

2020年中国农村电商市场分析报告- 行业现状调查与未来动向研究

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《2020年中国农村电商市场分析报告-行业现状调查与未来动向研究》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/467562467562.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

据数据统计，2018年我国农村网络零售额接近1.37万亿元，同比增长30.4%，农产品上行、电商精准扶贫、农村电商基础设施及服务体系等方面都取得新的进展。

近年来随着互联网的高速发展，互联网普及率大大提高，网民规模得到进一步扩大。使得我国电商市场快速发展。数据显示，2018年我国电子商务交易规模继续扩大并保持高速增长态势。根据数据显示，2018年我国电子商务交易额31.63万亿元，同比增长8.5%；网上零售额9.01万亿元，同比增长23.9%；跨境电商进出口商品总额1347亿元，同比增长50%；全国快递服务企业业务量累计达到507.1亿件，同比增长26.6%；电子商务从业人员达4700万人，同比增长10.6%。

在全国电商发展的同时，互联网的高速发展也带动了我国农村电商的发展，促使我国农村电商整体一直处于高速发展阶段。近年来，农村电商网络零售额占全网零售额的占比不断扩大，说明多年了农村地区的经济在电商高速发展下有了相当程度的发展。据了解，四年来电商零售额增幅超200%，而农村网络零售额翻了六番，其增速直接反应了国家和社会各界对农村地区发展的重视度和支持力度。

农村电子商务发展现状

农村网民规模持续增加

截至2018年底，中国农村网民规模为2.2亿，占整体网民的26.7%，较2017年底增加1291万人，增长率为6.2%；农村地区互联网普及率为38.4%，较2017年底提升3%

农村电商规模稳步提升

2018年全国农村网络零售额达1.37万亿元，同比增长30.4%，比全国网络零售额增速高6.5个百分点，占全国网络零售额的15.2%。

农产品电商快速增长

随着农村网络、物流等基础设施的不断完善，农民运用电子商务的意识和能力不断增加，电子商务带动农产品上行，促进农民增收的作用进一步显现。2018年全国农产品网络零售额达2305亿元，同比增长33.8%，比全国网络零售额增高9.9%。

资料来源：《中国农村电子商务报告(2018)》

农村电子商务发展特点

政策支持不断强化

国家对农村电商的政策支持力度持续加大，2014-2018年，连续5年的中央“一号文件”均明确提出发展农村电商。2019年中央“一号文件”仍重视“三农”，更是提出到2020年确保现行标准下农村贫困人口实现脱贫、贫困县全部摘帽、解决区域性整体贫困。

支撑服务体系进一步完善

2018年，中国农村地区的宽带网络、快递配送、冷链物流、农产品上行等支撑服务体系进

一步得到了完善。

“快递下乡”持续深入推进。2018年，全国乡镇快递网点覆盖率达到92.4%。21个省份实现乡镇快递网点全覆盖。

服务体系建设进一步加强

2014年以来，商务部联合多部委开展了电子商务进农村综合示范工作，重点支持电子商务示范县的基层站点、县乡物流、人才培养、电商园区等农产品上行服务体系建设。经过五年的推进，取得了较大的进展。2018年，前四批756个示范县实现网络零售额6192.4亿元，同比增长43%。累计建设县级电子商务服务中心和县级物流配送中心1000多个，乡村服务站点8万多个。

脱贫攻坚成效进一步显现

2018年电子商务进农村综合示范进一步聚焦脱贫攻坚，向深度贫困地区倾斜，新增示范县260个，其中国家级贫困县238个，欠发达革命老区县22个。电子商务进农村综合示范累计支持1016个示范县，覆盖全国28个省区，其中，国家级贫困县737个，占国家级贫困县总数的88.6%，其中深度贫困县137个。2018年，国家级贫困县网络零售额达697.9亿元，同比增长36.4%，增速比农村网络零售额增速高6%，比全国网络零售额增速高12.5%，电商扶贫成效显著。

社交电商打开农产品上行新通路

2018年，社交电商、小程序、短视频等电子商务新模式、新业态取得快速发展。据数据显示，中国社交电商月活跃用户量达到1.7亿人。

资料来源：《中国农村电子商务报告(2018)》

未来，中国农村电商发展将转向品牌、品质、服务、体验导向和新阶段，驱动农业发展方向向现代农业转型升级。

农村电商发展趋势

农村电商持续助力乡村振兴

促进乡村产业振兴。农村电商拓展了乡村既有产业的网络销售，聚合分散的特色产品成为本地特色产业，有力带动产业发展和农民增收。同时，农村电商催生了一些农村新产业。

促进乡村人才振兴。农村电商的兴起，带动了一批年轻人到农村创业，实现了乡村人才的回流，有利于破解人才瓶颈制约。全国返乡下乡创业人员达740万人，分布在电子商务、休闲农业和乡村旅游等领域。

农村电商向产业链加速延伸

农业农村部、财政部将优势特色主导产业发展纳入农业生产发展资金项目予以支持，推进集约化、标准化和规模化生产，着力发展优势特色主导产业带和重点生产区域，培育打造一批有影响力的区域和产品品牌。

农村电商迎来高质量发展新阶段

农村电商的发展，必须适应互联网消费升级，适应消费者对“价格敏感”转向对“品质敏感”的趋势，要从拼价格转向拼品质，拼商品转向拼服务，满足消费者多元细分的诉求，提供差异化、个性化的商品和服务，避免同质化的竞争。农村电商将从农业生产、农产品运输、营销、销售等各个方面进行相应优化升级。

资料来源：《中国农村电子商务报告(2018)》ww

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国农村电商市场分析报告-行业现状调查与未来动向研究》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国农村电商行业发展概述

第一节 农村电商行业发展情况概述

- 一、农村电商行业相关定义
- 二、农村电商行业基本情况介绍
- 三、农村电商行业发展特点分析

第二节 中国农村电商行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、农村电商行业产业链条分析
- 三、中国农村电商行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国农村电商行业生命周期分析

一、农村电商行业生命周期理论概述

二、农村电商行业所属的生命周期分析

第四节 农村电商行业经济指标分析

一、农村电商行业的赢利性分析

二、农村电商行业的经济周期分析

三、农村电商行业附加值的提升空间分析

第五节 中国农村电商行业进入壁垒分析

一、农村电商行业资金壁垒分析

二、农村电商行业技术壁垒分析

三、农村电商行业人才壁垒分析

四、农村电商行业品牌壁垒分析

五、农村电商行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球农村电商行业市场发展现状分析

第一节 全球农村电商行业发展历程回顾

第二节 全球农村电商行业市场区域分布情况

第三节 亚洲农村电商行业地区市场分析

一、亚洲农村电商行业市场现状分析

二、亚洲农村电商行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲农村电商行业市场前景分析

第四节 北美农村电商行业地区市场分析

一、北美农村电商行业市场现状分析

二、北美农村电商行业市场规模与市场需求分析

三、北美农村电商行业市场前景分析

第五节 欧盟农村电商行业地区市场分析

一、欧盟农村电商行业市场现状分析

二、欧盟农村电商行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟农村电商行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界农村电商行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球农村电商行业市场规模预测

第三章 中国农村电商产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品农村电商总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国农村电商行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国农村电商产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国农村电商行业运行情况

第一节 中国农村电商行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国农村电商行业市场规模分析

第三节 中国农村电商行业供应情况分析

第四节 中国农村电商行业需求情况分析

第五节 中国农村电商行业供需平衡分析

第六节 中国农村电商行业发展趋势分析

第五章 中国农村电商所属行业运行数据监测

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、行业资产规模分析

第二节 中国农村电商所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国农村电商所属行业财务指标分析

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

第六章 2017-2020年中国农村电商市场格局分析

第一节 中国农村电商行业竞争现状分析

一、中国农村电商行业竞争情况分析

二、中国农村电商行业主要品牌分析

第二节 中国农村电商行业集中度分析

一、中国农村电商行业市场集中度分析

二、中国农村电商行业企业集中度分析

第三节 中国农村电商行业存在的问题

第四节 中国农村电商行业解决问题的策略分析

第五节 中国农村电商行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国农村电商行业需求特点与动态分析

第一节 中国农村电商行业消费市场动态情况

第二节 中国农村电商行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 农村电商行业成本分析

第四节 农村电商行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国农村电商行业价格现状分析

第六节 中国农村电商行业平均价格走势预测

一、中国农村电商行业价格影响因素

二、中国农村电商行业平均价格走势预测

三、中国农村电商行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国农村电商行业区域市场现状分析

第一节 中国农村电商行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区农村电商市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区农村电商市场规模分析

四、华东地区农村电商市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区农村电商市场规模分析

四、华中地区农村电商市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区农村电商市场规模分析

四、华南地区农村电商市场规模预测

第九章 2017-2020年中国农村电商行业竞争情况

第一节 中国农村电商行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国农村电商行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国农村电商行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 农村电商行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国农村电商行业发展前景分析与预测

第一节 中国农村电商行业未来发展前景分析

一、农村电商行业国内投资环境分析

二、中国农村电商行业市场机会分析

三、中国农村电商行业投资增速预测

第二节 中国农村电商行业未来发展趋势预测

第三节 中国农村电商行业市场发展预测

一、中国农村电商行业市场规模预测

二、中国农村电商行业市场规模增速预测

三、中国农村电商行业产值规模预测

四、中国农村电商行业产值增速预测

五、中国农村电商行业供需情况预测

第四节 中国农村电商行业盈利走势预测

一、中国农村电商行业毛利润同比增速预测

二、中国农村电商行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国农村电商行业投资风险与营销分析

第一节 农村电商行业投资风险分析

一、农村电商行业政策风险分析

二、农村电商行业技术风险分析

三、农村电商行业竞争风险分析

四、农村电商行业其他风险分析

第二节 农村电商行业企业经营发展分析及建议

一、农村电商行业经营模式

二、农村电商行业销售模式

三、农村电商行业创新方向

第三节 农村电商行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国农村电商行业发展战略及规划建议

第一节 中国农村电商行业品牌战略分析

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

第二节 中国农村电商行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国农村电商行业战略综合规划分析

- 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

第十四章 2021-2026年中国农村电商行业发展策略及投资建议

第一节 中国农村电商行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国农村电商行业定价策略分析

第三节 中国农村电商行业营销渠道策略

- 一、农村电商行业渠道选择策略
- 二、农村电商行业营销策略

第四节 中国农村电商行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国农村电商行业重点投资区域分析
- 二、中国农村电商行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/467562467562.html>