

2018-2024年中国农产品电 商产业深度调研与未来发展策略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国农产品电商产业深度调研与未来发展策略咨询报告》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.abaogao.com/b/maoyi/Y16189KKJE.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

截至2016年9月，全国农产品电商交易额突破1700亿元。下一步商务部将通过促进农商互联，统筹五大联通工作，提高整个农产品流通供给体系的质量和效益。

尽管农村电商发展迅速，但部分地区还存在农产品买难卖难和农产品难以满足消费者需求的现象。“农商互联”就是推动农产品生产流通企业与电子商务企业全面对接，线上线下深度融合，打造以电子商务企业为主体，上联生产、下联消费的新型农产品供应链，提升农产品流通的信息化、标准化、集约化水平。

“农商互联”既是对以往农批对接、农超对接等农产品流通模式的继承和发展，也是对传统农产品流通渠道的重要补充。对打造农产品流通新格局，推进农业供给侧结构性改革有重要意义。

据介绍，针对当前农产品电商发展的主要瓶颈，“农商互联”将统筹推进“联产品、联设施、联标准、联数据、联市场”五项工作：联产品，增加特色优质农产品供给；联设施，提高流通基础设施利用率；联标准，提高农产品生产流通标准化水平；联数据，提高农产品流通信息化水平；联市场，推动线上线下双向拓展市场。

互联将产生积极效果。以制约生鲜电商发展的瓶颈冷链物流为例，通过在“农商互联地理信息平台”上提供冷库等设施资源和物流企业信息，电商企业通过租赁、收购、股权投资等多种方式与线下企业开展合作，利用线下已有的产地集配中心、冷库、冷藏车等设施资源，将快速形成农产品冷链物流体系，提高农产品仓储运输配送能力。

预计到2020年，农产品电子商务交易额达到8000亿元，年均增速保持在40%左右

2015-2020年中国农产品电商交易额预测

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国农产品电商产业深度调研与未来发展策略咨询报告》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，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

第一章 农产品电商行业相关概述

- 1.1 农产品电商行业定义及特点
 - 1.1.1 农产品电商行业的定义
 - 1.1.2 农产品电商行业服务特点
- 1.2 农产品电商行业盈利模式分析

第二章 2017年中国农产品电商行业发展环境分析

- 2.1 农产品电商行业政治法律环境（P）
 - 2.1.1 行业主管单位及监管体制
 - 2.1.2 行业相关法律法规及政策
 - 2.1.3 政策环境对行业的影响
- 2.2 农产品电商行业经济环境分析（E）
 - 2.2.1 国际宏观经济分析
 - 2.2.2 国内宏观经济分析
 - 2.2.3 产业宏观经济分析
 - 2.2.4 宏观经济环境对行业的影响分析
- 2.3 农产品电商行业社会环境分析（S）
 - 2.3.1 人口发展变化情况
 - 2.3.2 城镇化水平
 - 2.3.3 居民消费水平及观念分析
 - 2.3.4 社会文化教育水平
 - 2.3.5 社会环境对行业的影响
- 2.4 农产品电商行业技术环境分析（T）
 - 2.4.1 农产品电商技术分析
 - 2.4.2 农产品电商技术发展水平
 - 2.4.3 行业主要技术发展趋势
 - 2.4.4 技术环境对行业的影响

第三章 全球农产品电商行业发展概述

- 3.1 2017年全球农产品电商行业发展情况概述
 - 3.1.1 全球农产品电商行业发展现状
 - 3.1.2 全球农产品电商行业发展特征
 - 3.1.3 全球农产品电商行业市场规模

3.2 2017年全球主要地区农产品电商行业发展状况

3.2.1 欧洲农产品电商行业发展情况概述

3.2.2 美国农产品电商行业发展情况概述

3.2.3 日韩农产品电商行业发展情况概述

3.3 2018-2024年全球农产品电商行业发展前景预测

3.3.1 全球农产品电商行业市场规模预测

3.3.2 全球农产品电商行业发展前景分析

3.3.3 全球农产品电商行业发展趋势分析

3.4 全球农产品电商行业重点企业发展动态分析

第四章 中国农产品电商行业发展概述

4.1 中国农产品电商行业发展状况分析

4.1.1 中国农产品电商行发展概况

4.1.2 中国农产品电商行发展特点

4.2 2014-2017年农产品电商行业发展现状

4.2.1 2014-2017年农产品电商行业市场规模

4.2.2 2014-2017年农产品电商行业发展现状

4.3 2018-2024年中国农产品电商行业面临的困境及对策

4.3.1 农产品电商行业发展面临的瓶颈及对策分析

1、农产品电商行业面临的瓶颈

2、农产品电商行业发展对策分析

4.3.2 农产品电商企业发展存在的问题及对策

1、农产品电商企业发展存在的不足

2、农产品电商企业发展策略

第五章 中国农产品电商行业市场运行分析

5.1 市场发展现状分析

5.1.1 市场现状

5.1.2 市场容量

5.2 2014-2017年中国农产品电商行业总体规模分析

5.2.1 企业数量结构分析

5.2.2 人员规模状况分析

- 5.2.3 行业资产规模分析
- 5.2.4 行业市场规模分析
- 5.3 2014-2017年中国农产品电商行业市场供需分析
 - 5.3.1 中国农产品电商行业供给分析
 - 5.3.2 中国农产品电商行业需求分析
 - 5.3.3 中国农产品电商行业供需平衡
- 5.4 2014-2017年中国农产品电商行业财务指标总体分析
 - 5.4.1 行业盈利能力分析
 - 5.4.2 行业偿债能力分析
 - 5.4.3 行业营运能力分析
 - 5.4.4 行业发展能力分析

第六章 中国农产品电商行业细分市场分析

- 6.1 细分市场一
 - 6.1.1 市场发展特点分析
 - 6.1.2 目标消费群体
 - 6.1.3 主要业态现状
 - 6.1.4 市场规模
 - 6.1.5 发展潜力
- 6.2 细分市场二
 - 6.2.1 市场发展特点分析
 - 6.2.2 目标消费群体
 - 6.2.3 主要业态现状
 - 6.2.4 市场规模
 - 6.2.5 发展潜力

第七章 农产品电商行业目标客户群分析

- 7.1 消费者偏好分析
- 7.2 消费者行为分析
- 7.3 农产品电商行业品牌认知度分析
- 7.4 消费人群分析
 - 7.4.1 年龄分布情况

7.4.2 性别分布情况

7.4.3 职业分布情况

7.4.4 收入分布情况

7.5 需求影响因素

7.5.1 价格

7.5.2 服务质量

7.5.3 其他

第八章 农产品电商行业营销模式分析

8.1 营销策略组合理论分析

8.2 营销模式的基本类型分析

8.3 农产品电商行业营销现状分析

8.4 农产品电商行业电子商务的应用情况分析

8.5 农产品电商行业营销创新发展趋势分析

第九章 农产品电商行业商业模式分析

9.1 商业模式的相关概述

9.1.1 参考模型

9.1.2 成功特征

9.1.3 历史发展

9.2 农产品电商行业主要商业模式案例分析

9.2.1 案例一

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、现金流结构

6、企业价值

9.2.2 案例二

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、现金流结构

6、企业价值

9.3 农产品电商行业商业模式创新分析

9.3.1 商业模式创新的内涵与特征

9.3.2 商业模式创新的因素分析

9.3.3 商业模式创新的目标与路径

9.3.4 商业模式创新的实践与启示

9.3.5 2017年最具颠覆性创新的商业模式分析

9.3.6 农产品电商行业商业模式创新选择

第十章 中国农产品电商行业市场竞争格局分析

10.1 中国农产品电商行业竞争格局分析

10.1.1 农产品电商行业区域分布格局

10.1.2 农产品电商行业企业规模格局

10.1.3 农产品电商行业企业性质格局

10.2 中国农产品电商行业竞争五力分析

10.2.1 农产品电商行业上游议价能力

10.2.2 农产品电商行业下游议价能力

10.2.3 农产品电商行业新进入者威胁

10.2.4 农产品电商行业替代产品威胁

10.2.5 农产品电商行业现有企业竞争

10.3 中国农产品电商行业竞争SWOT分析

10.3.1 农产品电商行业优势分析（S）

10.3.2 农产品电商行业劣势分析（W）

10.3.3 农产品电商行业机会分析（O）

10.3.4 农产品电商行业威胁分析（T）

10.4 中国农产品电商行业重点企业竞争策略分析

第十一章 中国农产品电商行业领先企业竞争力分析

11.1 企业一

11.1.1 企业发展基本情况

- 11.1.2 企业经营状况分析
- 11.1.3 企业发展战略分析
- 11.2 企业二
 - 11.2.1 企业发展基本情况
 - 11.2.2 企业经营状况分析
 - 11.2.3 企业发展战略分析
- 11.3 企业三
 - 11.3.1 企业发展基本情况
 - 11.3.2 企业经营状况分析
 - 11.3.3 企业发展战略分析
- 11.4 企业四
 - 11.4.1 企业发展基本情况
 - 11.4.2 企业经营状况分析
 - 11.4.3 企业发展战略分析
- 11.5 企业五
 - 11.5.1 企业发展基本情况
 - 11.5.2 企业经营状况分析
 - 11.5.3 企业发展战略分析

第十二章 2018-2024年中国农产品电商行业发展趋势与前景分析

- 12.1 2018-2024年中国农产品电商市场发展前景
 - 12.1.1 2018-2024年农产品电商市场发展潜力
 - 12.1.2 2018-2024年农产品电商市场发展前景展望
- 12.2 2018-2024年中国农产品电商市场发展趋势预测
 - 12.2.1 2018-2024年农产品电商行业发展趋势
 - 12.2.2 2018-2024年农产品电商市场规模预测
- 12.3 2018-2024年中国农产品电商行业供需预测
 - 12.3.1 2018-2024年中国农产品电商行业供给预测
 - 12.3.2 2018-2024年中国农产品电商行业需求预测
 - 12.3.3 2018-2024年中国农产品电商供需平衡预测
- 12.4 影响企业经营的关键趋势
 - 12.4.1 行业发展有利因素与不利因素

- 12.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 12.4.3 服务业开放对农产品电商行业的影响
- 12.4.4 互联网+背景下农产品电商行业的发展趋势

第十三章 2018-2024年中国农产品电商行业投资前景

- 13.1 农产品电商行业投资现状分析
- 13.2 农产品电商行业投资特性分析
 - 13.2.1 农产品电商行业进入壁垒分析
 - 13.2.2 农产品电商行业盈利模式分析
 - 13.2.3 农产品电商行业盈利因素分析
- 13.3 农产品电商行业投资机会分析
 - 13.3.1 产业链投资机会
 - 13.3.2 重点区域投资机会
 - 13.3.3 产业发展的空白点分析
- 13.4 农产品电商行业投资风险分析
 - 13.4.1 农产品电商行业政策风险
 - 13.4.2 宏观经济风险
 - 13.4.3 市场竞争风险
 - 13.4.4 关联产业风险
 - 13.4.5 技术研发风险
 - 13.4.6 其他投资风险
- 13.5 “互联网 +”与“双创”战略下企业的投资机遇
 - 13.5.1 “互联网 +”与“双创”的概述
 - 13.5.2 企业投资挑战和机遇
 - 13.5.3 企业投资问题和投资策略
 - 1、“互联网+”和“双创”的战略下企业投资问题分析
 - 2、“互联网+”和“双创”的战略下企业投资策略探究
- 13.6 农产品电商行业投资潜力与建议
 - 13.6.1 农产品电商行业投资潜力分析
 - 13.6.2 农产品电商行业最新投资动态
 - 13.6.3 农产品电商行业投资机会与建议

第十四章 2018-2024年中国农产品电商企业投资战略分析

14.1 企业投资战略制定基本思路

14.1.1 企业投资战略的特点

14.1.2 企业投资战略类型选择

14.1.3 企业投资战略制定程序

14.2 现代企业投资战略的制定

14.2.1 企业投资战略与总体战略的关系

14.2.2 产品不同生命周期阶段对制定企业投资战略的要求

14.2.3 企业投资战略的选择

14.3 农产品电商企业战略规划策略分析

14.3.1 战略综合规划

14.3.2 技术开发战略

14.3.3 区域战略规划

14.3.4 产业战略规划

14.3.5 营销品牌战略

14.3.6 竞争战略规划

第十五章 研究结论及建议

15.1 研究结论

15.2 建议

15.2.1 行业发展策略建议

15.2.2 行业投资方向建议

15.2.3 行业投资方式建议

图表目录

图表：农产品电商行业特点

图表：农产品电商行业生命周期

图表：农产品电商行业产业链分析

图表：2014-2017年农产品电商行业市场规模分析

图表：2018-2024年农产品电商行业市场规模预测

图表：中国农产品电商行业盈利能力分析

图表：中国农产品电商行业运营能力分析

图表：中国农产品电商行业偿债能力分析

图表：中国农产品电商行业发展能力分析

图表：中国农产品电商行业经营效益分析

图表：2014-2017年农产品电商重要数据指标比较

图表：2014-2017年中国农产品电商行业销售情况分析

图表：2014-2017年中国农产品电商行业利润情况分析

图表：2014-2017年中国农产品电商行业资产情况分析

图表：2014-2017年中国农产品电商行业竞争力分析

图表：2018-2024年中国农产品电商行业消费量预测

图表：2018-2024年中国农产品电商行业市场前景预测

图表：2018-2024年中国农产品电商发展前景预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/Y16189KKJE.html>