

# 2018-2024年中国农村网购 产业深度调研与未来发展前景预测报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

# 一、报告报价

《2018-2024年中国农村网购产业深度调研与未来发展前景预测报告》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.chinairr.org/report/R09/R0904/201808/23-271517.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

根据国家统计局发布的《2016 年农民工 监测调查报告》，2016 年农民工总人数达到 28171 万人，其中外出农民工 16934 万人，2011-2016 年，外出农民工增速呈逐年回落趋势，增速分别为 3.4%、3%、1.7%、1.3%、0.4%和 0.3%。外出农民工占农民工总量的比重也由 2011 年的 62.8%逐渐下降到 2016 年的 60.1%。相反，2016 年本地农民工 11237 万人，比上年增长 374 万人，增长 3.4%，增速比上年加快 0.7 个百分点，本地农民工增量占新增农民工的 88.2%，农民工回流趋势可见。同时，农村人均可支配收入不断增加，至 2016 年达到 12363 元。并且农村网购市场规模在可支配收入中的占比正在快速增加，从 2014 年的 2.8%增加到 2016 年的 6.62%，预计 2017 年将达到 8.24%。反应出网购对农村市场正在持续渗透，未来农村网购市场规模将保持快速增长，预计 2017 年将突破 6000 亿，农村电商一片蓝海。

外出农民工占比呈现下降趋势

农村人均可支配收入不断增加

中国产业研究报告网发布的《2018-2024年中国农村网购产业深度调研与未来发展前景预测报告》共十四章。首先介绍了农村网购相关概念及发展环境，接着分析了中国农村网购规模及消费需求，然后对中国农村网购市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国农村网购面临的机遇及发展前景。您若想对中国农村网购有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 2014-2016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 全球农村网购行业发展概述

### 3.1 2014-2016年全球农村网购行业发展情况概述

#### 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 2014-2016年全球主要地区农村网购行业发展状况

#### 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 2018-2024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 中国农村网购行业发展概述

- 4.1 中国农村网购行业发展状况分析
  - 4.1.1 中国农村网购行发展概况
  - 4.1.2 中国农村网购行发展特点
- 4.2 2014-2016年农村网购行业发展现状
  - 4.2.1 2014-2016年农村网购行业市场规模
  - 4.2.2 2014-2016年农村网购行业发展现状
- 4.3 2018-2024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 2014-2016年中国农村网购行业总体规模分析
  - 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 2014-2016年中国农村网购行业市场供需分析
  - 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 2014-2016年中国农村网购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 2016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 A公司竞争力分析
  - 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 C公司竞争力分析
  - 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 D公司竞争力分析

##### 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 E公司竞争力分析

##### 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 F公司竞争力分析

##### 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 2018-2024年中国农村网购行业发展趋势与前景分析

#### 12.1 2018-2024年中国农村网购市场发展前景

##### 12.1.1 2018-2024年农村网购市场发展潜力

##### 12.1.2 2018-2024年农村网购市场发展前景展望

##### 12.1.3 2018-2024年农村网购细分行业发展前景分析

#### 12.2 2018-2024年中国农村网购市场发展趋势预测

##### 12.2.1 2018-2024年农村网购行业发展趋势

##### 12.2.2 2018-2024年农村网购市场规模预测

##### 12.2.3 2018-2024年细分市场发展趋势预测

## 12.3 2018-2024年中国农村网购行业供需预测

### 12.3.1 2018-2024年中国农村网购行业供给预测

### 12.3.2 2018-2024年中国农村网购行业需求预测

### 12.3.3 2018-2024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 2018-2024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 2018-2024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（ZY ZM）

- 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：2014-2016年农村网购行业市场规模分析

图表：2018-2024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：2014-2016年农村网购重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国农村网购行业销售情况分析

图表：2014-2016年中国农村网购行业利润情况分析

图表：2014-2016年中国农村网购行业资产情况分析

图表：2014-2016年中国农村网购行业竞争力分析

图表：2018-2024年中国农村网购行业消费量预测

图表：2018-2024年中国农村网购行业市场前景预测

图表：2018-2024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.chinairr.org/report/R09/R0904/201808/23-271517.html>