

# 2016-2022年中国互联网+ 汽车运动市场前景研究与未来前景预测报告

## 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+汽车运动市场前景研究与未来前景预测报告》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.abaogao.com/b/qiche/006189Y45Y.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

“互联网+”是指以互联网为主的一整套信息技术（包括移动互联网、云计算、大数据技术等）在经济、社会各个部门的扩散，本质在于传统行业的在线化和数据化。2015年3月5日十二届全国人大三次会议上，李克强总理在政府工作报告中提出“互联网+”行动计划，推动移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业结合，促进电子商务、工业互联网和互联网金融健康发展，引导互联网企业拓展国际市场，正式将“互联网+”纳入国家顶层设计，提升至国家战略层面。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国互联网+汽车运动市场前景研究与未来前景预测报告》。内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

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、&ldquo;互联网+&rdquo;的发展
- 四、&ldquo;互联网+&rdquo;的评价
- 五、&ldquo;互联网+&rdquo;的趋势

## 第二章 互联网环境下汽车运动行业的机会与挑战

### 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 互联网环境下汽车运动行业的机会与挑战

- 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 互联网汽车运动行业的改造与重构

- 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 汽车运动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 汽车运动行业发展现状分析

#### 第一节 汽车运动行业发展现状分析

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

#### 第二节 汽车运动行业市场前景分析

- 一、汽车运动行业发展机遇分析
- 二、汽车运动行业市场规模预测
- 三、汽车运动行业发展前景分析

### 第四章 汽车运动行业市场规模与电商未来空间预测

#### 第一节 汽车运动电商市场规模与渗透率

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

#### 第二节 汽车运动电商行业盈利能力分析

- 一、汽车运动电子商务发展有利因素
- 二、汽车运动电子商务发展制约因素
- 三、汽车运动电商行业经营成本分析
- 四、汽车运动电商行业盈利模式分析
- 五、汽车运动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、汽车运动电商行业市场空间测算
- 二、汽车运动电商市场规模预测分析
- 三、汽车运动电商发展趋势预测分析

### 第五章 汽车运动企业互联网战略体系构建及平台选择

#### 第一节 汽车运动企业转型电商构建分析

- 一、汽车运动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、汽车运动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 汽车运动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 汽车运动企业转型电商平台选择分析

一、汽车运动企业电商建设模式

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、汽车运动企业电商平台选择策略

## 第六章 汽车运动行业电子商务运营模式分析

### 第一节 汽车运动电子商务B2B模式分析

一、汽车运动电子商务B2B市场概况

二、汽车运动电子商务B2B盈利模式

三、汽车运动电子商务B2B运营模式

#### 四、汽车运动电子商务B2B的供应链

##### 第二节 汽车运动电子商务B2C模式分析

###### 一、汽车运动电子商务B2C市场概况

###### 二、汽车运动电子商务B2C市场规模

###### 三、汽车运动电子商务B2C盈利模式

###### 四、汽车运动电子商务B2C物流模式

###### 五、汽车运动电商B2C物流模式选择

##### 第三节 汽车运动电子商务C2C模式分析

###### 一、汽车运动电子商务C2C市场概况

###### 二、汽车运动电子商务C2C盈利模式

###### 三、汽车运动电子商务C2C信用体系

###### 四、汽车运动电子商务C2C物流特征

###### 五、重点C2C电商企业发展分析

##### 第四节 汽车运动电子商务O2O模式分析

###### 一、汽车运动电子商务O2O市场概况

###### 二、汽车运动电子商务O2O优势分析

###### 三、汽车运动电子商务O2O营销模式

###### 四、汽车运动电子商务O2O潜在风险

#### 第七章 汽车运动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 汽车运动企业进入互联网领域投资策略分析

### 第一节 汽车运动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 汽车运动企业转型电商物流投资分析

- 一、汽车运动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、汽车运动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 汽车运动企业电商市场策略分析

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：2010-2015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：传统汽车运动消费存在的“痛点”

图表：汽车运动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年汽车运动电商交易规模趋势图

图表：2013-2015年汽车运动电商市场渗透率趋势图

图表：2016-2022年汽车运动电商交易规模预测趋势图

图表：2016-2022年汽车运动电商市场渗透率预测趋势图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qiche/006189Y45Y.html>