

# 2022-2028年中国农产品电 子商务行业发展态势与市场供需预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2022-2028年中国农产品电子商务行业发展态势与市场供需预测报告》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/202206/301765.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

农产品电子商务是中国目前全国涉农电子商务平台已超3万家，其中农产品电子商务平台已达3000家。农产品电商须与顾客建立良好的购物体验，才能迎来持续消费力及带动相关消费群体。

目标人群定位是农产品电商平台的首要考虑问题，如果目标人群定位在基本不会上网的老年人或消费能力低下的人群，那显然是要面临亏损。另外，由于农产品的特殊性，配送须要有冷藏冷冻的混合配送车辆，以及冷藏周转箱及恒温设备，否则产品原质量再好，客户收到的也将是有质量问题的商品。所以物流配送成本将成为考验农产品电商平台的最大问题。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国农产品电子商务行业发展态势与市场供需预测报告》共九章。首先介绍了农产品电子商务行业市场发展环境、农产品电子商务整体运行态势等，接着分析了农产品电子商务行业市场运行的现状，然后介绍了农产品电子商务市场竞争格局。随后，报告对农产品电子商务做了重点企业经营状况分析，最后分析了农产品电子商务行业发展趋势与投资预测。您若想对农产品电子商务产业有个系统的了解或者想投资农产品电子商务行业，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：

第一部分 农产品电子商务行业发展概况

第一章 农产品电子商务行业相关概述

第一节 电子商务行业概况

一、电子商务概念

二、电子商务分类

三、电子商务作用

第二节 农产品电子商务行业概况

一、农产品电子商务含义界定

二、农产品电子商务发展意义

三、农产品电子商务业务层次

四、农产品电子商务交易特征

### 第三节 农产品电子商务支撑体系

#### 一、物流配送

#### 二、支付体系

#### 三、安全保障

## 第二章 中国农产品电子商务行业发展环境分析

### 第一节 中国宏观经济发展分析

#### 一、2020年中国GDP增长情况分析

#### 二、2020年工业经济发展形势分析

#### 三、2020年社会固定资产投资分析

#### 四、2020年全社会消费品零售总额

#### 五、2020年城乡居民收入增长分析

#### 六、2020年居民消费价格变化分析

### 第二节 中国网络环境分析

#### 一、互联网基础资源分析

#### 二、网民的基本情况分析

#### 三、互联网整体应用分析

### 第三节 中国电子商务发展分析

#### 一、电子商务行业发展规模

##### 1、全球电商发展情况

###### (1) 全球电商发展分析

###### (2) 全球电子商务市场区域分布

##### 2、中国电商发展情况

###### (1) 我国电子商务行业发展阶段

###### (2) 我国电子商务行业发展总体概况

###### (3) 我国电子商务行业发展特点分析

#### 二、B2B电子商务发展规模

##### 1、中国B2C网络零售市场格局

##### 2、中国B2C电子商务盈利模式

##### 3、中国电子商务B2C市场发展趋势

#### 三、网络零售市场发展规模

##### 1、中国网络零售市场交易规模

- 2、网络零售企业市场占有率
- 3、网络购物用户规模分析
- 4、网络购物运营模式分析

#### 四、网络团购市场发展规模

- 1、网络团购市场规模
- 2、网络团购市场份额分析
- 3、网络团购行业关注度分析

#### 第四节 中国农产品电子商务政策环境

##### 一、电子商务行业相关政策

###### 1、行业主要法律法规

- (1)、《电子商务认证机构管理办法》
- (2)、《中华人民共和国电子签名法》
- (3)、《中华人民共和国消费者权益保护法》

###### 2、电子商务行业标准

- (1)、《第三方电子商务交易平台服务规范》
- (2)、《关于网上商业数据的保护办法》
- (3)、《电子商务模式规范》
- (4)、《网络交易管理办法》
- (5)、《电子支付指引(第一号)》
- (6)、《非金融机构支付服务管理办法》

###### 3、电子商务行业相关发展规划

##### 二、农产品行业相关政策

##### 三、农产品电子商务相关政策

### 第三章 中国农产品电子商务行业发展分析

#### 第一节 农产品电子商务发展背景

- 一、涉农电子商务星火燎原
- 二、涉农平台的重视和投入
- 三、更多服务商投身本行业

#### 第二节 农产品电子商务发展概况

- 一、农产品电子商务发展现状
- 二、2020年我国农产品电商特点

- 三、2020年我国农产品电商物流模式
- 四、2020年我国农产品电商主要问题
- 五、农业电子商务网站数量
- 六、重庆首家农产品交易电商平台上线
- 七、全国首家农产品电子商城长沙上线
- 八、农产品电子商务进入服务时代
- 九、农产品电子商务依然粗放

### 第三节 农产品网商销售模式的探索

- 一、涉农网商模式的升级
- 二、平台与运营服务商联动
- 三、平台与传统经纪人联动
- 四、订单农业的雏形

## 第二部分 农产品电子商务行业深度分析

### 第四章 中国农产品电子商务细分市场发展分析

#### 第一节 粮食电子商务市场发展概况

- 一、粮食产量规模分析
- 二、粮食流通现状分析
- 三、粮食电子商务发展意义
- 四、粮食电子商务交易方式分析
- 五、粮食电子商务平台建设情况
- 六、中华粮网与建行协议促粮食电子商务

#### 第二节 蔬菜电子商务市场发展概况

- 一、蔬菜产量规模分析
- 二、蔬菜流通基本体系分析
- 三、蔬菜电子商务发展意义
- 四、蔬菜电子商务发展现状
- 五、蔬菜电子商务发展阻碍
- 六、新绛启动蔬菜电子商务平台

#### 第三节 肉类电子商务市场发展概况

- 一、肉类产量规模分析
- 二、肉类流通现状分析

三、肉类电子商务发展意义

四、肉类电子商务发展现状

五、天津冷链物流项目补贴助推肉类网上交易

第四节 水果电子商务市场发展概况

一、水果产量规模分析

二、水果流通现状分析

三、水果电子商务发展意义

四、水果电子商务发展现状

五、中国（上海）进口水果电子商务平台开通

第五节 茶叶电子商务发展概况

一、茶叶产量规模分析

二、茶企开展电子商务的目的

三、茶叶电子商务发展现状

四、2020年茶业电子商务十强企业

五、上海大宁茶城搭上电子商务快车

第六节 干果电子商务发展概况

一、干果产量规模分析

二、干果销售渠道分析

三、干果电子商务发展意义

四、干果电子商务发展现状

第五章 中国农产品电子商务运营模式分析

第一节 农产品电子商务服务模式的发展

一、信息联盟服务商务模式

二、农民信息服务商务模式

三、企业信息服务商务模式

四、综合服务商务模式

第二节 农产品电子商务经营业态分析

一、B2C模式

二、家庭会员宅配模式

三、新型的订单农业

第三节 农产品电子商务业务模式分析

- 一、服务提供阶段的初级模式
- 二、网上交易阶段的高级模式
- 三、第三方电子交易市场模式

### 第三部分 农产品电子商务行业竞争分析

#### 第六章 中国农产品电子商务平台竞争力分析

##### 第一节 淘宝网

- 一、网站基本情况
- 二、网站农产品销售情况
- 三、网站综合竞争力分析
- 四、网站涉农业务布局

##### 第二节 中粮我买网

- 一、网站基本情况
- 二、网站农产品销售情况
- 三、网站综合竞争力分析
- 四、网站涉农业务布局

##### 第三节 联合农产品网路商城

- 一、网站基本情况
- 二、网站农产品销售情况
- 三、网站综合竞争力分析
- 四、网站涉农业务布局

##### 第四节 农伯网

- 一、网站基本情况
- 二、网站农产品销售情况
- 三、网站综合竞争力分析

##### 第五节 一亩田

- 一、网站基本情况
- 二、网站农产品销售情况
- 三、网站综合竞争力分析
- 四、网站涉农业务布局

##### 第六节 乐食麦

- 一、网站基本情况



- 二、网站农产品销售情况
- 三、网站综合竞争力分析
- 四、网站涉农业务布局

#### 第七节 菜管家

- 一、网站基本情况
- 二、网站农产品销售情况
- 三、网站综合竞争力分析
- 四、网站涉农业务布局

### 第七章 农产品企业进入电商市场可行性研究

#### 第一节 农产品企业转战电商市场构建分析

- 一、农产品电子商务网站构建
- 二、农产品企业转型电商发展途径
- 三、农产品企业电子商务市场投资要素

#### 第二节 农产品企业转战电商流程管理分析

- 一、网站运营流程
- 二、网络销售流程
- 三、产品发货流程
- 四、采购管理流程
- 五、订单销售流程
- 六、库房操作流程

#### 第三节 农产品企业转战电商物流投资分析

- 一、农产品企业电商自建物流
- 二、农产品企业电商外包物流
- 三、农产品电商物流构建策略

#### 第四节 农产品企业转战电商平台选择分析

- 一、农产品企业电商建设模式
- 二、自建商城网店平台
- 三、借助第三方网购平台

### 第四部分 农产品电子商务行业投资前景展望

#### 第八章 2022-2028年中国农产品电子商务发展前景及趋势

## 第一节 2022-2028年农产品电子商务发展前景

- 一、农产品电子商务为农村网商创业添动力
- 二、农产品电子商务发展前景
- 三、农产品电子商务B2C发展前景
- 四、农产品电子商务O2O发展前景

## 第二节 2022-2028年农产品电子商务发展趋势

- 一、农产品电子商务网点数量增长趋势
- 二、农产品电子商务农产品品类突破趋势
- 三、农产品电子商务市场容量扩大化趋势
- 四、农产品电子商务经营模式多样化趋势
- 五、农产品电子商务线上线下结合趋势
- 六、农产品电子商务SNS营销趋势

## 第九章 2022-2028年中国农产品电子商务投资机会及风险（ZYLZQ）

### 第一节 2022-2028年农产品电子商务投资机会

- 一、良好的宏观环境
- 二、互联网技术注入生机和活力
- 三、自我创新需求的驱动
- 四、农产品电子商务投资机会

### 第二节 2022-2028年农产品电子商务投资风险

- 一、国家政策风险
- 二、市场运营风险
- 三、市场竞争风险
- 四、市场融资风险
- 五、技术风险分析

### 第三节 2022-2028年农产品电子商务产品战略

- 一、农产品产品类别构成象限
- 二、高附加值且易于做电子商务的产品
- 三、高附加值但不太易于做电子商务的产品
- 四、附加值低但易于做电子商务的产品
- 五、低附加值且不易做电子商务的产品

### 第四节 2022-2028年中国电子商务行业政策建议

- 一、规范和完善支撑环境
- 二、进一步拓展商务平台应用
- 三、推动农产品标准化工作
- 四、加快发展移动电子商务

部分图表目录：

图表：2016-2020年国内生产总值及其增长速度

图表：2020年中国GDP初步核算数据

图表：2020年中国GDP环比和同比增长速度

图表：2020年全国规模以上工业企业累计主营业务收入与利润总额同比增速

图表：2020年全国规模以上工业企业累计利润率与每百元主营业务收入中的成本

图表：2020年全国规模以上工业企业分经济类型主营业务收入与利润总额同比增速

图表：2020年规模以上工业企业主要财务指标

图表：2020年规模以上工业企业经济效益指标

图表：2020年全国规模以上工业企业主要财务指标(主要行业)

图表：2020年中国固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2020年中国固定资产投资到位资金同比增速

图表：2016-2020年社会消费品零售总额

图表：2020年按收入来源分的全国居民人均可支配收入及占比

图表：2020年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2020年居民消费价格比2020年涨跌幅度

图表：2016-2020年中国互联网基础资源对比

图表：2016-2020年中国IPv6地址数

图表：2016-2020年中国IPv4地址数及其增长率

图表：2020年中国分类域名数

图表：2020年中国分类CN域名数

图表：2016-2020年中国网站数量

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202206/301765.html>