2024-2029年中国农村电商市场前瞻预测与投资规划分析报告

目 录

CONTENTS

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

1）定义

2）案例

（2）自下而上的模式

1）定义

2）特点

3）案例

4）自下而上的模式与自上而下的模式的比较

（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

1、模式

2、特点

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

1、清河模式

2、清河的专业市场

3、清河模式的特点

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

1、加强政策扶持，引导推动发展

2、立足传统产业，创新产品开发

3、注重宣传发动，强化人才培育

4、深化电商合作，打造特色品牌

（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
1、模式
2、特点
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
1、发展模式
2、特点
4）成功经验分析
5）政府配套政策
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
1）农村电子商务综合平台
2）农产品信息发布系统
3）移动端电子商务平台
4）网商创业扶持培训
5）网商创业保障服务
6）农业基地信息化
7）客服中心
8）营销推广中心
（4）产品综合展示中心建设
1）产品体验销售区
1、、产品视频展示区
（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 农村电商发展现状及趋势分析
1.3.1 农村电商发展基础及政策环境分析
（1）农村网民数量增长情况
（2）农村快递网点布局情况
（3）电商平台渠道下沉情况
1）移动电商活跃用户规模
2）下沉市场电商用户规模
3）“下沉市场”电商用户画像
4）“下沉市场”用户电商媒介偏好
（4）农村居民网购消费能力
1）农村居民人均可支配收入
2）农村居民人均消费支出
3）农村居民网购用户规模
4）农村居民网购消费升级趋势
（5）农村电商发展政策汇总及解读
1.3.2 农村电商发展规模分析
（1）农村网络零售规模
（2）农村电商物流体系建设规模
1）农村交通基础设施建设
2）网络基础设施建设
3）农村信息服务体系
4）农村电商物流规模
（3）农产品跨境电商规模
1.3.3 农村电商发展存在问题及对策
（1）农村电商发展存在问题
1）农村电商“最后一公里”仍存在薄弱环节
2）农产品上行要实现“从有到优”仍需突破瓶颈制约
3）农村电商可持续发展依然任重道远
（2）农村电商发展存在问题改善对策
1）加强信息基础设施建设
2）加强高质量农村电子商务平台建设
3）加强农村电子商务人才培养工作
4）强化农产品品牌建设
5）营造良好发展环境
6）完善农村电子商务扶持政策
1.3.4 疫情影响下农村电商发展机遇与挑战
（1）疫情影响下农村电商发展机遇
1）促使农村电商供应链进一步完善
2）倒逼农村电商形式多样化发展
3）加快农产品电商数字化转型
4）电商巨头加快布局带来新的市场机遇
（2）疫情影响下农村电商面临挑战
1）农产品供应链体系存在的固有问题再次得到暴露
2）新用户留存将是一个新的挑战
3）冷链技术不发达技术掣肘更为凸显

1.3.5 农村电商发展趋势及前景分析
（1）农村电商发展趋势展望
1）农村电商全面助力数字乡村建设
2）生鲜电商有望迎来新机遇
3）消费扶贫将为农村电商提供新动力
（2）农村电商发展前景预测
1）农村电商发展促进因素
2）农村电商发展前景预测
1.4 平台系企业农村电商业务布局与战略分析
1.4.1 阿里系农产品电商务布局与战略分析
（1）阿里系农产品电商发展现状分析
1）农产品整体销售情况
2）农产品电商区域分布
3）阿里零售平台上农产品销售额类目分布
4）阿里零售平台上农产品销售的市县分布
5）阿里零售平台上农产品销售的省区分布
6）以农产品销售为主的淘宝村数量及分布
7）阿里零售平台贫困县农产品电商发展情况
8）阿里零售平台农产品电商消费量省份分布
（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
5）数字农业新基建助力农产品上行
6）疫情期间阿里助农相关措施
（3）阿里系农产品电商（菜鸟网络农村电商）物流布局分析
1）菜鸟核心业务梳理
2）菜鸟网络的快递服务平台
3）菜鸟物流园区布局情况
4）菜鸟乡村物流覆盖网络
1.4.2 京东系农产品电商务布局与战略分析
（1）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
（2）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
3）京东农场
（3）京东系农产品电商物流布局分析
1）京东物流整体配送体系
2）“千县万镇24小时达”
3）京东县级服务中心
4）“京东帮”服务店
5）“京东服务+”
1.4.3 苏宁云商农村电商务布局与战略分析
（1）苏宁云商农村电商发展战略分析
1）“三化五当”战略模式
2）农村电商服务内容
3）加快农村市场拓展步伐
4）苏宁零售云智慧零售平台
（2）苏宁云商发展农村电商重点举措
1）与政府合作共推农业电商发展
2）强化苏宁易购直营店建设
3）O2O全渠道持续推进
4）双向物流推动农产品、工业品双向流动
5）打造生态全产业链
6）创新金融服务

7）推动电商人才专业化
（3）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、村级代理员
4、苏宁帮客家
2）农村电商物流建设战略部署
1、“正向”布局
2、“逆向”布局
3）苏宁骨干仓网建设
4）智慧物流布局农村
1.4.4 拼多多农产品电商业务布局与战略分析
（1）拼多多农村电商发展战略分析
1）农产品上行核心战略
2）举办“农货节”带动销量
3）“拼购”模式裂变
4）与政府合作引领扶贫新模式
（2）拼多多农村电商发展现状分析
（3）拼多多农村电商物流布局分析
1）“农货智能处理系统”+“轻仓储”模式
2）疫情期间拼多多物流创新举措
第2章：农产品电商细分市场篇
2.1 我国农产品电商发展现状分析
2.1.1 我国农产品电商相关概念与发展模式
（1）我国农产品电商相关概念
1）新农产品理念
2）数字农产品
3）农产品电商
（2）我国农产品网络零售模式
2.1.2 我国农产品电商发展现状分析
（1）我国农产品网上期货（期权）规模
（2）农产品网络零售交易规模与品类
1）交易规模
2）交易品类
2.1.3 我国农产品电商发展存在问题与政策建议
（1）我国农产品电商发展存在的问题
1）平台设计的交易模式脱离实际
2）生鲜电商仍是农产品电商“死结”
3）“网链”没有形成
4）模式同质严重
5）线上线下脱节
6）直播带货虚夸
7）诚信体系缺失
8）“劣币驱逐良币”
9）竞争成本居高
（2）2020年农产品电商发展的政策建议
1）继续重视农产品电商在“四农”工作中的作用
2）加快农产品平台“拉式”供应链创新
3）加快农产品电商数字化转型的步伐
4）加快农产品电商由高增长向高质量跨越
5）政府产业政策应给农产品电商产业供应链灯塔
2.1.4 我国农产品电商发展趋势
（1）2020年我国农产品电商发展趋势
1）2020年新冠疫情对电商的挑战和机遇
2）农产品电商是脱贫攻艰和全面小康社会重要内容
3）农产品电商下沉市场的潜力继续释放
4）数字农产品电商将进入新的时代
5）农产品电商、农产品供应链金融规模继续扩大

6）农产品电商成为2020年“六稳”工作的主要内容之一
7）智能农产品生产、流通、消费将得到较大发展
（2）“十四五”我国农产品电商发展趋势
1）规模化趋势
2）智能化趋势
3）社交化趋势
4）融合化趋势
5）国际化趋势
6）标准化趋势
7）绿色化趋势
8）特色化趋势
9）“网链化”趋势
10）品牌化趋势
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）昆明花拍中心
（2）广西糖网
（3）国家粮食交易中心
（4）全国棉花交易市场
（5）亳州中药材商品交易中心
（6）陆羽茶交中心
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）网库集团
1）企业简介
2）战略规划
3）核心产品服务
（2）惠农网
1）企业简介
2）经营情况
（3）美菜网
1）企业简介
2）经营模式
（4）本来生活网
1）企业简介
2）发展规模
3）营销案例
（5）智能农贸市场——菜丁
1）企业简介
2）企业创新
（6）一亩田
1）企业简介
2）经营模式
（7）中国地理标志产品商城
（8）美团网
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 中国生鲜农产品电商发展现状分析

2.4.1 中国生鲜农产品电商发展现状
（1）中国生鲜零售市场规模
（2）中国生鲜零售市场渠道分布
（3）中国生鲜电商市场规模
（4）中国生鲜电商市场竞争格局
2.4.2 中国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

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：浙江临安电商发展政府配套政策
图表8：杭州市临安区电子商务高质量发展三年行动计划（2019-2022年）总体发展目标
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
图表11：浙江遂昌电商发展政府配套政策
图表12：浙江遂昌农村电商模式的核心“网点服务中心”
图表13：浙江临安农村电商模式成功经验分析
图表14：2019-2022年浙江桐庐电商发展环境
图表15：浙江桐庐农村电商发展模式
图表16：河北清河电商发展环境
图表17：河北清河农村电商模式成功经验分析
图表18：2022年山东博兴县淘宝村（镇）名单
图表19：2022年山东博兴县农村电商政策重点任务
图表20：山东博兴农村电商模式成功经验分析
图表21：2022年浙江海宁县域电商环境
图表22：浙江海宁电商发展政府配套政策着力点
图表23：浙江海宁农村电商模式成功经验分析
图表24：2022年甘肃成县电商政策分析
图表25：甘肃成县农村电商模式成功经验分析
图表26：吉林通榆农村电商模式成功经验分析
图表27：截至2022年陕西武功县域电商环境
图表28：陕西武功电商发展政府配套政策
图表29：陕西武功农村电商模式成功经验分析
图表30：江苏沙集电商发展政府配套政策
图表31：农村电商公共服务平台建设内容
图表32：2022年“村村旺”农村电商综合服务平台运营情况（单位：家，亿元，万次）
图表33：2017-2022年中国农村网民数量统计情况
图表34：2016-2022年中国快递网点乡镇覆盖率（单位：%）
图表35：2018-2022年移动电商活跃用户规模（单位：亿）
图表36：2018-2022年移动电商下沉市场活跃用户规模及占比（单位：亿人，%）
图表37：2018-2022年移动电商下沉市场用户年龄分布（单位：%）
图表38：2018-2022年下沉市场用户常用电商AppTOP5安装渗透率（单位：%）
图表39：2015-2022年前三季度中国农村居民人均可支配收入情况（单位：元）
图表40：2012-2022年前三季度我国农村居民人均消费支出（单位：元）
图表41：2016-2022年上半年中国农村网络零售额（单位：亿元，%）
图表42：2015-2022年底全国农村公路（含县道、乡道、村道）里程
图表43：2018-2022年中国农村邮政服务网点规模统计及增长情况（单位：万处，%）
图表44：2017-2022年中国农产品进出口总额及增速（单位：亿美元，%）
图表45：2017-2022年中国农产品出口总额及增速（单位：亿美元，%）

图表46：农村电商发展主要促进因素
图表47：2023-2028年中国农村网络销售额预测（单位：亿元）
图表48：2017-2022年阿里平台农产品交易额（单位：亿元）
图表49：阿里平台农产品电商销售额TOP10和增幅TOP10省份
图表50：阿里零售平台品类销售额和增速TOP10
图表51：阿里零售平台农产品电商销售50强县
图表52：阿里零售平台农产品电商销售50强县数量省份分布
图表53：以农产品销售为主的淘宝村数量及省份分布
图表54：阿里零售平台贫困县农产品电商销售额TOP10情况
图表55：阿里零售平台农产品电商消费量省份排名
图表56：阿里巴巴农村电商战略
图表57：农村淘宝“1.0”到“4.0”的升级
图表58：2016-2022年中国淘宝村镇数量（单位：个）
图表59：阿里巴巴数字农业战略
图表60：菜鸟的五大核心业务板块
图表61：截至2022年菜鸟五大核心业务（网络）的资源梳理
图表62：菜鸟网络的快递服务平台
图表63：2017-2022年中国快递电子面单普及率（单位：%）
图表64：菜鸟路由分单与传统分单的区别
图表65：2018-2022年双11当日快递行业处理量与包裹签收量破亿所用时间（单位：亿件，天）
图表66：菜鸟裹裹App三大业务“查、收、寄”
图表67：菜鸟国内园区布局情况
图表68：截至2022年份菜鸟乡村覆盖网络
图表69：京东农村电商发展3F战略
图表70：截至2022年京东物流全国覆盖网络
图表71：2022年京东物流“千县万镇24小时达”升级计划阶段
图表72：京东服务站运营情况（单位：家，万名，万个）
图表73：京东帮服务店发展规划（单位：家）
图表74：苏宁农村电商服务内容
图表75：“多多农园”项目运作基本机制
图表76：2022年拼多多平台农产品发展情况（单位：亿元，%）
图表77：2016-2022年上半年农产品网络零售交易总额变化情况（单位：亿元，%）
图表78：中国农产品电商包含范围
图表79：农产品网络零售模式
图表80：2018-2022年我国农产品网上期货交易额与交易量（单位：亿手，万亿元）
图表81：2018-2022年我国农产品网上期权交易额与交易量（单位：万手，亿元）
图表82：2016-2022年上半年农产品网络零售交易总额变化情况（单位：亿元，%）
图表83：2022年全国各类农产品网络零售额占比/同比增速（单位：%）
图表84：2022年农产品电商关闭一览表
图表85：2015-2022年中国城乡社会消费品零售总额增幅对比表
图表86：大宗农产品交易特征分析
图表87：2016-2022年我国大宗农产品电子交易市场一览表
图表88：亳州中药材商品交易中心交易模式分析
图表89：我国农产品特色电商市场格局
图表90：网库集团发展战略规划
图表91：网库集团核心产品服务
图表92：美菜网经营模式
图表93：2018-2022年城乡地区互联网普及率（单位：%）
图表94：乡镇企业信息化存在的问题
图表95：2018-2022年中国生鲜零售市场总额统计及增长情况（单位：万亿元，%）
图表96：2022年生鲜零售渠道分布（单位：%）
图表97：2018-2022年中国生鲜电商行业市场规模统计及增长情况（单位：亿元）
图表98：我国生鲜电商主流模式和代表企业
图表99：现有电商企业生鲜产品物流模式
图表100：直供、直销模式
图表101：产、供、销一体化网络
图表102：区域内冷链物流网络
图表103：跨区域冷链物流网络
如需完整目录请联系客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！