商企业纷纷宣布全国性的战略举措，抢占农村电商先机的同时，诸多本地电商企业也不断加大投资力度，抢占市场份额。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国农村电商市场评估与市场供需预测报告》共十二章。首先介绍了农村电商的基本概念及中国农村电商的发展环境，接着对中国农村电商的发展进行了总体分析。然后报告从农村电商的发展模式、细分市场、农村电商物流等角度全面解析了中国农村电商市场情况，并对农村电商的区域发展、重点企业及农村电商扶贫领先平台进行了细致介绍。随后，本报告对农村电商市场的投资机会及发展前景进行了科学的分析及预测。最后，本报告对中国农村电商市场的政策进行了深入解读。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、商务部、财政部、工信部、农业部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对农村电商市场有个系统深入的了解、或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 农村电商概念界定及战略意义

1.1 农村电商定义及分类

1.1.1 定义介绍

1.1.2 内涵解析

1.1.3 服务范畴

1.2 农村电商项目类型

1.2.1 以卖农产品为主

1.2.2 向农村卖商品为主

1.2.3 向农村出售服务为主

1.2.4 从事农村物流、冷链运输项目

1.2.5 以农村资源汇集为主

1.3 农村电商发展的战略意义

1.3.1 解决“三农”问题

1.3.2 推动我国新农村建设

1.3.3 促进传统农业发展

1.3.4 促进地方经济发展

1.3.5 促进我国“包容性增长”;

第二章 2021-2023年中国农村电商发展环境分析

2.1 经济环境

2.1.1 国民经济整体概况

2.1.2 农村经济发展现状

2.1.3 农村改革推进情况

2.1.4 农村经济发展趋势

2.2 社会环境

2.2.1 农村人口规模统计

2.2.2 农村居民收入水平

2.2.3 农村居民消费水平

2.2.4 农村互联网普及率

2.2.5 农村网民规模分析

2.3 配套设施环境

2.3.1 农村基础设施建设状况

2.3.2 农村基础设施建设趋势

2.3.3 农村宽带网络覆盖情况

2.4 技术环境

2.4.1 网络技术

2.4.2 Web浏览技术

2.4.3 安全技术

2.4.4 数据库技术

2.4.5 电子支付技术

2.4.6 大数据

第三章 2021-2023年中国农村电商行业深度分析

3.1 中国农村电商行业发展动因

3.1.1 背景分析

3.1.2 始动因素

3.1.3 基础因素

- 3.1.4 竞争因素
- 3.2 中国农村电商行业发展综述
 - 3.2.1 产业链分析
 - 3.2.2 行业发展形势
 - 3.2.3 行业发展阶段
 - 3.2.4 农商互联进程
- 3.3 2021-2023年中国农村电商行业运行现状
 - 3.3.1 农村网络零售规模分析
 - 3.3.2 农村电商平台发展规模
 - 3.3.3 农村电商服务站建设状况
 - 3.3.4 农村电商区域发展状况
- 3.4 新兴技术在农村电商领域的应用状况
 - 3.4.1 智慧物流
 - 3.4.2 智能货柜
 - 3.4.3 智能农业
- 3.5 中国农村电商发展存在的问题分析
 - 3.5.1 农产品上行体系不完善
 - 3.5.2 电商服务站建设需提升
 - 3.5.3 农村电商人才缺口增大
 - 3.5.4 农村电商生态体系脆弱

第四章 2021-2023年中国农村电商发展模式分析

- 4.1 中国农村电商集群发展模式分析
 - 4.1.1 “综合服务商+网商+传统产业”模式
 - 4.1.2 “区域电商服务中心+青年网商”模式
 - 4.1.3 “生产方+电商公司”模式
 - 4.1.4 “集散地+电子商务”模式
 - 4.1.5 “农产品供应商+联盟+采购企业”模式
 - 4.1.6 “专业市场+电子商务”模式
- 4.2 中国农村电商扶贫发展模式分析
 - 4.2.1 沙集模式
 - 4.2.2 砀山模式

- 4.2.3 陇南模式
- 4.2.4 青川模式
- 4.2.5 武功模式
- 4.2.6 通榆模式
- 4.2.7 比较分析
- 4.3 农业电商主要商业模式发展分析
 - 4.3.1 专业农产品交易模式
 - 4.3.2 生鲜农产品供应链模式
 - 4.3.3 农村电商O2O模式

第五章 2021-2023年中国农村电商细分市场发展分析

- 5.1 农产品电商
 - 5.1.1 市场规模分析
 - 5.1.2 市场运行现状
 - 5.1.3 发展运行特征
 - 5.1.4 市场发展态势
 - 5.1.5 结构体系分析
 - 5.1.6 未来发展趋势
- 5.2 农资电商
 - 5.2.1 企业布局状况
 - 5.2.2 运营模式分析
 - 5.2.3 市场发展潜力
 - 5.2.4 未来发展趋势
- 5.3 其他细分市场
 - 5.3.1 农村日用品电商
 - 5.3.2 农村生活服务电商
 - 5.3.3 再生资源电商
 - 5.3.4 扶贫电商

第六章 2021-2023年农村电商物流行业发展分析

- 6.1 电商物流行业发展分析
 - 6.1.1 电商物流运行情况

- 6.1.2 电商物流发展困境
- 6.1.3 电商物流发展规划
- 6.1.4 电商物流发展展望
- 6.2 2021-2023年农村电商物流发展状况
 - 6.2.1 发展必要性分析
 - 6.2.2 农村电商物流指数
 - 6.2.3 农村物流企业布局
 - 6.2.4 农村快递业务状况
- 6.3 农村电商物流配送模式分析
 - 6.3.1 传统配送模式分析
 - 6.3.2 现代物流配送模式
 - 6.3.3 农村快递派送模式
 - 6.3.4 物流模式发展瓶颈
 - 6.3.5 物流创新模式分析
- 6.4 中国农村电商物流发展存在的问题
 - 6.4.1 农村物流基础设施薄弱
 - 6.4.2 农村物流市场主体不匹配
 - 6.4.3 电商物流配送体系不健全
 - 6.4.4 物流信息化标准化程度低
 - 6.4.5 农村电商物流专业人才缺乏
- 6.5 中国农村电商物流发展路径探析
 - 6.5.1 完善物流基础设施
 - 6.5.2 打造三级物流体系
 - 6.5.3 提升信息技术水平
 - 6.5.4 加强电商人才培养
 - 6.5.5 构建物流双向渠道

第七章 2021-2023年农村电商市场部分省市发展分析

- 7.1 安徽省
 - 7.1.1 市场发展现状
 - 7.1.2 示范县建设状况
 - 7.1.3 政企合作状况

- 7.1.4 相关政策解读
- 7.1.5 市场发展规划
- 7.2 湖北省
 - 7.2.1 市场发展现状
 - 7.2.2 市场发展困境
 - 7.2.3 市场发展建议
 - 7.2.4 相关政策解读
- 7.3 江西省
 - 7.3.1 市场发展现状
 - 7.3.2 试点建设状况
 - 7.3.3 市场发展困境
 - 7.3.4 市场发展建议
 - 7.3.5 相关政策解读
 - 7.3.6 市场发展规划
- 7.4 山西省
 - 7.4.1 市场发展现状
 - 7.4.2 示范县建设状况
 - 7.4.3 市场发展困境
 - 7.4.4 市场发展建议
 - 7.4.5 相关政策解读
- 7.5 福建省
 - 7.5.1 市场发展现状
 - 7.5.2 市场发展成就
 - 7.5.3 相关政策解读
 - 7.5.4 资金扶持措施
- 7.6 其他地区农村电商状况
 - 7.6.1 浙江省
 - 7.6.2 江苏省
 - 7.6.3 湖南省
 - 7.6.4 山东省

第八章 2020-2023年中国农村电商市场主要企业运行情况

8.1 北京大北农科技集团股份有限公司

8.1.1 企业发展概况

8.1.2 经营效益分析

8.1.3 业务经营分析

8.1.4 财务状况分析

8.1.5 核心竞争力分析

8.1.6 公司发展战略

8.1.7 未来前景展望

8.2 黑龙江北大荒农业股份有限公司

8.2.1 企业发展概况

8.2.2 经营效益分析

8.2.3 业务经营分析

8.2.4 财务状况分析

8.2.5 核心竞争力分析

8.2.6 公司发展战略

8.2.7 未来前景展望

8.3 永辉超市股份有限公司

8.3.1 企业发展概况

8.3.2 经营效益分析

8.3.3 业务经营分析

8.3.4 财务状况分析

8.3.5 核心竞争力分析

8.3.6 公司发展战略

8.3.7 未来前景展望

8.4 史丹利农业集团股份有限公司

8.4.1 企业发展概况

8.4.2 经营效益分析

8.4.3 业务经营分析

8.4.4 财务状况分析

8.4.5 核心竞争力分析

8.4.6 公司发展战略

8.4.7 未来前景展望

8.5 深圳市农产品股份有限公司

8.5.1 企业发展概况

8.5.2 经营效益分析

8.5.3 业务经营分析

8.5.4 财务状况分析

8.5.5 核心竞争力分析

8.5.6 公司发展战略

8.5.7 未来前景展望

8.6 苏宁易购集团股份有限公司

8.6.1 企业发展概况

8.6.2 经营效益分析

8.6.3 业务经营分析

8.6.4 财务状况分析

8.6.5 核心竞争力分析

8.6.6 公司发展战略

8.6.7 未来前景展望

8.7 阿里巴巴网络技术有限公司

8.7.1 企业发展概况

8.7.2 2020年企业经营状况

8.7.3 2021年企业经营状况

8.7.4 2022年企业经营状况

8.8 北京京东世纪贸易有限公司

8.8.1 企业发展概况

8.8.2 2020年企业经营状况

8.8.3 2021年企业经营状况

8.8.4 2022年企业经营状况

第九章 2021-2023年中国农村电商扶贫领先平台案例分析

9.1 农村淘宝

9.1.1 平台介绍

9.1.2 平台发展现状

9.1.3 网站运营模式

9.1.4 农村电商战略

9.2 京东商城

9.2.1 平台介绍

9.2.2 平台发展现状

9.2.3 网站运营模式

9.2.4 农村电商战略

9.3 苏宁易购

9.3.1 平台介绍

9.3.2 平台发展现状

9.3.3 运营模式分析

9.3.4 农村电商战略

9.4 汇通达

9.4.1 平台介绍

9.4.2 平台发展现状

9.4.3 运营模式分析

9.4.4 农村电商战略

9.5 云集网

9.5.1 平台介绍

9.5.2 平台发展现状

9.5.3 运营模式分析

9.6 拼多多

9.6.1 平台介绍

9.6.2 平台发展现状

9.6.3 运营模式分析

第十章 2021-2023年中国农村电商市场投融资分析

10.1 2021-2023年农村电商市场融资状况分析

10.1.1 融资规模分析

10.1.2 融资轮次分布

10.1.3 融资地域分布

10.1.4 融资问题及对策

10.2 农村电商市场投资机会

- 10.2.1 投资形势分析
- 10.2.2 投资空间广阔
- 10.2.3 行业盈利模式
- 10.2.4 行业创业机会
- 10.3 农村电商带来的市场机遇
 - 10.3.1 二三线品牌市场机遇
 - 10.3.2 农产品淘品牌新机遇
 - 10.3.3 电商基础投资新蓝海
 - 10.3.4 扶贫产业发展新契机
- 10.4 农村电商市场投资风险
 - 10.4.1 经济风险
 - 10.4.2 信用风险
 - 10.4.3 安全风险
 - 10.4.4 技术风险
 - 10.4.5 政策法律风险
- 10.5 农村电商市场投资策略
 - 10.5.1 投资注意事项
 - 10.5.2 投资思路建议

第十一章 2024-2030年中国农村电商发展趋势及前景预测

- 11.1 农村电商市场发展前景与空间
 - 11.1.1 农村电商市场潜力
 - 11.1.2 农资电商前景广阔
 - 11.1.3 电商服务业新空间
 - 11.1.4 未来市场增长空间
- 11.2 中国农村电商市场发展趋势分析
 - 11.2.1 农村电商模式升级
 - 11.2.2 电商扶贫路径多元化
 - 11.2.3 农业产业结构升级
 - 11.2.4 农产品电商发展趋势
- 11.3 2024-2030年中国农村电商发展前景预测
 - 11.3.1 影响因素分析

11.3.2 2024-2030年中国农村电商市场规模预测

第十二章 中国农村电商发展政策解读

12.1 电子商务领域重点政策解析

12.1.1 网络交易管理办法

12.1.2 电子商务法分析

12.1.3 网络退换货问题新规

12.1.4 电商与物流协同发展

12.1.5 电商失信问题专项治理

12.1.6 “十三五”发展规划

12.2 农村电商扶持政策解析

12.2.1 农村电子商务发展意见分析

12.2.2 政府深入推进农村电商发展

12.2.3 政府支持农村电商建设工作

12.2.4 政府推进网络扶贫实施方案

12.2.5 电子商务进农村综合示范工作

12.3 农村电商物流利好政策解析

12.3.1 “村村直接通邮”规划

12.3.2 农村物流发展指导政策

12.3.3 城乡高效配送行动计划

12.3.4 农产品冷链物流相关政策

12.3.5 促进物流降本增效举措

12.4 农村电商相关保障利好政策解析

12.4.1 乡村振兴战略

12.4.2 “宽带中国”战略

12.4.3 互联网金融相关政策

12.4.4 其他相关利好政策

附录

附录一：中华人民共和国电子商务法

附录二：全国电子商务物流发展专项规划（2016-2020年）

图表目录

图表 2013-2018年国内生产总值及其增长速度

图表 2013-2018年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2013-2018年社会消费品零售总额

图表 2013-2018年货物进出口总额

图表 2018年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表 2013-2018年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表 2018年全国居民人均消费支出及其构成

图表 2018年中国人口数及其构成

图表 2005-2018年中国城乡人口数量对比

图表 2013-2018年年末全国农村贫困人口

图表 2018年农村电商产业链图谱

图表 2014-2018年农村网络零售规模

图表 2018年各区域农村网络零售额

图表 主要电商企业在农村发展情况

图表 2017年中国各省份电子商务发展指数与平均值关系

图表 我国主要农村电商扶贫模式比较

图表 2024-2030年我国农产品网络零售额

图表 2024-2030年中国生鲜电商市场交易规模

图表 2016-2020年我国在线餐饮外卖交易额

图表 2018年生鲜APP排名

图表 多种“新零售”模式进入城市

图表 根据杰弗里·摩尔定律看中国农产品电商生命周期

图表 农产品电商生态链

图表 2014-2017年电商进农村综合示范县及其比例

图表 农产品电商的“金字塔”模式

图表 粮食及其他农产品各种网络零售模式创新

图表 阿里、京东、永辉、苏宁析零售超市计划表

图表 各大农资电商平台情况对比

图表 国家级贫困县电商扶贫专区

图表 扶贫电商企业

图表 邮政物流网络体系

图表 农村淘宝“县 - 村”服务体系示意图

图表 京东县级服务体系示意图

图表 2014-2017年湖北省农产品网上销售额

图表 2017-2017年湖北省农村网购金额

图表 2019-2022年北京大北农业科技集团股份有限公司总资产及净资产规模

图表 2019-2022年北京大北农业科技集团股份有限公司营业收入及增速

图表 2019-2022年北京大北农业科技集团股份有限公司净利润及增速

图表 2021年北京大北农业科技集团股份有限公司主营业务分行业

图表 2021年北京大北农业科技集团股份有限公司主营业务分地区

图表 2019-2022年北京大北农业科技集团股份有限公司营业利润及营业利润率

图表 2019-2022年北京大北农业科技集团股份有限公司净资产收益率

图表 2019-2022年北京大北农业科技集团股份有限公司短期偿债能力指标

图表 2019-2022年北京大北农业科技集团股份有限公司资产负债率水平

图表 2019-2022年北京大北农业科技集团股份有限公司运营能力指标

图表 2019-2022年黑龙江北大荒农业股份有限公司总资产及净资产规模

图表 2019-2022年黑龙江北大荒农业股份有限公司营业收入及增速

图表 2019-2022年黑龙江北大荒农业股份有限公司净利润及增速

图表 2021年黑龙江北大荒农业股份有限公司主营业务分行业

图表 2021年黑龙江北大荒农业股份有限公司主营业务分地区

图表 2019-2022年黑龙江北大荒农业股份有限公司营业利润及营业利润率

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/414005.html>