

2020-2026年中国农村电商 产业发展现状与投资前景报告

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

《2020-2026年中国农村电商产业发展现状与投资前景报告》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/202007/176249.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

2017年农村电商融资轮次上排名前三的分别是：天使轮融资、Pre-A轮融资以及A轮融资。

在融资轮次上，前期融资占据较大比例，A轮前的融资占到了37.6%。大量前期融资表明农村电商还处于发展期，不断出现新项目出现并获资本青睐。新入局者也络绎不绝，表明行业还存在着巨大的机会，需求远未被满足，获得B轮以上的企业占比较小。一方面也表明行业竞争激烈，早些创业并幸存且进一步获得融资的农村电商企业不多。2017年中国农村电商融资轮次2017年中国农村电商融资轮次占比

中企顾问网发布的《2020-2026年中国农村电商产业发展现状与投资前景报告》共十七章。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、2013-2019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、2013-2019年世界农村电商产业发展现状

二、2013-2019年国际农村电商产业发展态势

三、2013-2019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2013-2019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2013-2019年中国农村电商行业发展概述

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2013-2019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

2017年农村电商行业总融资金额不少于62亿元。其中，融资金额超过1亿元的融资事件达11起。从融资金额排名来看，融资金额最高的是易果生鲜，达到3亿美元（约19亿元）；其次是每日优鲜，达到2.3亿美元；再次是汇通达的5亿元融资。

从2017年中国农村电商融资金额占比来看：融资金额在1000万元-5000万元之间的占比最大，达38%；其次为融资小于500万元，占比31%；值得提出的是融资金额在5000万元以下的占七成。2017年中国农村电商融资金额占比

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2013-2019年中国农村电商行业供需分析

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

(1) 阿里巴巴

(2) 京东集团

二、老牌农资企业

(1) 中国购肥网

(2) 买肥网

(3) 农信商城

三、垂直型农资电商平台

(1) 云农场

(2) 农一网

四、服务导向型农资电商

(1) 农医生

(2) 益农宝

五、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

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

第二节农村电商行业产量分析

一、我国农村电商产量分析

二、我国农村电商产量预测

第三节农村电商行业进出口分析

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、2020-2026年行业趋势预测分析

五、2020-2026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、2020-2026年行业趋势预测分析

五、2020-2026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、2020-2026年行业趋势预测分析

五、2020-2026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、2020-2026年行业趋势预测分析

五、2020-2026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、2020-2026年行业趋势预测分析

五、2020-2026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、2020-2026年行业趋势预测分析

五、2020-2026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、2020-2026年行业趋势预测分析

五、2020-2026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、2020-2026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、2020-2026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、2020-2026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
- (4) 全国菜鸟驿站系统
- (5) 区县大家电配送入户

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

四、菜鸟网络未来发展规划

- (1) 启动物流方面的上行
- (2) 菜鸟网络+苏宁物流
- (3) 对社会物流公司开放

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

第三节 苏宁云商农村电商物流布局

一、全覆盖网络平台布局

(1) 县级直营店

(2) 乡镇加盟店

(3) 村级代理人

二、农村电商物流建设

(1) “正向”布局

(2) “逆向”布局

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、2020-2026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

四、品牌服务特色

五、品牌经营情况

六、品牌竞争优势

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

四、品牌服务特色

五、品牌经营情况

六、品牌竞争优势

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

四、品牌服务特色

五、品牌经营情况

六、品牌竞争优势

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
- 四、品牌服务特色
- 五、品牌经营情况
- 六、品牌竞争优势

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
- 四、品牌服务特色
- 五、品牌经营情况
- 六、品牌竞争优势

第六节 新都化工

- 一、品牌基本情况
- 二、品牌盈利模式
- 三、品牌服务网络
- 四、品牌服务特色
- 五、品牌经营情况
- 六、品牌竞争优势

第七节 新希望

- 一、品牌基本情况
- 二、品牌盈利模式
- 三、品牌服务网络
- 四、品牌服务特色
- 五、品牌经营情况
- 六、品牌竞争优势

第八节 金正大

- 一、品牌基本情况
- 二、品牌盈利模式
- 三、品牌服务网络
- 四、品牌服务特色

五、品牌经营情况

六、品牌竞争优势

第九节 华英农业

一、品牌基本情况

二、品牌盈利模式

三、品牌服务网络

四、品牌服务特色

五、品牌经营情况

六、品牌竞争优势

第十节 史丹利

一、品牌基本情况

二、品牌盈利模式

三、品牌服务网络

四、品牌服务特色

五、品牌经营情况

六、品牌竞争优势

第十四章 农村电商行业投资前景研究分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节 农村电商行业投资效益分析

一、农村电商行业投资状况

二、农村电商行业投资效益

三、2020-2026年农村电商行业投资方向

四、2020-2026年农村电商行业投资建议

第四节农村电商行业投资前景研究

第十五章农村电商行业投资前景预警

第一节影响农村电商行业发展的主要因素

一、影响农村电商行业运行的有利因素

二、影响农村电商行业运行的稳定因素

三、影响农村电商行业运行的不利因素

四、我国农村电商行业发展面临的挑战

五、我国农村电商行业发展面临的机遇

第二节农村电商行业投资前景预警

一、2020-2026年农村电商行业市场风险预测

二、2020-2026年农村电商行业政策风险预测

三、2020-2026年农村电商行业经营风险预测

四、2020-2026年农村电商行业技术风险预测

五、2020-2026年农村电商行业竞争风险预测

六、2020-2026年农村电商行业其他风险预测

第十六章农村电商行业发展趋势分析

第一节2020-2026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

二、2020-2026年我国农村电商发展趋势分析

第二节2020-2026年农村电商发展趋势分析

一、2020-2026年农村电商技术趋势分析

二、2020-2026年农村电商价格趋势分析

第三节2020-2026年中国农村电商行业供需预测

一、2020-2026年中国农村电商供给预测

二、2020-2026年中国农村电商需求预测

三、2020-2026年中国农村电商价格预测

第四节2020-2026年农村电商行业规划建议

一、2020-2026年农村电商行业整体规划

二、2020-2026年农村电商行业发展预测

三、2020-2026年农村电商行业规划建议

第十七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：2014-2019年我国农村电商供应情况

图表：2014-2019年我国农村电商需求情况

图表：2020-2026年中国农村电商市场规模预测

图表：2020-2026年我国农村电商供应情况预测

图表：2020-2026年我国农村电商需求情况预测

图表：2014-2019年我国农村电商市场规模统计表

图表：2020-2026年中国农村电商行业市场规模预测

图表：2020-2026年中国农村电商行业资产规模预测

图表：2020-2026年中国农村电商行业利润合计预测

图表：2020-2026年中国农村电商行业盈利能力预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/176249.html>