

2018年中国农村网购行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国农村网购行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/363468363468.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

随着我国经济的不断发展、人们生活水平的不断提高，人们的消费观念和消费水平也有了很大的转变与提升。在这个契机下，农村网购行业也得到了快速发展，2016年我国农村网购行业的市场规模达到**亿元，2017年市场规模为**亿元，同比增长了**%，从这两年的市场规模发展来看，农村网购行业正处于快速发展之中，预计2018年将保持**的增速，达到**亿元。

2012-2017年行业市场规模情况

资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

从农村网购行业企业区域分布情况来看，农村网购行业内企业区域格局明显，其中华东地区占比**%，华南地区占比**%，华中地区占比**%，华北地区占比**%，西部地区占比**%，东北地区占比**%。

2017年我国行业企业区域格局 资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

观研天下发布的《2018年中国农村网购行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发

展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

报告目录

第1章综合篇

1.1农村电商总体发展战略与案例分析

1.1.1我国农村电商总体发展战略分析

(1) 自上而下的模式

(2) 自下而上的模式

(3) 产业分散化模式

(4) 产业集群化模式

(5) 大平台模式

(6) 自建平台模式

1.1.2农村电商县域实践的成功案例

(1) 浙江临安

1) 县域电商环境

2) 政府配套政策

3) 农村电商模式

4) 成功经验分析

(2) 浙江遂昌

1) 县域电商环境

2) 政府配套政策

3) 农村电商模式

4) 成功经验分析

(3) 浙江桐庐

1) 县域电商环境

2) 政府配套政策

3) 农村电商模式

4) 成功经验分析

(4) 河北清河

1) 县域电商环境

2) 政府配套政策

3) 农村电商模式

4) 成功经验分析

1.1.3农村电子商务建设方案

- (1) 商务信息平台建设
- (2) 农村电商服务网点建设
- (3) 农村电商公共服务平台建设
- (4) 产品综合展示中心建设
- (5) 农产品电子商务标准体系建设
- (6) 仓储物流体系建设

1.1.4 农民合作社电商发展模式探索

- (1) 建立农合组织信息平台
- (2) 农民合作社集群营销
- (3) 搭建集约、标准化生产的可信任平台
- (4) 组建信息员、点线面全程推进电商运作
- (5) 产供销的合作产品流通渠道

1.2 农村电商参与对象发展战略与模式分析

1.2.1 供销社农村电商战略与模式

- (1) 平台选择
 - 1) 自建平台
 - 2) 借助方平台
 - 3) 自建平台借助第三方平台
- (2) 渠道选择
 - 1) 线上
 - 2) 线上线下结合
- (3) 物流选择
 - 1) 自建物流体系
 - 2) 借助第三方物流
- (4) 商品选择

- 1) 坚持因地制宜的原则
- 2) 主打地方特色农产品

1.2.2 中国邮政农村电商战略规划

- (1) 建立农村电子商务服务体系
- (2) 建立农村网络消费服务体系
- (3) 建立农产品网络销售体系
- (4) 建立共同配送体系
- (5) 建立农村普惠金融服务体系

1.3 中国农资电商市场深度分析

1.3.1 传统农资市场发展痛点

(1) 传统农资流通环节分析

(2) 主流农资销售模式分析

(3) 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

1.3.2 农资电商核心竞争力

(1) 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

(2) 核心竞争力之--服务

1) 农技服务

2) 物流服务

3) 售后服务

1.3.3 农资电商市场发展情况

(1) 农资市场容量

(2) 农资电商市场发展历程

(3) 农资电商的主流模式

1.3.4 典型农资电商案例分析

(1) 综合电商平台

1) 阿里巴巴

2) 京东集团

(2) 垂直型农资电商平台

1) 云农场

2) 农一网

(3) 服务导向型农资电商

1) 农医生

2) 益农宝

(4) 专注农村市场的电商平台

1) 点豆网

2) 农资哈哈送

3) 好汇购

1.4 农村电商发展前景与投资规划

1.4.1农村电商消费市场潜力分析

- (1) 我国农村网民占比及偏小
- (2) 我国农村居民互联网普及率提升
- (3) 各地农民网店及淘宝县的兴起
- (4) 电商平台农产品销售额增加
- (5) 农村网购市场规模的扩大

1.4.2农村电商发展带来的产业机遇

- (1) 将带来二三线品牌的新市场
- (2) 带来农产品"淘品牌"的新机遇
- (3) 将带来电商服务业的新空间
- (4) 将带来电商基础投资的新蓝海

1.4.3农村电商相关上市公司投资机会

(1) 辉丰股份

- 1) 企业发展简况分析
- 2) 企业产品服务分析
- 3) 企业经营状况分析
- 4) 企业竞争优势分析

(2) 智慧农业

- 1) 企业发展简况分析
- 2) 企业产品服务分析
- 3) 企业经营状况分析
- 4) 企业竞争优势分析

(3) 大北农

- 1) 企业发展简况分析
- 2) 企业产品服务分析
- 3) 企业经营状况分析
- 4) 企业竞争优势分析

(4) 诺普信

- 1) 企业发展简况分析
- 2) 企业产品服务分析
- 3) 企业经营状况分析
- 4) 企业竞争优势分析

(5) 吉峰农机

- 1) 企业发展简况分析
- 2) 企业产品服务分析

3) 企业经营状况分析

4) 企业竞争优势分析

(6) 新都化工

1) 企业发展简况分析

2) 企业产品服务分析

3) 企业经营状况分析

4) 企业竞争优势分析

(7) 新希望

1) 企业发展简况分析

2) 企业产品服务分析

3) 企业经营状况分析

4) 企业竞争优势分析

(8) 金正大

1) 企业发展简况分析

2) 企业产品服务分析

3) 企业经营状况分析

4) 企业竞争优势分析

(9) 华英农业

1) 企业发展简况分析

2) 企业产品服务分析

3) 企业经营状况分析

4) 企业竞争优势分析

(10) 史丹利

1) 企业发展简况分析

2) 企业产品服务分析

3) 企业经营状况分析

4) 企业竞争优势分析

第2章农产品电商篇

2.1我国农产品电商发展现状分析

2.1.1我国农产品电商发展现状分析

(1) 农产品电商交易规模

(2) 农产品电商融资情况

2.1.2我国农产品电商发展趋势

(1) 政府加大农产品电商发展力度

- (2) 农产品电商带动农村电商发展
- (3) 农产品电商规模迅速扩大
- (4) "三品一标"产品成为农产品电商主角
- (5) 农产品冷链物流效应得到充分发挥
- (6) 农产品网上网下渠道融合创新
- (7) 农产品大宗商品交易-批发、交易-零售交易市场形成体系
- (8) 跨境农产品电子商务份额提高
- (9) 三网融合物联网成为新电商时尚
- (10) 本地化生鲜平台将成为农产品电商转型的方向

2.2 大宗农产品电商发展现状分析

2.2.1 大宗农产品电商发展现状分析

- (1) 大宗农产品发展的电商的可行性分析
- (2) 大宗农产品发展的电商发展现状分析

2.2.2 典型大宗农产品电商案例分析

- (1) 中农网
- (2) 广西糖网
- (3) 全国棉花交易市场
- (4) 四川白酒交易中心
- (5) 泌坤大宗农产品现货电子交易市场

2.3 普通农产品电商发展现状分析

2.3.1 普通农产品电商市场格局分析

2.3.2 我国普通农产品电商案例分析

- (1) 沱沱工社
 - 1) 企业发展简况分析
 - 2) 企业产品服务分析
 - 3) 企业经营状况分析
 - 4) 企业竞争优势分析
- (2) 美味七七
 - 1) 企业发展简况分析
 - 2) 企业产品服务分析
 - 3) 企业经营状况分析
 - 4) 企业竞争优势分析
- (3) 淘常州
 - 1) 企业发展简况分析
 - 2) 企业产品服务分析

3) 企业经营状况分析

4) 企业竞争优势分析

(4) 莆田网

1) 企业发展简况分析

2) 企业产品服务分析

3) 企业经营状况分析

4) 企业竞争优势分析

(5) 青年菜君

1) 企业发展简况分析

2) 企业产品服务分析

3) 企业经营状况分析

4) 企业竞争优势分析

(6) 本来生活网

1) 企业发展简况分析

2) 企业产品服务分析

3) 企业经营状况分析

4) 企业竞争优势分析

(7) 龙宝溯源商城

1) 企业发展简况分析

2) 企业产品服务分析

3) 企业经营状况分析

4) 企业竞争优势分析

(8) 中国地理标志产品商城

1) 企业发展简况分析

2) 企业产品服务分析

3) 企业经营状况分析

4) 企业竞争优势分析

2.3.3我国普通农产品电商物流发展现状分析

(1) 农产品电子商务物流发展现状

(2) 农村电商物流发展滞后的原因

1) 基础设施不足

2) 经济水平的客观制约

3) 农产品标准化程度低

4) 政府支持力度还不够

5) 乡镇企业信息化程度低

6) 物流信息化服务平台的缺失

2.4 生鲜农产品电商发展现状分析

2.4.1 生鲜农产品电商发展现状

2.4.2 生鲜农产品电商物流布局分析

(1) 生鲜农产品电商物流模式

(2) 生鲜农产品冷链物流网络

第3章 电商农村市场篇

3.1 我国电商农村发展现状分析

3.1.1 我国电商农村发展的动因

(1) 始动因素

1) "带头人独特优势"

2) "带头人潜在需求"

(2) 政策支持

(3) 基础设施

3.1.2 我国电商农村发展现状

(1) 农村网购市场现状

1) 农村网购人数

2) 农村网购规模

3) 农村网购区域特征

4) 农村与城市网购市场规模比较

5) 农村网购市场规模预测

6) 农村网购增长动因

(2) 电商农村市场现状

1) 电商农村市场发展

2) 农村网店兴起

3) 农产品销售平台

(3) 社会各界积极投入

1) 电商巨头

2) 传统商贸企业

3) 中国邮政

4) 供销社系统

5) 地方政府

3.1.3 我国电商农村发展的难题

(1) 物流支撑体系欠缺

(2) 人才与技术支撑难题

(3) 消费观念和诚信难题

(4) 网购售后服务难以满足

3.1.4我国电商农村发展所需条件

(1) 政策扶持

(2) 选择合适模式

(3) 地方政府支持

(4) 产业化与电商发展相互协调

3.2我国电商农村发展模式分析

3.2.1我国电商农村主要发展模式

(1) 独立B2C平台模式

(2) 第三方交易平台模式

(3) 农产品电商应用平台模式

3.2.2农产品电商主要经营业态

(1) 纯B2C与自有农场B2C

(2) 家庭会员宅配

(3) 订单农业

3.2.3我国电商农村创新模式分析

(1) "基地城市社区"模式

(2) "批发市场宅配"模式

(3) "放心农资进农家"模式

(4) 跨境农业电子商务模式

3.3我国大型农村电商发展现状分析

3.3.1阿里系农产品电商发展现状分析

(1) 阿里系农产品电商发展现状分析

1) 阿里平台农产品销售额及增速

2) 淘宝网生鲜产品销售额及增速

(2) 阿里系农产品电商发展战略分析

1) 投资基础设施

2) 激活农村电子商务生态

3) 创新农村综合服务

4) 创造农村社会和经济双重价值

(3) 阿里系农产品电商(菜鸟网络农村电商)物流布局分析

1) 菜鸟全国骨干网络现状

2) 菜鸟快递业务数据化分析

- 1、电子面单数据化
- 2、消费者地址数据化
- 3、快递路由数据化
- 3) 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
- 4) 菜鸟网络未来发展规划
 - 1、菜鸟网络苏宁物流
 - 2、对社会物流公司开放
- 3.3.2 京东系农产品电商发展现状分析
 - (1) 京东系农产品电商发展现状分析
 - 1) 农产品进城
 - 2) 地方特产馆
 - (2) 京东系农产品电商发展战略分析
 - 1) 工业品进农村战略
 - 2) 农村金融战略
 - 3) 生鲜电商战略
 - (3) 京东系农产品电商物流布局分析()
 - 1) 原有的配送体系
 - 2) 京东县级服务中心
 - 3) "京东帮"服务店
 - 1、发展规划
 - 2、经营业务
- 3.3.3 苏宁云商农村电商发展现状分析
 - (1) 苏宁云商农村电商发展战略分析
 - (2) 苏宁云商农村电商物流布局分析
 - 1) 全覆盖网络平台布局
 - 1、县级直营店
 - 2、乡镇加盟店
 - 3、村级代理员
 - 2) 农村电商物流建设战略部署
 - 1、"正向"布局
 - 2、"逆向"布局

第4章电商行业发展分析

4.1电子商务发展分析

4.1.1电子商务定义及发展模式分析

4.1.2中国电子商务行业政策现状

4.1.32016-2018年中国电子商务行业发展现状

4.2"互联网"的相关概述

4.2.1"互联网"的提出

4.2.2"互联网"的内涵

4.2.3"互联网"的发展

4.2.4"互联网"的评价

4.2.5"互联网"的趋势

4.3电商市场现状及建设情况

4.3.1电商总体开展情况

4.3.2电商案例分析

4.3.3电商平台分析（自建和第三方网购平台）

4.4电商行业未来前景及趋势预测

4.4.1电商市场规模预测分析

4.4.2电商发展前景分析

图表：1：自下而上的模式与自上而下的模式的比较

图表：2：产业分散化农村电商模式

图表：3：产业集群化农村电商模式的特点

图表：4：大平台农村电商模式

图表：5：自建平台模式的好处

图表：6：浙江临安电子商务发展历程

图表：7：2016-2018年浙江临安电子商务规模（单位：亿元，家，人）

图表：8：浙江临安电商发展政府配套政策

图表：9：浙江临安农村电商模式及其特点

图表：10：浙江临安农村电商模式成功经验分析

图表：11：2016-2018年浙江遂昌电商发展政府配套政策

图表：12：浙江遂昌农村电商模式的核心"网点服务中心"

图表：13：浙江临安农村电商模式成功经验分析

图表详见正文（GYWWPT）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/363468363468.html>