

# 2016-2022年中国“互联网 +农资”行业全景调研及市场全景评估报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国“互联网+农资”行业全景调研及市场全景评估报告》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/hulianwang/I58532YFRS.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

### 前言

伴随着土地经营进一步规模化，家庭农场、专业合作社等新型经营主体的崛起，农业互联网时代已到来，互联网正潜移默化地改造着农业产业链。经深入调研，目前国内农业互联网商业模式主要有7种类型，分别为：（1）渠道变革型；（2）产业链大数据型；（3）专业合作社服务商型；（4）数据挖掘型；（5）农业物联网试点型；（6）土地流转电商化；（7）农资电商型。

从国内外农业发展趋势来看，互联网与农业已开始加速融合，互联网正对农业产业链进行全面改造，以提高种植效率和产品品质，并实现农产品优质优价销售。我们认为农业互联网时代已然到来。

新闻联播大幅播报“互联网+农业”，李克强总理在政府工作报告中提出制定“互联网+”行动计划，提出“互联网+未知大于已知，未来空间无限”，农业部部长在记者见面会上提出鼓励电商推动农产品流通。农业新一轮改革浪潮来临，移动互联网、大数据在农业产业链中的应用将加速。

本“互联网+农资”行业研究报告是智研咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国“互联网+农资”行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据研究中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国“互联网+农资”行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国“互联网+农资”行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国“互联网+农资”行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

### 报告目录：

第一章 电子商务与“互联网+”

## 第一节 电子商务发展分析

### 一、电子商务基本定义

### 二、电子商务发展阶段

### 三、电子商务基本特征

### 四、电子商务支撑环境

### 五、电子商务基本模式

### 六、电子商务规模分析

## 第二节 “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

## 第二章 互联网环境下农资行业的机会与挑战

### 第一节 2015年中国互联网环境分析

#### 一、网民基本情况分析

##### （一）总体网民规模分析

##### （二）分省网民规模分析

##### （三）手机网民规模分析

##### （四）网民属性结构分析

#### 二、网民互联网应用状况

##### （一）信息获取情况分析

##### （二）商务交易发展情况

##### （三）交流沟通现状分析

##### （四）网络娱乐应用分析

### 第二节 互联网环境下农资行业的机会与挑战

#### 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 互联网农资行业的改造与重构

- 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 农资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 农资行业发展现状分析

#### 第一节 农资行业发展现状分析

- 一、农资行业产业政策分析
- 二、农资行业发展现状分析
- 三、农资行业主要企业分析
- 四、农资行业市场规模分析

#### 第二节 农资行业市场前景分析

- 一、农资行业发展机遇分析
- 二、农资行业市场规模预测
- 三、农资行业发展前景分析

### 第四章 农资行业市场规模与电商未来空间预测

#### 第一节 农资电商市场规模与渗透率

- 一、农资电商总体开展情况
- 二、农资电商交易规模分析
- 三、农资电商渠道渗透率分析

#### 第二节 农资电商行业盈利能力分析

- 一、农资电子商务发展有利因素
- 二、农资电子商务发展制约因素
- 三、农资电商行业经营成本分析
- 四、农资电商行业盈利模式分析
- 五、农资电商行业盈利水平分析

### 第三节 电商行业未来前景及趋势预测

- 一、农资电商行业市场空间测算
- 二、农资电商市场规模预测分析
- 三、农资电商发展趋势预测分析

## 第五章 农资企业互联网战略体系构建及平台选择

### 第一节 农资企业转型电商构建分析

- 一、农资电子商务关键环节分析
  - (一) 产品采购与组织
  - (二) 电商网站建设
  - (三) 网站品牌建设及营销
  - (四) 服务及物流配送体系
  - (五) 网站增值服务
- 二、农资企业电子商务网站构建

- (一) 网站域名申请
- (二) 网站运行模式
- (三) 网站开发规划
- (四) 网站需求规划

### 第二节 农资企业转型电商发展途径

- 一、电商B2B发展模式
- 二、电商B2C发展模式
- 三、电商C2C发展模式
- 四、电商O2O发展模式

### 第三节 农资企业转型电商平台选择分析

- 一、农资企业电商建设模式
- 二、自建商城网店平台
  - (一) 自建商城概况分析
  - (二) 自建商城优势分析
- 三、借助第三方网购平台
  - (一) 电商平台的优劣势
  - (二) 电商平台盈利模式
- 四、电商服务外包模式分析

(一) 电商服务外包的优势

(二) 电商服务外包可行性

(三) 电商服务外包前景

## 五、农资企业电商平台选择策略

## 第六章 农资行业电子商务运营模式分析

### 第一节 农资电子商务B2B模式分析

一、农资电子商务B2B市场概况

二、农资电子商务B2B盈利模式

三、农资电子商务B2B运营模式

四、农资电子商务B2B的供应链

### 第二节 农资电子商务B2C模式分析

一、农资电子商务B2C市场概况

二、农资电子商务B2C市场规模

三、农资电子商务B2C盈利模式

四、农资电子商务B2C物流模式

五、农资电商B2C物流模式选择

### 第三节 农资电子商务C2C模式分析

一、农资电子商务C2C市场概况

二、农资电子商务C2C盈利模式

三、农资电子商务C2C信用体系

四、农资电子商务C2C物流特征

五、重点C2C电商企业发展分析

### 第四节 农资电子商务O2O模式分析

一、农资电子商务O2O市场概况

二、农资电子商务O2O优势分析

三、农资电子商务O2O营销模式

四、农资电子商务O2O潜在风险

## 第七章 农资主流网站平台比较及企业入驻选择

### 第一节 网站A

一、网站发展基本概述

- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

## 第二节 网站B

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

## 第三节 网站C

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

## 第四节 网站D

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

## 第五节 网站E

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

## 第八章 农资企业进入互联网领域投资策略分析

### 第一节 农资企业电子商务市场投资要素

- 一、企业自身发展阶段的认知分析

- 二、企业开展电子商务目标的确定
- 三、企业电子商务发展的认知确定
- 四、企业转型电子商务的困境分析
- 第二节 农资企业转型电商物流投资分析
  - 一、农资企业电商自建物流分析
    - (一) 电商自建物流的优势分析
    - (二) 电商自建物流的负面影响
  - 二、农资企业电商外包物流分析
    - (一) 快递业务量完成情况
    - (二) 快递业务的收入情况
    - (三) 快递业竞争格局分析
- 第三节 农资企业电商市场策略分析(ZY PXS)

图表目录：

- 图表：2011-2015年我国网民规模及互联网普及率
  - 图表：2014-2015年中国网民各类网络应用的使用率
  - 图表：2014-2015年中国网民各类手机网络应用的使用率
  - 图表：2013-2015年我国网络零售市场交易规模
  - 图表：2011-2020年我国移动网民规模及增长速度
  - 图表：移动端网购增长仍处爆发阶段
  - 图表：移动端网购占比大幅提升
  - 图表：传统农资消费存在的“痛点”
  - 图表：农资电子商务重构供应链流程
  - 图表：中国电商相关政策汇总
  - 图表：2013-2015年农资电商交易规模趋势图
  - 图表：2013-2015年农资电商市场渗透率趋势图
  - 图表：2016-2020年农资电商交易规模预测趋势图
  - 图表：2016-2020年农资电商市场渗透率预测趋势图
- 略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/l58532YFRS.html>