

2016-2022年中国农村电商市场深度调查及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国农村电商市场深度调查及投资方向研究报告》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：<https://www.huaon.com/detail/284927.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

目前，我国农产品流通体系不仅在实现正常的产品流通上尚有问题，而且功能也不完善，更不能起到有效引导和组织生产的作用。电子商务的发展无疑为解决农业发展中农产品的流通问题提供了广阔的空间，利用电子商务技术改造传统经济下的流通过程，形成由信息流、资金流、物流、商流组成的并以信息流为核心全新的流通流程，推动中国农村的新发展。

中国淘宝村的数量由2009年的3个，增加到2012年的14个，截止到2014年中国淘宝村数量增长为211个，到2015年更是出现了爆发式的增长，同比增长率为268%，淘宝村数量达到780个。预计未来淘宝村数量将会以年均20%以上的增速增长，预计到2021年淘宝村的数量将达到2475个。

2012-2015年淘宝村数量（单位：个）

根据农村电商发展势头以及前几年阿里平台农产品销售规模状况，预计未来农产品销售规模仍将继续上升，截止到2021年，阿里平台农产品销售规模将会达到1935亿元。

2016-2021年阿里平台农产品销售规模预测

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 农村电商行业发展综述

1.1 农村电商行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 农村电商行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 农村电商行业在国民经济中的地位

1.2.3 农村电商行业生命周期分析

（1）行业生命周期理论基础

（2）农村电商行业生命周期

1.3 最近3-5年中国农村电商行业经济指标分析

- 1.3.1 赢利性
- 1.3.2 成长速度
- 1.3.3 附加值的提升空间
- 1.3.4 进入壁垒 / 退出机制
- 1.3.5 风险性
- 1.3.6 行业周期
- 1.3.7 竞争激烈程度指标
- 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 农村电商行业运行环境分析

- 2.1 农村电商行业政治法律环境分析
 - 2.1.1 行业管理体制分析
 - 2.1.2 行业主要法律法规
 - 2.1.3 行业相关发展规划
- 2.2 农村电商行业经济环境分析
 - 2.2.1 国际宏观经济形势分析
 - 2.2.2 国内宏观经济形势分析
 - 2.2.3 产业宏观经济环境分析
- 2.3 农村电商行业社会环境分析
 - 2.3.1 农村电商产业社会环境
 - 2.3.2 社会环境对行业的影响
 - 2.3.3 农村电商产业发展对社会发展的影响
- 2.4 农村电商行业技术环境分析
 - 2.4.1 农村电商技术分析
 - 2.4.2 农村电商技术发展水平
 - 2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国农村电商行业运行分析

- 3.1 我国农村电商行业发展状况分析
 - 3.1.1 我国农村电商行业发展阶段
 - 3.1.2 我国农村电商行业发展总体概况

目前的农村市场现状，可谓假冒伪劣产品横行，好多东西农民想买却买不到，进城买又不经济，加之一些富裕农民群体的形成，确实还有很大的消费潜能。在农村经济社会迅速发展的今天，农村消费市场也正迎来全面升级的历史新机。正在城市苦苦挣扎的二三线消费品牌，如果能早一点认清形势，到农村去，也许会跳离与外资、国产一线品牌的力不从心的对抗

，找到新的发展天地。电商虽然属于时尚的轻资产模式，但并不意味着电商的轻资产不需要其他配套产业的支撑，一个发达的电商背后必须有发达的工业制造业来支持，也会有发达的物流业来配合，而农村电商还会涉及到一、二、三次产业的关联与打通，恰恰是中央农村工作会议提出的第六产业形态。可以说，整个农村电商将带来数亿级的投资新机遇。

2014年我国农产品电商发展，农产品电商交易额可以分为4大块：（1）农产品网上期货17个品种，成交量21.86亿手，交易额达到32.29万亿元；（2）大宗农产品商品交易市场有300家，交易额达到15万亿元，增长50%；（3）商务部农产品政府网上交易会交易额110.3亿元；（4）农产品网络零售额约为1000亿元（其中阿里系列交易额800亿元），增长接近50%。

2014年农产品电商交易规模（单位：亿元）

数据显示，2015年1-9月份，生鲜农产品网络零售额已经达到380亿元，超过2014年全年总数的1.5倍。2015年，阿里平台上经营农产品的卖家数量超过90万个，其中零售平台占比97.73%，1688平台约为2.27%。阿里巴巴还透露，2015年农产品的销售额为695.50亿元，其中阿里零售平台占比95.31%，1688平台占比4.69%。其中零食、坚果、特产占比最大，约为30.48%；水产肉类蔬果占比19.40%；茶叶冲饮占比18.60%。

2014-2015年阿里巴巴各平台农产品销售额（单位：亿元）

2015年，阿里平台完成农产品销售额近700亿元，卖家数超过90万个。2015年阿里平台上完成农产品销售695.50亿元，其中阿里零售平台占比95.31%，1688占比4.69%。经营农产品的卖家数量超过90万个，其中零售平台占比97.73%，1688平台占比约为2.27%。

2015年阿里零售平台农产品销售额

2015年阿里零售平台卖家数量分布

从具体类目来看，阿里零售平台上，零食、坚果、特产为最大农产品类目，占比30.48%，但从增长趋势来看，鲜花绿植类目增速最高，达到86.78%。

2015年阿里零售平台涉农产品类目分布（单位：%）

3.1.3 我国农村电商行业发展特点分析

3.2 2013-2015年农村电商行业发展现状

3.2.1 2013-2015年我国农村电商行业市场规模

3.2.2 2013-2015年我国农村电商行业发展分析

3.2.3 2013-2015年中国农村电商企业发展分析

3.3 区域市场分析

- 3.3.1 区域市场分布总体情况
- 3.3.2 2013-2015年重点省市市场分析
- 3.4 农村电商细分产品/服务市场分析
 - 3.4.1 细分产品/服务特色
 - 3.4.2 2013-2015年细分产品/服务市场规模及增速
 - 3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测
- 3.5 农村电商产品/服务价格分析
 - 3.5.1 2013-2015年农村电商价格走势
 - 3.5.2 影响农村电商价格的关键因素分析
 - (1) 成本
 - (2) 供需情况
 - (3) 关联产品
 - (4) 其他
 - 3.5.3 2016-2022年农村电商产品/服务价格变化趋势
 - 3.5.4 主要农村电商企业价位及价格策略

第四章 我国农村电商行业整体运行指标分析

- 4.1 2013-2015年中国农村电商行业总体规模分析
 - 4.1.1 企业数量结构分析
 - 4.1.2 人员规模状况分析
 - 4.1.3 行业资产规模分析
 - 4.1.4 行业市场规模分析
- 4.2 2013-2015年中国农村电商行业产销情况分析
 - 4.2.1 我国农村电商行业工业总产值
 - 4.2.2 我国农村电商行业工业销售产值
 - 4.2.3 我国农村电商行业产销率
- 4.3 2013-2015年中国农村电商行业财务指标总体分析
 - 4.3.1 行业盈利能力分析
 - 4.3.2 行业偿债能力分析
 - 4.3.3 行业营运能力分析
 - 4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国农村电商行业供需形势分析

- 5.1 农村电商行业供给分析
 - 5.1.1 2013-2015年农村电商行业供给分析

5.1.2 2016-2022年农村电商行业供给变化趋势

5.1.3 农村电商行业区域供给分析

5.2 2013-2015年我国农村电商行业需求情况

5.2.1 农村电商行业需求市场

5.2.2 农村电商行业客户结构

5.2.3 农村电商行业需求的地区差异

5.3 农村电商市场应用及需求预测

5.3.1 农村电商应用市场总体需求分析

(1) 农村电商应用市场需求特征

(2) 农村电商应用市场需求总规模

5.3.2 2016-2022年农村电商行业领域需求量预测

(1) 2016-2022年农村电商行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2016-2022年农村电商行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业农村电商产品/服务需求分析预测

第六章 农村电商行业产业结构分析

6.1 农村电商产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析(所有制结构)

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国农村电商行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 产业结构调整方向分析

第七章 我国农村电商行业产业链分析

7.1 农村电商行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 农村电商上游行业分析

7.2.1 农村电商产品成本构成

7.2.2 2013-2015年上游行业发展现状

7.2.3 2016-2022年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对农村电商行业的影响

7.3 农村电商下游行业分析

7.3.1 农村电商下游行业分布

7.3.2 2013-2015年下游行业发展现状

7.3.3 2016-2022年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对农村电商行业的影响

第八章 我国农村电商行业渠道分析及策略

8.1 农村电商行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对农村电商行业的影响

8.1.3 主要农村电商企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 农村电商行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 农村电商行业营销策略分析

8.3.1 中国农村电商营销概况

8.3.2 农村电商营销策略探讨

8.3.3 农村电商营销发展趋势

第九章 我国农村电商行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 农村电商行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 农村电商行业企业间竞争格局分析

9.1.3 农村电商行业集中度分析

9.1.4 农村电商行业SWOT分析

9.2 中国农村电商行业竞争格局综述

9.2.1 农村电商行业竞争概况

(1) 中国农村电商行业竞争格局

(2) 农村电商行业未来竞争格局和特点

(3) 农村电商市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国农村电商行业竞争力分析

(1) 我国农村电商行业竞争力剖析

(2) 我国农村电商企业市场竞争的优势

(3) 国内农村电商企业竞争能力提升途径

9.2.3 农村电商市场竞争策略分析

第十章 农村电商行业领先企业经营形势分析

10.1 A公司

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

10.1.3 产品/服务特色

10.1.4 2013-2015年经营状况

10.1.5 2016-2022年发展规划

10.2 B公司

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业优势分析

10.2.3 产品/服务特色

10.2.4 2013-2015年经营状况

10.2.5 2016-2022年发展规划

10.3 C公司

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业优势分析

10.3.3 产品/服务特色

10.3.4 2013-2015年经营状况

10.3.5 2016-2022年发展规划

10.4 D公司

10.4.1 企业概况

10.4.2 企业优势分析

10.4.3 产品/服务特色

10.4.4 2013-2015年经营状况

10.4.5 2016-2022年发展规划

10.5 F公司

10.5.1 企业概况

10.5.2 企业优势分析

10.5.3 产品/服务特色

10.5.4 2013-2015年经营状况

10.5.5 2016-2022年发展规划

10.6 G公司

10.6.1 企业概况

10.6.2 企业优势分析

10.6.3 产品/服务特色

10.6.4 2013-2015年经营状况

10.6.5 2016-2022年发展规划

10.7 H公司

10.7.1 企业概况

10.7.2 企业优势分析

10.7.3 产品/服务特色

10.7.4 2013-2015年经营状况

10.7.5 2016-2022年发展规划

10.8 I公司

10.8.1 企业概况

10.8.2 企业优势分析

10.8.3 产品/服务特色

10.8.4 2013-2015年经营状况

10.8.5 2016-2022年发展规划

10.9 J公司

10.9.1 企业概况

10.9.2 企业优势分析

10.9.3 产品/服务特色

10.9.4 2013-2015年经营状况

10.9.5 2016-2022年发展规划

10.10 K公司

10.10.1 企业概况

10.10.2 企业优势分析

10.10.3 产品/服务特色

10.10.4 2013-2015年经营状况

10.10.5 2016-2022年发展规划

第十一章 2016-2022年农村电商行业投资前景

11.1 2016-2022年农村电商市场发展前景

11.1.1 2016-2022年农村电商市场发展潜力

11.1.2 2016-2022年农村电商市场发展前景展望

11.1.3 2016-2022年农村电商细分行业发展前景分析

11.2 2016-2022年农村电商市场发展趋势预测

11.2.1 2016-2022年农村电商行业发展趋势

11.2.2 2016-2022年农村电商市场规模预测

11.2.3 2016-2022年农村电商行业应用趋势预测

11.2.4 2016-2022年细分市场发展趋势预测

11.3 2016-2022年中国农村电商行业供需预测

11.3.1 2016-2022年中国农村电商行业供给预测

11.3.2 2016-2022年中国农村电商行业需求预测

11.3.3 2016-2022年中国农村电商供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2016-2022年农村电商行业投资机会与风险

12.1 农村电商行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2016-2022年农村电商行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 细分市场投资机会

12.2.3 重点区域投资机会

12.3 2016-2022年农村电商行业投资风险及防范

12.3.1 政策风险及防范

12.3.2 技术风险及防范

12.3.3 供求风险及防范

12.3.4 宏观经济波动风险及防范

12.3.5 关联产业风险及防范

12.3.6 产品结构风险及防范

12.3.7 其他风险及防范

第十三章 农村电商行业投资战略研究

13.1 农村电商行业发展战略研究

13.1.1 战略综合规划

13.1.2 技术开发战略

13.1.3 业务组合战略

13.1.4 区域战略规划

13.1.5 产业战略规划

13.1.6 营销品牌战略

13.1.7 竞争战略规划

13.2 对我国农村电商品牌的战略思考

13.2.1 农村电商品牌的重要性

13.2.2 农村电商实施品牌战略的意义

13.2.3 农村电商企业品牌的现状分析

13.2.4 我国农村电商企业的品牌战略

13.2.5 农村电商品牌战略管理的策略

13.3 农村电商经营策略分析

13.3.1 农村电商市场细分策略

13.3.2 农村电商市场创新策略

13.3.3 品牌定位与品类规划

13.3.4 农村电商新产品差异化战略

13.4 农村电商行业投资战略研究

13.4.1 2014年农村电商行业投资战略

13.4.2 2016-2022年农村电商行业投资战略

13.4.3 2016-2022年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

14.1 农村电商行业研究结论

14.2 农村电商行业投资价值评估

14.3 农村电商行业投资建议

14.3.1 行业发展策略建议

14.3.2 行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：农村电商行业生命周期

图表：农村电商行业产业链结构

图表：2013-2015年全球农村电商行业市场规模

图表：2013-2015年中国农村电商行业市场规模

图表：2013-2015年农村电商行业重要数据指标比较

图表：2013-2015年中国农村电商市场占全球份额比较

图表：2013-2015年农村电商行业工业总产值

图表：2013-2015年农村电商行业销售收入

图表：2013-2015年农村电商行业利润总额

图表：2013-2015年农村电商行业资产总计

图表：2013-2015年农村电商行业负债总计

图表：2013-2015年农村电商行业竞争力分析

图表：2013-2015年农村电商市场价格走势

图表：2013-2015年农村电商行业主营业务收入

图表：2013-2015年农村电商行业主营业务成本

图表：2013-2015年农村电商行业销售费用分析

图表：2013-2015年农村电商行业管理费用分析

图表：2013-2015年农村电商行业财务费用分析

图表：2013-2015年农村电商行业销售毛利率分析

图表：2013-2015年农村电商行业销售利润率分析

图表：2013-2015年农村电商行业成本费用利润率分析

图表：2013-2015年农村电商行业总资产利润率分析

图表：2013-2015年农村电商行业集中度

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/284927.html>