

# 2019年中国农产品电商行业分析报告- 市场深度调研与未来动向研究

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国农产品电商行业分析报告-市场深度调研与未来动向研究》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/395176395176.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

### 一、行业现状分析

电子商务已经成为我国农产品经营流通不可或缺的重要途径。农产品电商不仅极大的扩展了农产品销售渠道，还能通过大数据有效引导和组织农业生产，对于提高农业竞争力，增加农民收入，实现城乡均衡发展具有重要作用。

我国农产品电商发展历程

阶段

时期

内容

第一阶段

起步期（1998-2004年）

以粮食、棉花网上交易为标志。1998年，郑州商品交易所集诚现货网（现名“中华粮网”）开始进行网上粮食交易；2002年，全国棉花交易市场推出商品棉电子撮合交易，并提供资金、物流配送、信息等配套服务。这一时期，农产品电子商务主要局限于大宗交易，只是现货交易的一种补充。

第二阶段

形成期（2005-2011年）

以生鲜农产品网上交易为标志。2009年开始，全国涌现了一大批生鲜电商，改写了人们对农产品电商客体的定义和内容，生鲜农产品电商品牌运营一时成为热点。这一时期，农产品电商与人们日常生活之间的距离不断被拉近

第三阶段

成长期（2012-2014年）

以农产品电商创新模式的竞相推出为标志。2014年，随着电商的广泛普及，B2C、C2C、C2B、O2O等各种电商模式被应用于农产品电商；同时，新一代互联网、物联网、大数据、云计算、区块链等大量先进信息技术被引入农产品电商。这一时期，农产品电商受资本青睐，融资和兼并重组频发。

第四阶段

发展期（2015年至今）

以农产品电商相关政策的密集出台为标志。随着国务院《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》、《关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》、《关于深入实施“互联网+流通”行动计划的意见》等诸多政策文件的实施，农产品电商迅速发展，越来越多的消费者通过网络直接购买特色农产品。

表格来源：观研天下整理

随着行业快速发展，也逐渐形成了一套体系。而我国农产品电子商务体系包括网上农

产品期货交易、网上农产品衍生品交易、大宗农产品电子交易、农产品网络零售交易、实体企业O2O交易、农产品网上交易会等，即所谓农产品电商的“金字塔”（“Pyramids”）结构体系。

农产品电商的“金字塔”模式

图片来源：互联网

据数据显示：2017年我国主要农产品再获得丰收，农产品总量达到211828.25万吨，再创历史新高；随着农产品的产量增加，我国农村网络零售额也快速增长，2017年我国农村网络零售额超过1.2万亿元，其中农产品的网络零售交易额占20%，预计达到2500亿元。农业部规划2020年我国农产品电商将达到8000亿元。

2013-2017年我国农产品产量情况

数据来源：农业部

2013-2020年我国农产品网络零售额统计及预测

数据来源：农业部

## 二、存在的主要问题

### 1、组织化程度低、产业规模小

我国广大农村地区的农民生产组织化程度低，仍以单一农户经营为主，农产品要么缺乏特色，要么有特色没规模，要么有规模没价值，要么有价值没品牌，很难形成网上可销售的商品。不少地方特色农产品出自家庭作坊式生产或个体加工，受限于场地、人员、设备等条件，很难达到申请生产许可证的要求，导致地方特色农产品无法在电子商务平台上“合规”销售。

### 2、农产品标准化程度低

农产品电商发展的一大“痛点”，是传统的小规模农户所具备的生产技术和经营意识与现代化零售业的产品标准化之间的矛盾。目前我国农产品标准化程度很低，广大农民仍采用传统的生产方式，无法适应和满足现代电子商务的采购、销售标准，农产品的规格化、标准化、包装化亟待提高。正如有些运营商所言，“农业处于19世纪，电商处于21世纪，二者很难牵手”。

### 3、农产品质量安全认证度低

在农产品质量安全认证体系建设上，我国农产品质量安全认证没有完全纳入法律范畴，无公害农产品等认证没有从法律的角度给予明确和肯定。由于农产品质量安全认证在我国还属于新生事物，农产品质量安全认证的总体规模较小，加上宣传推广力度不够，导致企业和消费者对其认知程度有待提高。

### 4、冷链物流设施不足、物流配送存在障碍

农产品全程冷链投入大，冷链物流设施普遍不足，同时缺乏为中小电商企业和农户提供标准化冷链物流的公共服务平台，导致生鲜农产品网销困难。不少生鲜农产品的产地预冷不足，运到大中城市预冷成本高、浪费大。同时，出于数据安全和市场竞争考虑，目前从事

农村物流配送的企业、机构之间配送信息共享程度不高，物流单据数据没有打通，“满车来空车去”式的单向物流较多。

#### 5、电商人才缺乏、队伍不稳定

农村电商运营人才、专业运营商、稳定的村级站点负责人缺乏。同时，电商培训注重普及式，设计、包装等专业化培训少，培训层次浅。部分地方政府委托企业或培训机构开展培训，只是为了完成培训任务，真正的培训效果并不理想。

### 三、推进我国农产品电商发展的对策

#### 1、推进基础设施建设

加快农村地区互联网基础设施建设，对于农产品产量较大且有上网销售需求的地区，由政府补贴，提升带宽、增设服务器等，建成适于电子商务交易的网络平台。改变重生产、轻运输的传统观念，加大对农产品田头预处理设施、保险基地、冷链运输、批发市场、冷库等项目建设的财政性资金补贴力度，加快产销两地冷库、冷链批发市场等冷链设施建设和销地便利店等营销网络建设。

#### 2、推进新一代信息技术应用

大力推进以物联网、云计算、大数据以及移动智能终端为主要代表的新一代信息技术在农产品电商中的应用。用物联网技术改造信息流、物流、资金流，提升供应链的效率，减少库存，提高资金周转率；通过云计算技术，提升电商平台企业的资源利用效率、减少运营投资从而大幅度降低运营成本；利用大数据技术，为电商平台的综合决策奠定基础；利用智能终端技术深化解决电商平台的电子支付问题，推动整个信息消费市场的快速发展。

#### 3、优化农产品电商的政策环境

在优化农产品电商发展环境方面，要推进电子商务立法工作，健全标准体系，加快电子商务统计监测和信用体系建设，积极参与国际规则制订。要促进电子商务进农村进社区，推进服务业电子商务应用，开展电子商务与物流快递协同发展试点，推动跨境电子商务健康发展。

#### 4、加强农产品标准化

鼓励政府联合大型电商平台企业共同推进农业标准化进程。各级政府要积极与大型电商平台企业开展合作，优先突破农产品标准化。建议农业农村部、商务部和国家标准委建立和完善农产品电子商务标准体系，率先从线上销售占比高的农产品开始，研究实施财政资金支持的“农产品标准化”项目。

#### 5、加强农产品质量认证

各级政府要加大资金投入，对生产农产品的农户，实行严格的户籍编码制度，一户一码，不管每户生产何种农产品，都使用统一配发的、每户唯一的编码。每批产品上市，除加贴编码外，还应加贴本批产品采收日期，同一采收日期的产品，为同一个批次。对经检验部门检验的，还应附带产品检验合格证书。一方面是一旦发现质量问题，便于该批次产品的召

回而不影响其它批次产品；另一方面是可以根据编码溯源找到生产者，有利于责任追究。

### 三、未来发展趋势

#### 1、进入网上网下融合、“六位一体”业态创新

2017年我国农产品网络零售进入网上网下融合发展、“六位一体”模式多样的时期，消费者而言更加注重品质和健康，由此标志着生鲜电商进入品质消费时代，由此生鲜电商也在转型升级，由旧电商进入新电商时期，新电商即网上与网下相融合，形成了综合性生鲜电商、垂直生鲜电商、O2O电商、智能店新业态、体验店、无人店“六位一体”的新时期。

#### 2、精细化、标准化、品牌化是农产品电商主流趋势

技术进步支撑精细化。物联网、大数据等新一代信息技术的广泛应用，推动了精准农业、订单农业的发展，支撑了不断细分的农产品电商市场，将不断迎合人们对农产品多样化的需求。

品质把控倒逼标准化。随着农产品质量安全要求的提高和流通标准体系的不断完善，电商平台正从营建经营渠道向把控生产品质演进，倒逼农产品生产端改良工艺和服务，提升品质，我国农产品电商的标准化即将破局。

消费升级呼唤品牌化。越来越多的品牌化农产品踩着全社会消费升级的节奏，走出了低价竞争的误区，实现了自身产品的溢价，赋予了农产品品牌新的内涵和外延，正在通过区域公用品牌建设等途径提速农产品品牌化的进程。(XY)

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国农产品电商行业分析报告-市场深度调研与未来动向研究》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。

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家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。

## 【报告大纲】

### 第一章 2016-2018年中国农产品电商行业发展概述

#### 第一节 农产品电商行业发展情况概述

##### 一、农产品电商行业相关定义

##### 二、农产品电商行业基本情况介绍

##### 三、农产品电商行业发展特点分析

#### 第二节 中国农产品电商行业上下游产业链分析

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、农产品电商行业产业链条分析

##### 三、中国农产品电商行业产业链环节分析

###### 1、上游产业

###### 2、下游产业

#### 第三节 中国农产品电商行业生命周期分析

##### 一、农产品电商行业生命周期理论概述

##### 二、农产品电商行业所属的生命周期分析

#### 第四节 农产品电商行业经济指标分析

##### 一、农产品电商行业的赢利性分析

##### 二、农产品电商行业的经济周期分析

##### 三、农产品电商行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国农产品电商行业进入壁垒分析

##### 一、农产品电商行业资金壁垒分析

##### 二、农产品电商行业技术壁垒分析

##### 三、农产品电商行业人才壁垒分析

##### 四、农产品电商行业品牌壁垒分析

##### 五、农产品电商行业其他壁垒分析

### 第二章 2016-2018年全球农产品电商行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球农产品电商行业发展历程回顾

#### 第二节 全球农产品电商行业市场区域分布情况

#### 第三节 亚洲农产品电商行业地区市场分析

##### 一、亚洲农产品电商行业市场现状分析

##### 二、亚洲农产品电商行业市场规模与市场需求分析

### 三、亚洲农产品电商行业市场前景分析

#### 第四节 北美农产品电商行业地区市场分析

- 一、北美农产品电商行业市场现状分析
- 二、北美农产品电商行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美农产品电商行业市场前景分析

#### 第五节 欧盟农产品电商行业地区市场分析

- 一、欧盟农产品电商行业市场现状分析
- 二、欧盟农产品电商行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟农产品电商行业市场前景分析

#### 第六节 2019-2025年世界农产品电商行业分布走势预测

#### 第七节 2019-2025年全球农产品电商行业市场规模预测

### 第三章 中国农产品电商产业发展环境分析

#### 第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品农产品电商总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

#### 第二节 中国农产品电商行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

#### 第三节 中国农产品电商产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

### 第四章 中国农产品电商行业运行情况

#### 第一节 中国农产品电商行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

#### 第二节 中国农产品电商行业市场规模分析



第三节 中国农产品电商行业供应情况分析

第四节 中国农产品电商行业需求情况分析

第五节 中国农产品电商行业供需平衡分析

第六节 中国农产品电商行业发展趋势分析

第五章 中国农产品电商所属行业运行数据监测

第一节 中国农产品电商所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国农产品电商所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国农产品电商所属行业财务指标分析

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

第六章 2016-2018年中国农产品电商市场格局分析

第一节 中国农产品电商行业竞争现状分析

一、中国农产品电商行业竞争情况分析

二、中国农产品电商行业主要品牌分析

第二节 中国农产品电商行业集中度分析

一、中国农产品电商行业市场集中度分析

二、中国农产品电商行业企业集中度分析

第三节 中国农产品电商行业存在的问题

第四节 中国农产品电商行业解决问题的策略分析

第五节 中国农产品电商行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国农产品电商行业需求特点与动态分析

## 第一节 中国农产品电商行业消费市场动态情况

### 第二节 中国农产品电商行业消费市场特点分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 农产品电商行业成本分析

### 第四节 农产品电商行业价格影响因素分析

#### 一、供需因素

#### 二、成本因素

#### 三、渠道因素

#### 四、其他因素

### 第五节 中国农产品电商行业价格现状分析

### 第六节 中国农产品电商行业平均价格走势预测

#### 一、中国农产品电商行业价格影响因素

#### 二、中国农产品电商行业平均价格走势预测

#### 三、中国农产品电商行业平均价格增速预测

## 第八章 2016-2018年中国农产品电商行业区域市场现状分析

### 第一节 中国农产品电商行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地区农产品电商市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区农产品电商市场规模分析

#### 四、华东地区农产品电商市场规模预测

### 第三节 华中地区市场分析

#### 一、华中地区概述

#### 二、华中地区经济环境分析

#### 三、华中地区农产品电商市场规模分析

#### 四、华中地区农产品电商市场规模预测

### 第四节 华南地区市场分析

#### 一、华南地区概述

#### 二、华南地区经济环境分析

#### 三、华南地区农产品电商市场规模分析

## 第九章 2016-2018年中国农产品电商行业竞争情况

### 第一节 中国农产品电商行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国农产品电商行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国农产品电商行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 农产品电商行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

## 四、公司优劣势分析

### 第四节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

### 四、公司优劣势分析

### 第五节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

### 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2019-2025年中国农产品电商行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国农产品电商行业未来发展前景分析

#### 一、农产品电商行业国内投资环境分析

#### 二、中国农产品电商行业市场机会分析

#### 三、中国农产品电商行业投资增速预测

### 第二节 中国农产品电商行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国农产品电商行业市场发展预测

#### 一、中国农产品电商行业市场规模预测

#### 二、中国农产品电商行业市场规模增速预测

#### 三、中国农产品电商行业产值规模预测

#### 四、中国农产品电商行业产值增速预测

#### 五、中国农产品电商行业供需情况预测

### 第四节 中国农产品电商行业盈利走势预测

#### 一、中国农产品电商行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国农产品电商行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2019-2025年中国农产品电商行业投资风险与营销分析

### 第一节 农产品电商行业投资风险分析

#### 一、农产品电商行业政策风险分析

#### 二、农产品电商行业技术风险分析

#### 三、农产品电商行业竞争风险

#### 四、农产品电商行业其他风险分析

### 第二节 农产品电商行业企业经营发展分析及建议

#### 一、农产品电商行业经营模式

#### 二、农产品电商行业销售模式

### 三、农产品电商行业创新方向

#### 第三节 农产品电商行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

## 第十三章 2019-2025年中国农产品电商行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国农产品电商行业品牌战略分析

- 一、农产品电商企业品牌的重要性
- 二、农产品电商企业实施品牌战略的意义
- 三、农产品电商企业品牌的现状分析
- 四、农产品电商企业的品牌战略
- 五、农产品电商品牌战略管理的策略

### 第二节 中国农产品电商行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国农产品电商行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

## 第十四章 2019-2025年中国农产品电商行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国农产品电商行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

### 第二节 中国农产品电商行业定价策略分析

### 第三节 中国农产品电商行业营销渠道策略

- 一、农产品电商行业渠道选择策略

## 二、农产品电商行业营销策略

### 第四节 中国农产品电商行业价格策略

### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

#### 一、中国农产品电商行业重点投资区域分析

#### 二、中国农产品电商行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/395176395176.html>