

2023-2028年中国互联网+便捷交通行业市场深度 评估及投资战略规划报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2023-2028年中国互联网+便捷交通行业市场深度评估及投资战略规划报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/transport/856689.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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 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

（一）电子商务分类

（二）电子商务功能

（三）电子商务运营模式

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 互联网环境下便捷交通行业的机会与挑战

第一节 2022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）手机网民规模分析

（三）农村网民规模分析

（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

三、移动互联网发展状况

（一）移动互联网市场规模

（二）移动互联网流量情况

（三）移动互联网产业结构

（四）移动互联网主要特点

第二节 互联网环境下便捷交通行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、电商成为传统企业突破口

第三节 互联网与交通融合的态势特点

一、中国交通智能化水平显著提升

二、互联网快速渗透票务预订业务

三、“互联网+出行”新模式不断涌现

第四节 互联网与交通融合存在的问题分析

一、交通运输行业的信息资源开放度不足

二、交通运输行业的既有管理体制不适应

三、技术、人才储备以及安全保障不足

第五节 互联网便捷交通行业产生背景分析

一、互联网便捷交通产生背景

二、用户选择在线打车软件原因

三、中国主要出行方式对比分析

第三章 便捷交通行业发展现状分析

第一节 便捷交通行业发展现状分析

一、便捷交通行业产业政策分析

二、便捷交通行业发展现状分析

三、便捷交通行业主要企业分析

四、便捷交通行业市场规模分析

第二节 便捷交通行业市场前景分析

一、便捷交通行业发展机遇分析

二、便捷交通行业市场前景分析

三、便捷交通行业发展趋势分析

四、便捷交通行业发展前景分析

第四章 便捷交通行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 便捷交通电商市场规模与渗透率

一、便捷交通电商总体开展情况

二、便捷交通电商交易规模分析

三、便捷交通电商渠道渗透率分析

第二节 “互联网+”便捷交通重点发展方向

一、提升交通运输服务品质

二、推进交通要素资源在线化

三、增强交通运输科学治理能力

第三节 便捷交通电商行业盈利能力分析

一、便捷交通电子商务发展有利因素

二、便捷交通电子商务发展制约因素

三、便捷交通电商行业经营成本分析

四、便捷交通电商行业盈利模式分析

五、便捷交通电商行业盈利渠道分析

第四节 便捷交通电商行业未来前景及趋势预测

一、便捷交通电商行业市场空间测算

二、便捷交通电商市场规模预测分析

三、便捷交通电商发展趋势预测分析

第五章 便捷交通企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 便捷交通企业转型电商构建分析

一、便捷交通电子商务关键环节分析

（一）电商网站建设

（二）网站品牌建设及营销

（三）服务体系

（四）网站增值服务

二、便捷交通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 便捷交通企业转型电商发展途径

一、电商B2C发展模式

二、电商C2C发展模式

三、电商O2O发展模式

第三节 便捷交通企业转型电商平台选择分析

一、便捷交通企业电商建设模式

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、便捷交通企业电商平台选择策略

第六章 便捷交通行业电子商务运营模式分析

第一节 便捷交通电子商务B2C模式分析

一、便捷交通电子商务B2C市场概况

二、便捷交通电子商务B2C盈利模式

三、便捷交通电子商务B2C平台规划

第二节 便捷交通电子商务C2C模式分析

一、便捷交通电子商务C2C市场概况

二、便捷交通电子商务C2C盈利模式

三、便捷交通电子商务C2C信用体系

第三节 便捷交通电子商务O2O模式分析

一、便捷交通电子商务O2O市场概况

二、便捷交通电子商务O2O优势分析

三、便捷交通电子商务O2O营销模式

四、便捷交通电子商务O2O潜在风险

第七章 便捷交通主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节 快的打车

一、网站发展基本概述

二、网站发展历程分析

三、网站经营情况分析

四、网站最新动态分析

第二节 滴滴打车

一、网站发展基本概述

二、网站发展历程分析

三、网站经营情况分析

四、网站打车价格分析

第三节 易到用车

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站发展历程分析
- 三、网站业务模式分析
- 四、网站最新动态分析

第四节 神州专车

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站市场优势分析
- 三、网站服务网络分析
- 四、网站最新动态分析

第五节 PP租车

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站发展历程分析
- 三、网站相关服务分析
- 四、网站最新动态分析

第六节 优步打车

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站经营情况分析
- 三、网站进军北京情况
- 四、网站最新动态分析

第七节 嗒嗒巴士

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站经营情况分析
- 三、网站发展模式分析
- 四、网站竞争优势分析

第八节 嘀嗒拼车

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站经营情况分析
- 三、网站服务区域分析
- 四、网站竞争优势分析

第九节 天天用车

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站经营业务分析
- 三、网站经营产品背景
- 四、网站竞争优势分析

第十节 接我

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站经营业务分析
- 三、网站经营特点分析
- 四、网站竞争优势分析

第八章 便捷交通企业进入互联网领域投资策略分析

第一节 便捷交通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 便捷交通企业转型电商物流投资分析

一、便捷交通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、便捷交通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

三、便捷交通电商物流构建策略分析

- (一) 入库质量检查
- (二) 在库存储管理
- (三) 出库配货管理
- (四) 发货和派送
- (五) 退货处理分析

第三节 便捷交通企业转型电商投资风险分析

- 一、市场风险分析
- 二、经济风险分析
- 三、竞争风险分析
- 四、经营风险分析
- 五、规避风险的财务策略

第四节 便捷交通企业电商市场策略--战略性合并

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/transport/856689.html>