

2020-2026年中国农村电商 市场深度评估与战略咨询报告

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年中国农村电商市场深度评估与战略咨询报告》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/202003/155910.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

2019年全国农村实物类产品网络零售额7826.6亿元人民币，同比增长35.1%，占全国实物商品网上零售额的比重为14.28%。我们测算2018-2020年农村电商件复合增速将达到46%。

2018-2020年农村电商件预测数据

-

2017A

2018E

2019E

2020E

农村实物类产品网络零售额(亿元)

7826.6

10868.80

15093.50

20960.35

同比增速

35.10%

38.87%

38.87%

38.87%

客单价(元)

232

220.4

209.38

198.911

农村电商件(亿件)

33.74

49.31

72.09

105.38

同比增速

-

46.18%

46.18%

46.18% 数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的2020-2026年中国农村电商市场深度评估与战略咨询报告》共十六章。首先介绍了农村电商相关概念及发展环境，接着分析了中国农村电商规模及消费需求，然后对中国农村电商市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国农村电商面临的机遇及发展前景。您若想对中国农村电商有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一部分 农村电商行业运营分析

第一章 中国农村电商行业发展情况分析

第一节 中国物流行业总体发展情况

一、物流总额情况分析

二、物流总费用情况分析

三、物流业增加值情况分析

四、物流固定资产投资情况分析

五、物流业景气情况分析

第二节 中国农村电商行业经营情况分析

一、中国邮政业经营情况分析

1、邮政业收入情况分析

2、邮政业业务总量情况分析

3、邮政业经营规模分析

二、中国农村电商行业业务量情况分析

1、农村电商业务量情况分析

2、业务量业务结构分析

3、业务量区域结构分析

4、业务量企业结构分析

三、中国农村电商行业收入情况分析

1、农村电商收入情况分析

2、收入业务结构分析

3、收入区域结构分析

四、中国农村电商行业业务量与收入对比分析

1、业务量与收入增长率对比分析

2、业务量与收入结构对比分析

五、中国农村电商行业市场地位分析

1、农村电商行业占邮政业收入比重分析

2、农村电商行业占邮政业经营规模比重分析

第三节 中国农村电商行业消费者申诉情况分析

一、农村电商消费者申诉情况分析

1、消费者申诉量分析

2、消费者申诉量结构分析

3、主要问题申诉量各月变化趋势图

二、网购消费者申诉情况分析

1、消费者申诉量分析

2、消费者申诉量结构分析

3、消费者申诉量变化趋势分析

4、主要问题申诉量占总量比重趋势分析

第二章 2020-2026年我国农村电商业市场供需形势分析

第一节 我国农村电商业市场供需分析

一、2015-2019年我国农村电商业供给情况

1、我国农村电商业供给分析

2、重点企业市场占有率

二、2015-2019年我国农村电商业需求情况

1、农村电商业需求市场

2、农村电商业客户结构

3、农村电商业需求的地区差异

三、2015-2019年我国农村电商业供需平衡分析

第二节 农村电商业市场应用及需求预测

一、农村电商业产品应用市场总体需求分析

1、农村电商业产品应用市场需求特征

2、农村电商业产品应用市场需求总规模

二、2020-2026年农村电商业领域需求量预测

1、2020-2026年农村电商业领域需求功能预测

2、2020-2026年农村电商业领域需求市场格局预测

三、重点行业农村电商业需求分析预测

第三章 农村电商行业经济运行分析

第一节 2019年农村电商行业主要经济指标分析

一、农村电商行业主要经济指标

二、2019年农村电商行业主要经济指标分析

第二节 2019年我国农村电商行业绩效分析

一、2019年行业供应能力

二、2019年行业规模情况

三、2019年行业盈利能力

四、2019年行业经营发展能力

五、2019年行业偿债能力分析

第四章 中国网络购物物流配送分析

第一节 中国网络购物市场分析

一、网络购物市场发展概况

1、网购用户规模及渗透率

2、网购市场规模及预测

3、网购行业细分商品分析

4、网购消费动机和消费水平

二、网购市场竞争状况分析

1、网络购物市场竞争业态

2、购物网站市场结构分析

3、购物网站市场份额分析

4、购物网站用户渗透率

5、购物网站用户转化率

三、中国网购用户情况分析

1、城市网购环境分析

2、网购下单网站分析

四、中国网络商店分布分析

1、网络商店规模趋势分析

2、网络商店区域布局分析

五、2015-2019年网商发展指数分析

1、2015-2019年网商综合指数排名

2、2015-2019年网商发展规模排名

3、2015-2019年网商分布密度排名

4、2015-2019年网商经营水平排名

5、2015-2019年网商生态指数排名

6、2015-2019年网商增长趋势排名

第二节 网购物流配送发展分析

一、网购市场发展现状及前景分析

1、中国网购市场交易规模

2、中国网购市场发展预测

二、物流配送对网络购物的影响分析

三、网络购物物流配送存在的问题

四、网络购物物流配送解决措施分析

1、网络购物本地配送措施

2、网络购物异地配送措施

第三节 网购配送发展策略分析

一、网购市场与配送市场匹配度分析

1、物流配送在网购中的价值分析

2、物流配送是网络购物的短板

二、电子商务对现代物流行业影响分析

1、电子商务提高了现代物流业的地位

2、电子商务将促进现代物流业量的扩大

3、电子商务将促进现代物流业质的提高

4、未来我国电子商务物流的发展策略

三、电子商务物流与农村电商业共谋发展

1、电子商务与农村电商物流行业的发展现状2013-2019年农村实物类产品网络零售额数据来源
：公开资料整理

- 2、电子商务带动农村电商业发展
- 3、电商企业与农村电商企业开始交叉扩张
- 4、民营农村电商企业针对电子商务推出新服务
- 5、农村电商业与电商业互相渗透进程加速
- 6、电商企业积极试水农村电商自提模式

四、电子商务企业物流配送策略分析

- 1、自建物流与外包物流对比分析
- 2、电子商务企业自建物流发展分析
- 3、电子商务企业外包物流发展分析
- 4、电子商务企业免运费策略分析

五、农村电商企业网购物流配送策略分析

- 1、网络购物农村电商订单规模分析
- 2、个人卖家农村电商服务需求分析
- 3、农村电商企业网购配送策略分析

第二部分 农村电商行业市场前景

第五章 中国农村电商行业市场前景预测

第一节 中国农村电商行业投资风险分析

- 一、中国农村电商行业政策风险分析
- 二、中国农村电商行业法律风险分析
- 三、中国农村电商行业监管风险分析
- 四、宏观经济波动带来的风险

第二节 中国农村电商行业发展策略分析

- 一、农村电商行业发展的影响因素分析
- 二、中国农村电商行业发展策略分析
- 1、农村电商行业总体发展策略分析
- 2、中小型农村电商企业发展策略
- 3、农村电商企业的发展方向分析
- 三、中国农村电商行业营销策略分析
- 1、国际农村电商巨头营销策略

2、农村电商企业经营战略分析

3、农村电商企业营销案例分析

第三节 中国农村电商行业前景预测分析

一、中国农村电商行业发展趋势分析

二、全球农村电商行业发展前景展望

三、中国农村电商行业市场规模预测

第六章 2020-2026年农村电商业面临的困境及对策

第一节 2019年农村电商业面临的困境

第二节 农村电商业企业面临的困境及对策

一、重点农村电商业企业面临的困境及对策

1、重点农村电商业企业面临的困境

2、重点农村电商业企业对策探讨

二、中小农村电商业企业发展困境及策略分析

1、中小农村电商业企业面临的困境

2、中小农村电商业企业对策探讨

三、国内农村电商业企业的出路分析

第三节 中国农村电商业存在的问题及对策

一、中国农村电商业存在的问题

1、我国农村电商行业面临的生存困境

2、中国农村电商业存在的隐患

3、我国农村电商的标准化滞后

二、农村电商业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国农村电商行业发展策略分析

一、农村电商行业发展的影响因素分析

二、中国农村电商行业发展策略分析

1、农村电商行业总体发展策略分析

2、中小型农村电商企业发展策略

3、农村电商企业的发展方向分析

三、中国农村电商行业营销策略分析

1、国际农村电商巨头营销策略

2、农村电商企业经营战略分析

3、农村电商企业营销案例分析

4、农村电商企业业务扩展案例分析

第三部分 电商农村电商环境透视

第七章 电商农村电商行业发展综述

第一节 电商农村电商行业定义及特征

一、行业定义

二、行业模式分类

第二节 电商农村电商行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 电商农村电商行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、经济周期性

四、附加值的提升空间

五、风险性

第八章 电商农村电商行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 电商农村电商行业政治法律环境（P）

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、电商农村电商行业标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、国内宏观经济形势分析

二、“十三五”时期我国经济形势预测

三、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

一、电商农村电商产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、电商农村电商行业技术发展现状

二、电商农村电商行业技术发展趋势

第九章 中国电子商务市场分析

第一节 中国电子商务规模（2014-2019年数据）

一、网络购物用户规模

二、电子商务交易总额规模

三、网上零售交易额规模

四、电阻商务服务业规模

五、农村网络零售交易额规模

六、电子商务就业人员规模

七、第三方互联网支付交易规模

第二节 中国电子商务发展特点

第三节 中国电子商务发展问题与挑战

第四节 中国电子商务发展趋势展望

第五节 中国电子商务服务业分析

一、交易服务业

二、支撑服务业

三、衍生服务业

第四部分 电商农村电商深度分析

第十章 中国电商农村电商行业运营形势分析

第一节 我国电商农村电商行业发展状况分析

一、行业发展历程和阶段

二、行业发展现状及特点

三、行业发展存在的问题及对策

四、行业商业模式分析

第二节 2015-2019年电商农村电商行业运行现状分析

一、行业资产规模分析

二、行业市场发展特点

第三节 2015-2019年电商农村电商市场经营情况分析

一、行业总产值

二、行业销售额分析

三、行业利润总额分析

第四节 2015-2019年中国电商农村电商行业企业分析

一、企业数量变化分析

二、企业所有制结构分析

三、企业地域分布分析

第五节 2015-2019年中国电商农村电商行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业营运能力分析

三、行业偿债能力分析

四、行业发展能力分析

第六节 我国电商农村电商市场价格走势分析

一、电商农村电商市场定价机制组成

二、电商农村电商市场价格影响因素

三、电商农村电商价格走势分析

四、2020-2026年电商农村电商价格走势预测

第十一章 中国电商农村电商行业上下游分析

第一节 电商农村电商上游行业研究分析

一、电商农村电商上游行业市场状况分析

二、电商农村电商上游行业供应情况分析

三、2020-2026年电商农村电商上游行业发展趋势分析

第二节 电商农村电商下游行业研究分析

一、电商农村电商下游行业市场状况分析

二、电商农村电商下游行业需求情况分析

三、2020-2026年电商农村电商下游行业发展趋势分析

第五部分 电商农村电商竞争格局

第十二章 2020-2026年电商农村电商行业竞争形势分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、电商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

二、电商农村电商行业集中度分析

1、市场集中度分析

2、企业集中度分析

3、区域集中度分析

三、电商农村电商行业SWOT分析

1、电商农村电商行业优势分析

2、电商农村电商行业劣势分析

3、电商农村电商行业机会分析

4、电商农村电商行业威胁分析

第二节 中国电商农村电商行业竞争格局综述

一、电商农村电商行业竞争概况

1、行业品牌竞争格局

2、行业企业竞争格局

3、行业产品竞争格局

二、中国电商农村电商行业竞争力分析

1、我国电商农村电商行业竞争力剖析

2、我国电商农村电商企业市场竞争的优势

3、国内电商农村电商企业竞争能力提升途径

第十三章 重点农村电商企业竞争分析

第一节 顺丰控股公司

- 一、市场定位
- 二、产品服务
- 三、干线网络
- 四、能力建设

第二节 圆通速递公司

- 一、市场定位
- 二、产品服务
- 三、干线网络
- 四、能力建设

第三节 申通农村电商公司

- 一、市场定位
- 二、产品服务
- 三、干线网络
- 四、能力建设

第四节 韵达农村电商公司

- 一、市场定位
- 二、产品服务
- 三、干线网络
- 四、能力建设

第十四章 重点电商农村电商企业经营分析

第一节 京东

- 一、市场定位
- 二、产品服务
- 三、干线网络
- 四、能力建设

第二节 菜鸟

- 一、市场定位
- 二、产品服务

三、干线网络

四、能力建设

第三节 苏宁

一、市场定位

二、产品服务

三、干线网络

四、能力建设

第四节 亚马逊

一、市场定位

二、产品服务

三、干线网络

四、能力建设

第五节 凡客

一、市场定位

二、产品服务

三、干线网络

四、能力建设

第六节 一号店

一、市场定位

二、产品服务

三、干线网络

四、能力建设

第六部分 电商农村电商发展前景

第十五章 2020-2026年电商农村电商行业前景及趋势预测

第一节 2020-2026年电商农村电商农村电商规模预测

一、电商农村电商业务量预测

二、电商农村电商农村电商平均重量预测

三、电商农村电商农村电商数量预测

第二节 2020-2026年电商农村电商农村电商业务变化预测

第三节 2020-2026年电商农村电商企业转型方向预测

第四节 2020-2026年电商农村电商市场规模预测

- 一、电商农村电商市场容量预测
- 二、电商农村电商行业销售收入预测

第十六章 电商农村电商行业发展战略研究

第一节 电商农村电商行业发展战略研究

- 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

第二节 对中国电商农村电商品牌的战略思考

- 一、电商农村电商品牌的重要性
- 二、电商农村电商实施品牌战略的意义
- 三、电商农村电商企业品牌的现状分析
- 四、中国电商农村电商企业的品牌战略
- 五、电商农村电商品牌战略管理的策略

第三节 电商农村电商行业经营策略分析

- 一、电商农村电商市场细分策略
- 二、电商农村电商市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、电商农村电商新产品差异化战略

第四节 电商农村电商行业投资战略研究

- 一、2019年电商农村电商行业投资战略
- 二、2020-2026年电商农村电商行业投资战略
- 三、2020-2026年细分行业投资战略

图表目录：

图表：电商农村电商行业生命周期

图表：电商农村电商行业产业链结构

图表：2015-2019年中国电商农村电商行业盈利能力分析

图表：2015-2019年中国电商农村电商行业运营能力分析
图表：2015-2019年中国电商农村电商行业偿债能力分析
图表：2015-2019年中国电商农村电商行业发展能力分析
图表：2015-2019年中国电商农村电商行业经营效益分析
图表：2015-2019年不同规模企业利润总额分布
图表：2015-2019年电商农村电商行业从业人员分布
图表：2015-2019年电商农村电商行业销售收入分布
图表：2015-2019年电商农村电商行业资产总额分布
图表：2015-2019年电商农村电商行业不同规模企业结构分析
图表：2015-2019年全球电商农村电商行业市场规模
图表：2015-2019年中国电商农村电商行业市场规模
图表：2015-2019年电商农村电商行业主营业务收入
图表：2015-2019年电商农村电商行业需求分析
图表：2015-2019年电商农村电商行业集中度
图表：2020-2026年电商农村电商行业市场规模预测
图表：2020-2026年电商农村电商行业销售收入预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202003/155910.html>