



艾凯咨询
ICAN Consulting

2021-2026年中国农村电商行业市场专项调研及投资前景分析报告

一、调研说明

《2021-2026年中国农村电商行业市场专项调研及投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/359357.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

农村电子商务，通过网络平台嫁接各种服务于农村的资源，拓展农村信息服务业务、服务领域，使之兼而成为遍布县、镇、村的三农信息服务站。作为农村电子商务平台的实体终端直接扎根于农村服务于三农，真正使三农服务落地，使农民成为平台的最大受益者。2015年10月14日国务院总理李克强主持召开国务院常务会议，决定完善农村及偏远地区宽带电信普遍服务补偿机制，缩小城乡数字鸿沟；部署加快发展农村电商，通过壮大新业态促消费惠民生；确定促进快递业发展的措施，培育现代服务业新增长点。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

(5) 山东博兴

- 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

(6) 浙江海宁

- 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

(7) 甘肃成县

- 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

(8) 吉林通榆

- 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

(9) 陕西武功

- 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

(10) 江苏沙集

- 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) 借助第三方平台
 - 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规模偏小

(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) 企业主营业务分析

3) 企业经营状况分析

4) 农村电商业务展望

（2）智慧农业

- 1) 企业发展简况分析
- 2) 企业主营业务分析
- 3) 企业经营状况分析
- 4) 农村电商业务展望

（3）大北农

- 1) 企业发展简况分析
- 2) 企业主营业务分析
- 3) 企业经营状况分析
- 4) 农村电商相关业务

（4）诺普信

- 1) 企业发展简况分析
- 2) 企业主营业务分析
- 3) 企业经营状况分析
- 4) 农村电商业务展望

（5）吉峰农机

- 1) 企业发展简况分析
- 2) 企业主营业务分析
- 3) 企业经营状况分析
- 4) 农村电商业务展望

（6）新都化工

- 1) 企业发展简况分析
- 2) 企业主营业务分析
- 3) 企业经营状况分析
- 4) 农村电商业务展望

（7）新希望

- 1) 企业发展简况分析
- 2) 企业主营业务分析
- 3) 企业经营状况分析
- 4) 农村电商业务展望

（8）金正大

- 1) 企业发展简况分析

- 2) 企业主营业务分析
- 3) 企业经营状况分析
- 4) 农村电商业务展望

(9) 华英农业

- 1) 企业发展简况分析
- 2) 企业主营业务分析
- 3) 企业经营状况分析
- 4) 农村电商业务展望

(10) 史丹利

- 1) 企业发展简况分析
- 2) 企业主营业务分析
- 3) 企业经营状况分析
- 4) 农村电商业务展望

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

(2) 美味七七

(3) 淘常州

(4) 莆田网

(5) 青年菜君

(6) 本来生活网

(7) 龙宝溯源商城

(8) 中国地理标志产品商城

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) 人才与技术支持难题

(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、村级代理人

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(AK HT)

4.1.32016-2020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

图表目录：

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：7：2020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

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/359357.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。