

2020-2026年中国农村电商 市场深度分析与投资战略报告

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分析与投资战略报告》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/202007/176250.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年中国农村电商市场深度分析与投资战略报告》共十二章。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 2019年农村电商行业投资环境与政策分析

第一节 农村电商行业企业投资环境分析

一、农村电商行业政治环境

二、农村电商行业经济环境

三、农村电商行业社会环境

四、农村电商行业技术环境

第二节 农村电商行业企业投资SWOT分析

一、农村电商企业投资优势

二、农村电商企业投资劣势

三、农村电商企业投资机会

四、农村电商企业投资威胁

第三节 农村电商行业企业投资准入政策分析

一、农村电商行业企业投资目录

1、政府核准目录

2、鼓励类目录

3、限制类目录

二、农村电商不同类型企业投资准入政策

1、国有企业投资规定

2、民营企业投资规定

3、外资企业投资规定

三、农村电商行业重点领域投资准入政策

第二章 “互联网+”背景下农村电商行业的机会与挑战

第一节 “互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

三、“互联网+”的发展

四、“互联网+”的评价

五、“互联网+”的趋势

第二节 “互联网+”农村电商行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

第三节 “互联网+”农村电商行业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变生产厂商营销模式

三、互联网导致行业利益重新分配

四、互联网改变行业未来竞争格局

第四节 农村电商与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势分析

二、电子商务消费环境趋势分析

三、互联网技术对行业支撑作用

四、电商黄金发展期机遇分析

第三章 “一带一路”战略下农村电商行业发展机遇分析

第一节 “一带一路”主要内容及战略意义

- 一、“一带一路”的主要内容
- 二、“一带一路”的国际背景
- 三、“一带一路”的国内背景
- 四、“一带一路”的战略意义

第二节 “一带一路”农村电商企业走出去战略分析

- 一、“一带一路”战略提振沿线国家需求
- 二、“一带一路”战略促进中国企业成长
- 三、“一带一路”农村电商企业迎来机遇
- 四、“一带一路”农村电商企业走出去措施

第三节 “一带一路”农村电商行业投资潜力分析

- 一、“一带一路”农村电商行业投资现状
- 二、“一带一路”农村电商行业投资规划
- 三、“一带一路”农村电商行业投资动向
- 四、“一带一路”农村电商行业投资潜力

第四章 2015-2019年中国农村电商所属行业经营效益分析

第一节 2015-2019年农村电商行业发展分析

- 一、2019年农村电商行业发展概述
- 二、2019年农村电商行业发展现状

2017年中国农村电商融资地域中，北部地区占比最大，达30.91%；其次，东部地区占比27.27%，位列第二。从城市分布来看，上海、北京、深圳等城市排在第一梯队；广州、南京，武汉等城市排在第二梯队；西安、重庆、成都等城市排在第三梯队。

由于北、上、广、深等凭借资源的聚集优势，地处东部、北部和南部地区的一线城市依然是农村电商创业者们的最爱，西南部地区受限于经济发展水平，地方农村电商企业创业活动较为稀疏，获得的融资也较少。2017年中国农村电商融资地域分布占比

- 三、2019年农村电商行业发展分析

第二节 2015-2019年农村电商所属行业规模分析

- 一、农村电商行业企业规模分析
- 二、农村电商行业资产增长分析

三、农村电商行业销售收入分析

四、农村电商行业利润总额分析

第三节 2015-2019年农村电商所属行业经营效益

一、农村电商行业偿债能力分析

二、农村电商行业盈利能力分析

三、农村电商行业的毛利率分析

四、农村电商行业运营能力分析

第四节 2015-2019年农村电商所属行业成本费用

一、农村电商行业销售成本分析

二、农村电商行业销售费用分析

三、农村电商行业管理费用分析

四、农村电商行业财务费用分析

第五章农村电商企业主要领域投资目标与机会

第一节 农村电商企业投资目标项目评估要素

一、投资成本

二、市场需求

三、技术路线

四、综合效益

五、环境影响

第二节 领域A投资机会评估

一、政策机遇

二、市场需求

三、技术水平

四、投资案例

五、项目前景

第三节 领域B投资机会评估

一、政策机遇

二、市场需求

三、技术水平

四、投资案例

五、项目前景

第四节 领域C投资机会评估

- 一、政策机遇
- 二、市场需求
- 三、技术水平
- 四、投资案例
- 五、项目前景

第六章农村电商企业产业链投资机会分析

第一节 农村电商行业产业链分析

- 一、农村电商产业链概述
- 二、农村电商上游行业
- 三、农村电商下游行业

第二节 产业链上游市场投资分析

- 一、市场现状
- 二、需求分析
- 三、产品价格
- 四、前景预测

第三节 产业链下游市场投资潜力

一、下游领域一

- 1、行业发展现状
- 2、行业发展规模
- 3、市场需求分析
- 4、下游领用前景

二、下游领域二

- 1、行业发展现状
- 2、行业发展规模
- 3、市场需求分析
- 4、下游领用前景

三、下游领域三

- 1、行业发展现状
- 2、行业发展规模
- 3、市场需求分析

4、下游领用前景

第七章农村电商企业投资目标区域机会分析

第一节 农村电商行业企业投资目标区域

一、资源导向

二、区位导向

三、市场导向

四、政策导向

第二节 华北地区农村电商项目投资机会分析

一、华北投资优势分析

二、华北产业政策分析

三、华北市场需求规模

四、华北地区投资机会

第三节 东北地区农村电商项目投资机会分析

一、东北投资优势分析

二、东北产业政策分析

三、东北市场需求规模

四、东北地区投资机会

第四节 华东地区农村电商项目投资机会分析

一、华东投资优势分析

二、华东产业政策分析

三、华东市场需求规模

四、华东地区投资机会

第五节 华中地区农村电商项目投资机会分析

一、华中投资优势分析

二、华中产业政策分析

三、华中市场需求规模

四、华中地区投资机会

第六节 华南地区农村电商项目投资机会分析

一、华南投资优势分析

二、华南产业政策分析

三、华南市场需求规模

四、华南地区投资机会

第七节 西部地区农村电商项目投资机会分析

一、西部投资优势分析

二、西部产业政策分析

三、西部市场需求规模

四、西部地区投资机会

第八章农村电商行业重点企业分析

第一节 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

第二节 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

第三节 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）农村电商业务展望

第四节 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

第五节 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

第六节 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

第七节 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

第八节 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

第九节 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

第十节 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

第九章农村电商行业企业投资成本及效益分析

第一节 农村电商项目投资成本构成

一、成本构成

二、土地成本

三、人力成本

四、原料成本

五、动力成本

第二节 农村电商项目综合效益分析

一、经济效益

二、社会效益

三、环境效益

第三节 农村电商项目投资经济性分析

第十章 农村电商行业企业投资风险及策略

第一节 农村电商行业投资进入壁垒

一、政策壁垒

二、资金壁垒

三、技术壁垒

四、地域壁垒

第二节 农村电商行业投资外部风险预警

一、宏观经济风险

二、产业政策风险

三、环保相关风险

四、技术方面风险

第三节 农村电商企业投资内部风险预警

一、企业融资风险

二、市场价格风险

三、市场竞争风险

四、产品盈利风险

五、人才方面风险

第十一章 2020-2026年农村电商行业企业投资策略建议

第一节 农村电商行业企业投资建议

一、区域选择建议

二、项目选择建议

三、企业合作建议

第二节 企业项目融资和政策融资模式

一、项目包装融资

二、高新技术融资

三、BOT项目融资

四、IFC国际融资

五、专项资金融资

六、产业政策融资

第三节 农村电商行业企业招商引资策略建议

一、广泛搜集各方资料

二、制订各类招商方案

三、比较选择招商方案

四、招商方案具体实施

五、方案的跟踪和反馈

第四节 农村电商项目运营策略分析

一、争取政策支持

二、深化战略合作

三、优化工艺设计

四、调整资本结构

五、资源综合利用

第十二章 农村电商企业IPO运作策略及建议

第一节 国内企业境内IPO上市目的及条件

一、国内企业境内上市主要目的

二、国内企业上市需满足的条件

1、企业境内主板 IPO 主要条件

2、企业境内中小板IPO主要条件

3、企业境内创业板IPO主要条件

三、企业改制上市中的关键问题

第二节 国内企业IPO上市的相关准备

一、企业该不该上市

二、企业应何时上市

三、企业应何地上市

四、企业上市前准备

- 1、企业上市前综合评估
- 2、企业的内部规范重组
- 3、选择并配合中介机构
- 4、应如何选择中介机构

图表目录：

图表：自下而上的模式与自上而下的模式的比较

图表：产业分散化农村电商模式

图表：产业集群化农村电商模式的特点

图表：大平台农村电商模式

图表：自建平台模式的好处

图表：2019年“地平线”综合服务电子商务平台运营情况（单位：家，亿元，万次）

图表：2019年“淘宝网-浙江馆”运营情况（单位：家，种，个）

图表：传统农资流通环节分析

图表：主流农资销售模式分析

图表：农资市场容量（单位：亿元）

图表：农资电商市场发展历程

图表：上农网的特点

图表：近年来部分农资电商平台统计

图表：目前农资电商的主要类型

图表：2020-2026年我国农村网民占比预测（单位：%）

图表：2020-2026年我国农村网民人数预测（单位：亿人）

图表：2020-2026年中国农村互联网普及率预测（单位：%）

图表：2009-2019年淘宝村数量（单位：个）

图表：2014-2019年淘宝镇数量（单位：个）

图表：2020-2026年淘宝村数量预测（单位：个）

图表：2020-2026年阿里平台农产品销售规模预测（单位：亿元）

图表：2020-2026年农村网购市场规模预测（单位：亿元）

图表：2013-2019年中国城乡网民结构（单位：%）

图表：2006-2019年中国城乡居民人均可支配收入对比（单位：元，%）

图表：乡镇企业信息化存在的问题

图表：2014-2020年我国生鲜电商市场规模及预测（单位：亿元，%）

图表：现有电商企业生鲜产品物流模式

图表：直供、直销模式

图表：产、供、销一体化网络

图表：区域内冷链物流网络

图表：跨区域冷链物流网络

图表：商务部发布的农村电商扶持政策分析

图表：国务院发布的农村电商扶持政策分析

图表：交通部发布的农村电商扶持政策分析

图表：农业部发布的电商农村扶持政策分析

图表：2020年农村宽带行政村覆盖范围预测（单位：%）

图表：2007-2019年中国农村网民规模及增长情况（单位：亿人，%）

图表：2007-2019年我国电子商务的交易总额及增速（单位：万亿元，%）

图表：2014-2019年中国农村网购市场规模（单位：亿元）

图表：2012-2019年农村淘宝消费占比（单位：%）

图表：农村网购区域特征——统计网购消费增幅前100地区（单位：%）

图表：2019年县域VS城市网购消费额同比增速（单位：%）

图表：2020-2026年农村网购市场规模预测（单位：亿元）

图表：农村网购快速增长的六大动因

图表：2014-2019年阿里巴巴各平台农产品销售额（单位：亿元）

图表：电商巨头农村电商布局分析

图表：农产品第三方电子交易平台流通模式的供应链示意图

图表：农宝网的六大平台

图表：“批发市场+宅配”模式优势

图表：构建跨境农业电子商务模式

图表：2019年阿里零售平台销售额及卖家数量分布（单位：%）

图表：2019年阿里平台农产品卖家数量省域及增幅前五位

图表：2019年阿里平台农产品交易额分布（单位：%）

图表：2019年阿里零售平台涉农产品类目分布（单位：%）

图表：2019年阿里零售平台涉农产品类目增长率（单位：%）

图表：2019年阿里零售平台单品销量排行（单位：亿元）

图表：2019年阿里零售平台单品增幅排行（单位：%）

图表：2019年阿里零售平台农产品销售额及增幅排名前五位（单位：亿，%）

图表：2019年阿里零售平台农产品交易城市排名（单位：亿元）

图表：2019年阿里零售平台农产品交易县域排名（单位：亿元）

图表：2019年阿里零售平台茶叶交易量排名（单位：亿元）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/176250.html>