

中国农村电商市场盈利现状深度调研与企业发展 规划分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国农村电商市场盈利现状深度调研与企业发展规划分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/231112231112.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

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。

中国报告网发布的《中国农村电商市场盈利现状深度调研与企业发展规划分析报告》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

【报告目录】

第一章农村电商概念界定及战略意义

1.1农村电商定义及分类

1.1.1定义介绍

1.1.2内涵解析

1.1.3服务范畴

1.2农村电商项目类型

1.2.1以卖农产品为主

1.2.2向农村卖商品为主

1.2.3向农村出售服务为主

1.2.4从事农村物流、冷链运输项目

1.2.5以农村资源汇集为主

1.3农村电商发展的战略意义

1.3.1解决“三农”问题

1.3.2推动我国新农村建设

1.3.3促进传统农业发展

1.3.4促进地方经济发展

1.3.5促进我国“包容性增长”

第二章2013-2015年中国农村电商发展的基础条件分析

2.1经济基础

2.1.1国民经济整体概况

2.1.2农村经济发展现状

2.1.3农村经济发展趋势

2.1.4农村居民收入水平

2.2硬件基础

2.2.1农村基础设施建设现状

2.2.2农村宽带网络覆盖情况

2.2.3农村移动通信基建状况

2.2.4农村物流网络铺设状况

2.3社会基础

2.3.1农村人口规模统计

2.3.2农村居民消费水平

2.3.3农村居民消费变革

2.3.4农村网民规模分析

2.3.5农村网民构成特征

2.3.6农村网络普及应用

2.4技术基础

2.4.1网络技术

2.4.2web浏览技术

2.4.3安全技术

2.4.4数据库技术

2.4.5电子支付技术

2.4.6大数据

第三章2013-2015年中国农村电商发展的政策法规环境

3.1电子商务领域重点政策法规

3.1.1网络交易管理办法

3.1.2网络支付管理政策

3.1.3“电商国八条”

3.1.4电子商务法草案

3.2农村电商扶持指导政策

3.2.12015年农村电商发展任务

3.2.2农村电子商务准入门槛降低

3.2.3政府积极推动电商进军农村

3.2.4国家着力推进电商扶贫工程

3.2.5农村电子商务发展意见出台

3.2.6部分区域农村电商发展方案

3.3农村电商相关保障利好政策

3.3.1“宽带中国”战略

3.3.2宽带提速战略部署

3.3.3物流行业促进政策

3.3.4“互联网+”政策

第四章2013-2015年中国农村电商行业深度分析

4.1中国农村电商行业发展动因

4.1.1背景分析

4.1.2始动因素

4.1.3基础因素

4.1.4竞争因素

4.2中国农村电商行业运行概况

4.2.1行业基本特征

4.2.2行业发展成就

4.2.3行业积极变化

4.2.4产业集群化现状

4.2.5行业发展趋向

4.2.6市场热点分析

4.2.7行业经济效益

4.3中国农村电商行业阶段特征

4.3.1农村电商的1.0时代

4.3.2农村电商的2.0时代

4.3.3农村电商的3.0时代

4.4中国农村电商市场规模分析

4.4.1电商平台规模

4.4.2网络购物规模

4.4.3团购规模

4.4.4网上支付规模

4.5中国农村电商市场竞争分析

4.5.1农村电商市场的竞争格局剖析

4.5.2农村电商市场的两股势力分析

4.5.3电商企业在农村市场各具优势

4.5.4电商企业加速渠道下沉布局农村

4.5.5家电企业竞逐农村电商市场商机

4.5.6“互联网+”下农村电商竞争焦点

第五章2013-2015年中国农村电商市场用户行为分析

5.1农村电商市场消费人群特点

5.1.1性别特征

5.1.2年龄特征

5.1.3学历特征

5.1.4收入特征

5.2农村电商市场用户消费行为特征

5.2.1上网方式

5.2.2网购目的

5.2.3访问与购物频率

5.2.4电商网站偏好

5.2.5商品品类偏好

5.2.6决策影响因素

5.2.7不满意环节

5.2.8收发便利性

5.2.9金融服务使用

5.3农村电商用户网购行为影响因素分析

5.3.1价格物流优势

5.3.2更多品类选择

5.3.3基础设施改善

5.3.4农村网商带动

5.3.5平台拉动消费

5.4农村网民互联网态度调查

5.4.1互联网信任

5.4.2互联网分享

5.4.3互联网评论

5.4.4互联网依赖

第六章农村电商运作模式分析

6.1农业电商主要模式流派

6.1.1自上而下的农村电商

6.1.2自下而上的农村电商

6.1.3产业分散化模式

6.1.4产业集群化模式

6.1.5大平台模式

6.1.6自建平台模式

6.2农业电商运行模式评估

6.2.1信息联盟服务商务模式

6.2.2农民信息服务商务模式

6.2.3企业信息服务商务模式

6.2.4综合服务商务模式

6.3农业o2o营销模式分析

6.3.1农业o2o的目标及价值

6.3.2农业o2o模式创建原则

6.3.3农业o2o模式成功案例

6.3.4农业o2o模式发展思考

6.4农村电商供应链模式改进创新

6.4.1ptoctob模式

6.4.2btob模式

6.4.3ptogtob模式

6.5a2a (areatoarea) 农村电商模式构建

6.5.1a2a模式创建背景

6.5.2a2a模式建设设计

6.5.3a2a模式下的农村经济体系

第七章农村电商典型模式分析

7.1遂昌模式

7.1.1区域背景

7.1.2电商模式

7.1.3关键特点

7.1.4模式评价

7.1.5适用地域

7.2成县模式

7.2.1区域背景

7.2.2电商模式

7.2.3关键特点

7.2.4模式评价

7.2.5适用地域

7.3通榆模式

7.3.1区域背景

7.3.2电商模式

7.3.3关键特点

7.3.4模式评价

7.3.5适用地域

7.4联盟模式

7.4.1区域背景

7.4.2电商模式

7.4.3关键特点

7.4.4模式评价

7.4.5适用地域

7.5沙集模式

7.5.1区域背景

7.5.2电商模式

7.5.3关键特点

7.5.4模式评价

7.5.5适用地域

7.6清河模式

7.6.1区域背景

7.6.2电商模式

7.6.3关键特点

7.6.4模式评价

7.6.5适用地域

7.7武功模式

7.7.1区域背景

7.7.2电商模式

7.7.3关键特点

7.7.4模式评价

7.7.5适用地域

7.8“赶街”模式

7.8.1区域背景

7.8.2电商模式

7.8.3关键特点

7.8.4模式评价

7.8.5适用地域

第八章领先农村电商平台分析

8.1淘宝网

8.1.1网站介绍

8.1.2网站特色

8.1.3网站经营状况

8.1.4网站运营模式

8.1.5农村电商战略

8.2京东商城

8.2.1网站介绍

8.2.2网站特色

8.2.3网站经营状况

8.2.4网站运营模式

8.2.5农村电商战略

8.3苏宁易购

8.3.1网站介绍

8.3.2网站特色

8.3.3网站经营状况

8.3.4网站运营模式

8.3.5农村电商战略

8.4村村乐

8.4.1网站介绍

8.4.2网站特色

8.4.3网站经营状况

8.4.4网站运营模式

8.4.5农村电商战略

8.5乐村淘

8.5.1网站介绍

8.5.2网站优势

8.5.3网站经营状况

8.5.4网站运营模式

8.5.5农村电商战略

8.6农乐巴巴

8.6.1网站介绍

8.6.2网站特色

8.6.3网站运营模式

8.6.4农村电商战略

8.7淘实惠

8.7.1网站介绍

8.7.2网站特色

8.7.3网站运营模式

8.7.4农村电商战略

第九章2013-2015年农村电商重点区域发展分析

9.1浙江省

9.1.1行业发展现状

9.1.2行业运行经验

9.1.3主要问题分析

9.1.4行业发展建议

9.1.5行业政策方案

9.2安徽省

9.2.1行业发展现状

9.2.2行业示范建设

9.2.3政企合作状况

9.2.4行业政策方案

9.3江西省

9.3.1行业发展现状

9.3.2行业示范建设

9.3.3行业发展要素

9.3.4行业发展建议

9.3.5行业政策方案

9.4山西省

9.4.1行业发展现状

9.4.2行业示范建设

9.4.3重点项目工程

9.4.4主要问题分析

9.4.5行业政策方案

9.5山东省

9.5.1行业发展现状

9.5.2政企合作状况

9.5.3重点项目工程

9.5.4行业战略措施

9.6福建省

9.6.1行业发展现状

9.6.2行业政策方案

9.6.3行业奖励措施

9.7广东省

9.7.1行业发展现状

9.7.2行业示范建设

9.7.3政企合作状况

9.7.4行业政策方案

9.8四川省

9.8.1行业发展现状

9.8.2政企合作状况

9.8.3主要问题分析

9.8.4行业政策方案

9.8.5行业鼓励措施

9.9重庆市

9.9.1行业发展现状

9.9.2行业运行经验

9.9.3行业示范建设

9.9.4政企合作状况

9.9.5行业政策方案

9.10新疆自治区

9.10.1行业发展现状

9.10.2行业示范建设

9.10.3重点项目工程

9.10.4行业政策方案

9.10.5行业奖励措施

9.11其他地区农村电商状况

9.11.1江苏省

9.11.2河北省

9.11.3河南省

9.11.4湖北省

9.11.5陕西省

9.11.6贵州省

9.11.7广西自治区

第十章2013-2015年农村电商物流发展分析

10.1农村电商物流建设发展现状

10.1.1市场潜力分析

10.1.2市场开拓状况

10.1.3发展模式及样本

10.1.4企业布局状况

10.1.5经济效应显著

10.2农村电商物流促进利好政策

10.2.1农村物流发展指导政策

10.2.2供销合作社综合改革方案

10.2.3邮政创新及邮站服务管理

10.3农村电商物流配送模式分析

10.3.1模式研究的重要性

10.3.2传统配送模式分析

10.3.3物流配送需求特征

10.3.4新型配送模式构建

10.4农村电商物流建设存在的问题

10.4.1农村物流制约因素

10.4.2农村物流主要问题

10.4.3农村物流发展缺失

10.5农村电商物流发展对策

10.5.1农村物流发展思路分析

10.5.2农村物流体系建设方案

10.5.3农村物流体系构建建议

10.5.4农村物流建设完善路径

第十一章农村电商市场主要企业分析

11.1北京大北农科技集团股份有限公司

11.1.1企业发展概况

11.1.2经营效益分析

11.1.3业务经营分析

11.1.4财务状况分析

11.1.5未来前景展望

11.2黑龙江北大荒农业股份有限公司

11.2.1企业发展概况

11.2.2经营效益分析

11.2.3业务经营分析

11.2.4财务状况分析

11.2.5未来前景展望

11.3永辉超市股份有限公司

11.3.1企业发展概况

11.3.2经营效益分析

11.3.3业务经营分析

11.3.4财务状况分析

11.3.5未来前景展望

11.4史丹利化肥股份有限公司

11.4.1企业发展概况

11.4.2经营效益分析

11.4.3业务经营分析

11.4.4财务状况分析

11.4.5未来前景展望

11.5深圳市农产品股份有限公司

11.5.1企业发展概况

11.5.2经营效益分析

11.5.3业务经营分析

11.5.4财务状况分析

11.5.5未来前景展望

11.6阿里巴巴网络技术有限公司

11.6.1企业发展概况

11.6.2经营效益分析

11.6.3农村电商业务

11.7北京京东世纪贸易有限公司

11.7.1企业发展概况

11.7.2财务状况分析

11.7.4农村电商业务

第十二章农村电商市场的问题及发展战略

12.1农村电商市场发展的关键问题

12.1.1认识问题

12.1.2人才问题

12.1.3政策问题

12.1.4物流问题

12.1.5品牌问题

12.1.6模式问题

12.1.7标准与安全问题

12.2农村电商市场存在的关卡及障碍

12.2.1政府认知误区

12.2.2市场关卡分析

12.2.3技术关卡分析

12.2.4主要障碍分析

12.3农村电商行业基本原则

12.3.1诚信原则

12.3.2依法文明原则

12.3.3绿色原则

12.3.4品牌原则

12.3.5人才原则

12.4农村电商发展的四大关键要素

12.4.1政府支持

12.4.2多形式电商企业

12.4.3高效电商模式

12.4.4高素质专业人才

12.5农村电商市场发展战略选择

12.5.1坚持“三个结合”思路

12.5.2市场切入点与着力点

12.5.3从政府与平台层面把握

12.5.4市场快速发展的建议

12.5.5行业规划引导策略

12.5.6电商平台成功经验借鉴

12.6农业电商快速发展途径分析

12.6.1修建农业信息高速路

12.6.2打造农产品销售直通车

12.6.3修好农业信息流加油站

12.6.4建设农产品质量检查站

第十三章农村电商市场投资分析

13.1农村电商市场投资形势

13.1.1大势所趋

13.1.2机***得

13.1.3需求迫切

13.2农村电商市场投资机会

13.2.1投资空间广阔

13.2.2行业盈利潜力

13.2.3市场机会分析

13.3农村电商市场投资风险

13.3.1经济风险

13.3.2信用风险

13.3.3安全风险

13.3.4技术风险

13.3.5政策法律风险

13.4农村电商市场投资策略

13.4.1投资注意事项

13.4.2投资思路建议

13.5农业电商平台投建方案

13.5.1企业自有电子商务平台

13.5.2依托第三方电子商务公共平台

13.5.3协同电子商务平台

13.5.4国际化电子商务平台

第十四章2016-2022年农村电商市场前景分析

14.1农村电商带来的市场机遇

14.1.1二三线品牌市场机遇

14.1.2农产品淘品牌新机遇

14.1.3电商服务业的新空间

14.1.4电商基础投资新蓝海

14.2农村电商市场发展前景与空间

14.2.1行业机遇风险并存

14.2.2农资电商前景广阔

14.2.3市场发展趋势分析

14.2.4未来市场增长空间

14.2.52016-2022年中国农村电商市场规模预测

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/231112231112.html>