

2020-2026年中国农村网购 市场评估与投资前景报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国农村网购市场评估与投资前景报告》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.cction.com/report/202009/186362.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

农村网购、跨境电商接力增长。随着农村人均可支配收入的增长、互联网的普及和快递物流渠道的下沉，农村网购经历了快速增长；而农村地区本身线下流通渠道中的商品种类和质量就不如线上，在基础设施能够满足的情况下农村网购更有吸引力。但目前我国农村互联网普及率（35.4%）远低于城镇（71%），还有很大提升空间；并且在农村网民中，网购消费、支付等应用上的使用率与城镇的差异达到20个百分点，网购的渗透率较低，仍有很大发展空间。2017年中国农村电商网络零售额达到1.2万亿人民币，同比增长39%，占比20%，该机构预计2018年继续同比增长35%至1.6万亿人民币。

跨境电商处在快速增长期，随着俄罗斯、巴西、印度等新兴国家电子商务的蓬勃发展，诞生了诸多新的电商消费需求。得益于产品性价比高，中国目前以出口为主，2017年中国跨境电商交易额达8.2万亿元，同比增长22.3%，其中出口6.3万亿元，占比77%。跨境出口电商中B2B业务为5.1万亿元，占比81%，零售1.2万亿元，占比19%，较2016年提高2个百分点，这一部分需要快递服务支持。另一方面，伴随着消费升级的趋势，中国消费者对于国外优质的产品需求越来越大，同时国外品牌也瞄准中国巨大的消费市场，跨境进口零售迎来高速增长期，预计2018-2021年跨境进口零售电商市场规模将实现34%的复合增速。2014-2018年中国农村网购市场规模及增速走势

中企顾问网发布的《2020-2026年中国农村网购市场评估与投资前景报告》共十四章。首先介绍了中国农村网购行业市场发展环境、农村网购整体运行态势等，接着分析了中国农村网购行业市场运行的现状，然后介绍了农村网购市场竞争格局。随后，报告对农村网购做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国农村网购行业发展趋势与投资预测。您若想对农村网购产业有个系统的了解或者想投资中国农村网购行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 农村网购行业相关概述

1.1 农村网购行业定义及特点

1.1.1 农村网购行业的定义

1.1.2 农村网购行业服务特点

1.2 农村网购行业相关分类

1.3 农村网购行业盈利模式分析

第二章 2014-2018年中国农村网购行业发展环境分析

2.1 农村网购行业政治法律环境（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 农村网购行业经济环境分析（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 农村网购行业社会环境分析（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 农村网购行业技术环境分析（T）

2.4.1 农村网购技术分析

2.4.2 农村网购技术发展水平

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 全球农村网购所属行业发展概述

3.1 2014-2018年全球农村网购所属行业发展情况概述

3.1.1 全球农村网购行业发展现状

3.1.2 全球农村网购行业发展特征

3.1.3 全球农村网购行业市场规模

3.2 2014-2018年全球主要地区农村网购所属行业发展状况

3.2.1 欧洲农村网购行业发展情况概述

- 3.2.2 美国农村网购行业发展情况概述
- 3.2.3 日韩农村网购行业发展情况概述
- 3.3 2020-2026年全球农村网购行业发展前景预测
 - 3.3.1 全球农村网购行业市场规模预测
 - 3.3.2 全球农村网购行业发展前景分析
 - 3.3.3 全球农村网购行业发展趋势分析
- 3.4 全球农村网购行业重点企业发展动态分析

第四章中国农村网购所属行业发展概述

- 4.1 中国农村网购所属行业发展状况分析
 - 4.1.1 中国农村网购行业发展概况
 - 4.1.2 中国农村网购行业发展特点
- 4.2 2014-2018年农村网购行业发展现状
 - 4.2.1 2014-2018年农村网购行业市场规模
 - 4.2.2 2014-2018年农村网购行业发展现状2015-2020年中国农村电商市场规模预测
- 4.3 2020-2026年中国农村网购行业面临的困境及对策
 - 4.3.1 农村网购行业发展面临的瓶颈及对策分析
 - 1、农村网购行业面临的瓶颈
 - 2、农村网购行业发展对策分析
 - 4.3.2 农村网购企业发展存在的问题及对策
 - 1、农村网购企业发展存在的不足
 - 2、农村网购企业发展策略

第五章中国农村网购所属行业市场运行分析

- 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 2014-2018年中国农村网购所属行业总体规模分析
 - 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 2014-2018年中国农村网购所属行业市场供需分析

5.3.1 中国农村网购行业供给分析

5.3.2 中国农村网购行业需求分析

5.3.3 中国农村网购行业供需平衡

5.4 2014-2018年中国农村网购所属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

第六章中国农村网购行业细分市场分析

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

6.3 细分市场三

6.3.1 市场发展特点分析

6.3.2 目标消费群体

6.3.3 主要业态现状

6.3.4 市场规模

6.3.5 发展潜力

6.4 建议

6.4.1 细分市场研究结论

6.4.2 细分市场建议

第七章农村网购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 农村网购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

第八章农村网购行业营销模式分析

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 农村网购行业营销现状分析

8.4 农村网购行业电子商务的应用情况分析

8.5 农村网购行业营销创新发展趋势分析

第九章农村网购行业商业模式分析

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 农村网购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

9.2.3 案例三

- 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 农村网购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 2018年最具颠覆性创新的商业模式分析
- 9.3.6 农村网购行业商业模式创新选择

第十章 中国农村网购行业市场竞争格局分析

- 10.1 中国农村网购行业竞争格局分析
 - 10.1.1 农村网购行业区域分布格局
 - 10.1.2 农村网购行业企业规模格局
 - 10.1.3 农村网购行业企业性质格局
- 10.2 中国农村网购行业竞争五力分析
 - 10.2.1 农村网购行业上游议价能力

- 10.2.2 农村网购行业下游议价能力
- 10.2.3 农村网购行业新进入者威胁
- 10.2.4 农村网购行业替代产品威胁
- 10.2.5 农村网购行业现有企业竞争
- 10.3 中国农村网购行业竞争SWOT分析
 - 10.3.1 农村网购行业优势分析（S）
 - 10.3.2 农村网购行业劣势分析（W）
 - 10.3.3 农村网购行业机会分析（O）
 - 10.3.4 农村网购行业威胁分析（T）
- 10.4 中国农村网购行业投资兼并重组整合分析
 - 10.4.1 投资兼并重组现状
 - 10.4.2 投资兼并重组案例
- 10.5 中国农村网购行业重点企业竞争策略分析

第十一章中国农村网购行业领先企业竞争力分析

- 11.1 淘宝
 - 11.1.1 企业发展基本情况
 - 11.1.2 企业业务发展情况
 - 11.1.3 企业竞争优势分析
 - 11.1.4 企业经营状况分析
 - 11.1.5 企业最新发展动态
 - 11.1.6 企业发展战略分析
- 11.2 B公司竞争力分析
 - 11.2.1 企业发展基本情况
 - 11.2.2 企业业务发展情况
 - 11.2.3 企业竞争优势分析
 - 11.2.4 企业经营状况分析
 - 11.2.5 企业最新发展动态
 - 11.2.6 企业发展战略分析
- 11.3 易趣
 - 11.3.1 企业发展基本情况
 - 11.3.2 企业业务发展情况

- 11.3.3 企业竞争优势分析
- 11.3.4 企业经营状况分析
- 11.3.5 企业最新发展动态
- 11.3.6 企业发展战略分析
- 11.4拍拍网
 - 11.4.1 企业发展基本情况
 - 11.4.2 企业业务发展情况
 - 11.4.3 企业竞争优势分析
 - 11.4.4 企业经营状况分析
 - 11.4.5 企业最新发展动态
 - 11.4.6 企业发展战略分析
- 11.5苏宁易购
 - 11.5.1 企业发展基本情况
 - 11.5.2 企业业务发展情况
 - 11.5.3 企业竞争优势分析
 - 11.5.4 企业经营状况分析
 - 11.5.5 企业最新发展动态
 - 11.5.6 企业发展战略分析
- 11.6 其他
 - 11.6.1 企业发展基本情况
 - 11.6.2 企业业务发展情况
 - 11.6.3 企业竞争优势分析
 - 11.6.4 企业经营状况分析
 - 11.6.5 企业最新发展动态
 - 11.6.6 企业发展战略分析

第十二章 2020-2026年中国农村网购行业发展趋势与前景分析

- 12.1 2020-2026年中国农村网购市场前景
 - 12.1.1 2020-2026年农村网购市场发展潜力
 - 12.1.2 2020-2026年农村网购市场前景展望
 - 12.1.3 2020-2026年农村网购细分行业发展前景分析
- 12.2 2020-2026年中国农村网购市场发展趋势预测

- 12.2.1 2020-2026年农村网购行业发展趋势
- 12.2.2 2020-2026年农村网购市场规模预测
- 12.2.3 2020-2026年细分市场发展趋势预测
- 12.3 2020-2026年中国农村网购行业供需预测
 - 12.3.1 2020-2026年中国农村网购行业供给预测
 - 12.3.2 2020-2026年中国农村网购行业需求预测
 - 12.3.3 2020-2026年中国农村网购供需平衡预测
- 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 服务业开放对农村网购行业的影响
 - 12.4.4 互联网+背景下农村网购行业的发展趋势

第十三章 2020-2026年中国农村网购行业投资前景

- 13.1 农村网购行业投资现状分析
- 13.2 农村网购行业投资特性分析
 - 13.2.1 农村网购行业进入壁垒分析
 - 13.2.2 农村网购行业盈利模式分析
 - 13.2.3 农村网购行业盈利因素分析
- 13.3 农村网购行业投资机会分析
 - 13.3.1 产业链投资机会
 - 13.3.2 细分市场投资机会
 - 13.3.3 重点区域投资机会
 - 13.3.4 产业发展的空白点分析
- 13.4 农村网购行业投资风险分析
 - 13.4.1 农村网购行业政策风险
 - 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 农村网购行业投资潜力与建议

13.6.1 农村网购行业投资潜力分析

13.6.2 农村网购行业最新投资动态

13.6.3 农村网购行业投资机会与建议

第十四章 2020-2026年中国农村网购企业投资战略分析

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 农村网购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：农村网购行业特点

图表：农村网购行业生命周期

图表：农村网购行业产业链分析

图表：2014-2018年农村网购行业市场规模分析

图表：2020-2026年农村网购行业市场规模预测

图表：中国农村网购行业盈利能力分析

图表：中国农村网购行业运营能力分析

图表：中国农村网购行业偿债能力分析

图表：中国农村网购行业发展能力分析

图表：中国农村网购行业经营效益分析

图表：2014-2018年农村网购重要数据指标比较

图表：2014-2018年中国农村网购行业销售情况分析

图表：2014-2018年中国农村网购行业利润情况分析

图表：2014-2018年中国农村网购行业资产情况分析

图表：2014-2018年中国农村网购行业竞争力分析

图表：2020-2026年中国农村网购行业消费量预测

图表：2020-2026年中国农村网购行业市场前景预测

图表：2020-2026年中国农村网购发展前景预测

图表：投资建议

图表：区域发展战略规划

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/186362.html>