

# 2024-2030年中国农村电商 行业发展态势与投资前景分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国农村电商行业发展态势与投资前景分析报告》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/202401/432904.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

2018年全国农村网络零售额达到1.37万亿元，同比增长30.4%；全国农产品网络零售额达到2305亿元，同比增长33.8%。预计2020年农村网络零售额逼近2万亿元。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国农村电商行业发展态势与投资前景分析报告》共十五章。首先介绍了中国农村电商行业市场发展环境、农村电商整体运行态势等，接着分析了中国农村电商行业市场运行的现状，然后介绍了农村电商市场竞争格局。随后，报告对农村电商做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国农村电商行业发展趋势与投资预测。您若想对农村电商产业有个系统的了解或者想投资中国农村电商行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

### 第一章全球农村电商行业发展分析

#### 第一节国际农村电商行业发展轨迹综述

##### 一、国际农村电商行业发展历程

##### 二、2024-2030年国际农村电商行业发展面临的问题

#### 第二节世界农村电商行业市场情况

##### 一、2024-2030年世界农村电商产业发展现状

##### 二、2024-2030年国际农村电商产业发展态势

##### 三、2024-2030年国际农村电商行业研发动态

##### 四、全球农村电商行业挑战与机会

#### 第三节2024-2030年部分国家地区农村电商所属行业发展状况

### 第二章我国农村电商所属行业发展现状

#### 第一节2024-2030年中国农村电商所属行业发展概述

##### 一、中国农村电商行业发展历程

##### 二、中国农村电商行业发展面临问题

#### 第二节2024-2030年我国农村电商所属行业发展状况

一、中国农村电商行业发展回顾

二、农村电商行业发展情况分析

三、我国农村电商市场特点分析

四、我国农村电商市场发展分析

第三节2024-2030年中国农村电商所属行业供需分析

一、中国农村电商市场供给总量分析

二、中国农村电商市场供给结构分析

三、中国农村电商市场需求总量分析

四、中国农村电商市场需求结构分析

五、中国农村电商市场供需平衡分析

第三章中国农资电商市场深度分析

第一节传统农资市场发展痛点

一、传统农资流通环节分析

二、主流农资销售模式分析

三、农资行业核心痛点分析

(1) 销售网点乱

(2) 产品名目乱

(3) 销售价格乱

(4) 市场监管乱

(5) 营销广告乱

第二节农资电商核心竞争力

一、核心竞争力之——低价

(1) 传统农资产品价格畸高的原因

(2) “厂家——农资电商——农户”销售模式

二、核心竞争力之——服务

(1) 农技服务

(2) 物流服务

(3) 售后服务

第三节农资市场容量及电商化率

一、种子市场容量及电商化率

二、化肥市场容量及电商化率

三、农药市场容量及电商化率

四、农机市场容量及电商化率

第四节农资电商市场竞争格局

一、综合电商平台

二、老牌农资企业

三、垂直型农资电商平台

四、服务导向型农资电商

五、专注农村市场的电商平台

第四章中国农村电商所属行业经济运行分析

第一节农村电商所属行业运行情况分析

一、农村电商所属行业经济指标分析

二、农村电商所属行业收入前十家企业

第二节农村电商所属行业产量分析

一、我国农村电商所属行业产量分析

二、我国农村电商产量预测

第三节农村电商所属行业进出口分析

第五章中国农村电商行业区域市场调研

第一节华北地区农村电商行业调研

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2024-2030年行业趋势预测分析

五、2024-2030年行业投资前景预测

第二节东北地区农村电商行业调研

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2024-2030年行业趋势预测分析

五、2024-2030年行业投资前景预测

第三节华东地区农村电商行业调研

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、2024-2030年行业趋势预测分析
- 五、2024-2030年行业投资前景预测

#### 第四节华南地区农村电商行业调研

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、2024-2030年行业趋势预测分析
- 五、2024-2030年行业投资前景预测

#### 第五节华中地区农村电商行业调研

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、2024-2030年行业趋势预测分析
- 五、2024-2030年行业投资前景预测

#### 第六节西南地区农村电商行业调研

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、2024-2030年行业趋势预测分析
- 五、2024-2030年行业投资前景预测

#### 第七节西北地区农村电商行业调研

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、2024-2030年行业趋势预测分析
- 五、2024-2030年行业投资前景预测

### 第六章农村电商行业投资与趋势预测分析

#### 第一节农村电商行业投资情况分析

一、总体投资结构

二、投资规模情况

三、投资增速情况

四、分行业投资分析

五、分地区投资分析

第二节农村电商行业投资机会分析

一、农村电商投资项目分析

二、可以投资的农村电商模式

三、农村电商投资机会

四、农村电商细分行业投资机会

五、2024-2030年农村电商投资新方向

第三节农村电商行业趋势预测分析

一、农村电商市场趋势预测分析

二、我国农村电商市场蕴藏的商机

三、欧债危机后农村电商市场的趋势预测

四、农村电商市场面临的发展商机

五、2024-2030年农村电商市场面临的发展商机

第七章农村电商行业竞争格局分析

第一节农村电商行业集中度分析

一、农村电商市场集中度分析

二、农村电商企业集中度分析

三、农村电商区域集中度分析

第二节农村电商所属行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节农村电商行业竞争格局分析

一、农村电商行业竞争分析

二、中外农村电商竞争分析

- 三、国内外农村电商竞争分析
- 四、我国农村电商市场竞争分析
- 五、我国农村电商市场集中度分析
- 六、2024-2030年国内主要农村电商企业动向

## 第八章中国农村电商所属行业发展形势分析

### 第一节农村电商行业发展概况

- 一、农村电商行业发展特点分析
- 二、农村电商行业投资现状分析
- 三、农村电商行业总产值分析

### 第二节农村电商行业市场情况分析

- 一、农村电商行业市场发展分析
- 二、农村电商市场存在的问题
- 三、农村电商市场规模分析

### 第三节农村电商产销状况分析

- 一、农村电商产量分析
- 二、农村电商产能分析
- 三、农村电商市场需求状况分析

### 第四节产品发展新动态

## 第九章中国农村电商所属行业整体运行指标分析

### 第一节中国农村电商所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业生产规模分析

### 第二节中国农村电商所属行业产销分析

- 一、行业产成品情况总体分析
- 二、行业产品销售收入总体分析

### 第三节中国农村电商所属行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

## 第十章农村电商物流瓶颈的成因与对策

### 第一节农村电商物流发展滞后的原因

- 一、基础设施不足
- 二、需求不足且分散
- 三、农产品标准化程度低
- 四、政府支持力度还不够
- 五、乡镇企业信息化程度低
- 六、物流公司不重视农村业务

### 第二节菜鸟网络农村电商物流布局

#### 一、菜鸟全国骨干网络现状

- (1) 物流服务商的整合
- (2) 城市仓储系统建设
- (3) 全国送货入村规划

#### 二、菜鸟快递业务数据化分析

- (1) 手写面单数据化
- (2) 消费者地址数据化
- (3) 快递路由数据化

#### 三、菜鸟社会化运力整合方案

- (1) 以省为单位的物流网络
- (2) 前线县级运营中心建设
- (3) 农村合伙人发展计划

### 第三节京东集团农村电商物流布局

#### 一、原有的配送体系

- (1) 配送站点
- (2) 配送队伍

#### 二、京东县级服务中心

- (1) 市场定位
- (2) 服务提供
- (3) 管理人员

#### 三、“京东帮”服务店

- (1) 市场定位

(2) 经营业务

(3) 服务内容

## 第十一章农村电商所属行业赢利水平分析

### 第一节成本分析

一、农村电商原材料价格走势

二、农村电商行业人工成本分析

### 第二节产销运存分析

一、农村电商行业产销情况

二、农村电商行业库存情况

三、农村电商行业资金周转情况

### 第三节盈利水平分析

一、农村电商所属行业价格走势

二、农村电商所属行业营业收入情况

三、农村电商所属行业毛利率情况

四、农村电商所属行业赢利能力

五、农村电商所属行业赢利水平

六、2024-2030年农村电商行业赢利预测

## 第十二章农村电商所属行业盈利能力分析

### 第一节中国农村电商所属行业利润总额分析

一、利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

### 第二节中国农村电商所属行业销售利润率

一、销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

### 第三节中国农村电商所属行业总资产利润率分析

一、总资产利润率分析

二、不同规模企业总资产利润率比较分析

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

## 第四节中国农村电商所属行业产值利税率分析

### 一、产值利税率分析

### 二、不同规模企业产值利税率比较分析

### 三、不同所有制企业产值利税率比较分析

## 第十三章农村电商行业重点企业发展调研

### 第一节辉丰股份

#### 一、品牌基本情况

#### 二、品牌盈利模式

#### 三、品牌服务网络

### 第二节智慧农业

#### 一、品牌基本情况

#### 二、品牌盈利模式

#### 三、品牌服务网络

### 第三节大北农

#### 一、品牌基本情况

#### 二、品牌盈利模式

#### 三、品牌服务网络

### 第四节诺普信

#### 一、品牌基本情况

#### 二、品牌盈利模式

#### 三、品牌服务网络

### 第五节吉峰农机

#### 一、品牌基本情况

#### 二、品牌盈利模式

#### 三、品牌服务网络

## 第十四章农村电商行业发展趋势分析

### 第一节2024-2030年中国农村电商市场趋势分析

#### 一、我国农村电商市场趋势总结

农业的基础就是通过互联网的通信技术和信息处理程序，把曾经单纯依靠“线下”生产经营的农业转移到“线上”来。农村电子商务平台的实体终端，为

服务“三农”提供了很大帮助，有效地推动了“三农”的发展。

以我省吕梁市为例，农村电商的发展现状如下：

1 相关设施日趋完善 有关数据显示，4G网络以及互联网光纤已经覆盖了吕梁市13个县（市、区），网络使用费用已大幅下降；智能设备，如智能手机、电脑等智能终端设备已逐渐普及；支付方式，如支付宝、微信、银行卡等越来越便捷；农村的基础设施不断完善，基本的行政村落都已经完成了道路硬化，交通方式更加便捷；物流体系不断完善，物流网络的覆盖面积不断扩大，随着物流行业的迅速发展，现在各个村镇基本都可以通过物流达到货物流通的目的。

2 经营模式逐渐丰富 目前，吕梁市的经营模式大致可分为以下三种：第一种是农产品加工企业依托现有的电商平台进行网上销售，如淘宝、拼多多、京东、中国扶贫网等已经建设完备的电商平台；第二种是阿里巴巴的线下服务站，阿里巴巴在吕梁市的某些县设立运营中心，在运营中心之下又设立许多的服务站，其中瑶圃片区天猫优品服务站就是一个典型的例子；第三种是企业通过自己建立的电商平台进行网上销售，但是这种模式相对较少。

3 政府态度愈加重视 为了推动电子商务的蓬勃发展，从2016年开始政府就提出了各种政策，例如，市电商运营中心的建设、给予有关企业相应的资金补贴、积极组织并开展农村电子商务的相关培训，培训内容包括电商网站的基本操作、产品的推广方式等。除此之外，对于阿里巴巴的线下服务站，当地政府提供免费的经营场所，并免除水电费。

4 产品多为当地特产 无论是第三方电子商务平台还是线下服务站或是自有电子商务平台，其销售的产品品种主要是核桃、小米、沙棘汁、红枣等当地的特色产品以及其深加工产品，“三农”服务的产销发展以及农业生产生活用品的购买仍比较滞后。

5 用户认可逐步提高 目前来看，大多数企业认为电子商务平台不仅是企业产品的一个重要销售途径，还是一个很好的宣传平台，能够有效地推动产品的线上以及线下销售。越来越多的企业通过电子商务平台将销售范围不断扩大，实现销售金额不断增加的目标。例如，吕梁野山坡食品有限责任公司生产的沙棘汁通过电子商务平台，其销售范围已经由原先的山西、北京等北方城市不断扩大到广东、湖南等南方地区，已经得到了越来越多地区的认可。因此，越来越多的农户希望利用电子商务平台，解决自产农产品价格低、销售难等问题。

6 经济效益逐年提升 大部分企业在开通电商平台之后，其销售数量、销售金额都呈现逐年上升的趋势。参与人数逐渐增加、产品种类日趋丰富、经营能力逐步提升。在第三届中国农村电子商务大会中，中国国际电子商务中心研究院院长李鸣涛指出，农村电商在全国大面积普及的同时，已经开始触碰到了一些发展瓶颈，走到了一个历史转折点。在这个时间点之后，农村电商即将告别野蛮生长时代，逐步走向转型发展的新阶段。

## 二、2024-2030年我国农村电商发展趋势分析

## 第二节2024-2030年农村电商发展趋势分析

### 一、2024-2030年农村电商技术趋势分析

### 二、2024-2030年农村电商价格趋势分析

## 第三节2024-2030年中国农村电商行业供需预测

### 一、2024-2030年中国农村电商供给预测

### 二、2024-2030年中国农村电商需求预测

### 三、2024-2030年中国农村电商价格预测

## 第四节2024-2030年农村电商行业规划建议

### 一、2024-2030年农村电商行业整体规划

### 二、2024-2030年农村电商行业发展预测

### 三、2024-2030年农村电商行业规划建议

## 第十五章农村电商企业管理策略建议

### 第一节市场策略分析

#### 一、农村电商价格策略分析

#### 二、农村电商渠道策略分析

### 第二节销售策略分析

#### 一、媒介选择策略分析

#### 二、产品定位策略分析

#### 三、企业宣传策略分析

### 第三节提高农村电商企业竞争力的策略

#### 一、提高中国农村电商企业核心竞争力的对策

#### 二、农村电商企业提升竞争力的主要方向

#### 三、影响农村电商企业核心竞争力的因素及提升途径

#### 四、提高农村电商企业竞争力的策略

### 第四节对我国农村电商品牌的战略思考

#### 一、农村电商实施品牌战略的意义

#### 二、农村电商企业品牌的现状分析

#### 三、我国农村电商企业的品牌战略

#### 四、农村电商品牌战略管理的策略

### 第五节建议

图表目录:

图表：农村电商产业链分析

图表：国际农村电商市场规模

图表：国际农村电商生命周期

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：2024-2030年我国农村电商供应情况

图表：2024-2030年我国农村电商需求情况

图表：2024-2030年中国农村电商市场规模预测

图表：2024-2030年我国农村电商供应情况预测

图表：2024-2030年我国农村电商需求情况预测

图表：2024-2030年我国农村电商市场规模统计表

图表：2024-2030年中国农村电商行业市场规模预测

图表：2024-2030年中国农村电商行业资产规模预测

图表：2024-2030年中国农村电商行业利润合计预测

图表：2024-2030年中国农村电商行业盈利能力预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/432904.html>