

2022-2028年中国互联网+ 水务市场发展趋势与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2022-2028年中国互联网+水务市场发展趋势与行业竞争对手分析报告》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/qita/W91894J0ST.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

水环境公司的资金缺口常年较大，其中碧水源虽常年存在着高额资金需求缺口，但亦有明显的收缩趋势，主要受PPP项目推进受阻影响。国祯环保受益于股东转让，2019年融资有明显加速，筹资净额达30亿元，较前几年大幅增加。碧水源资金缺口常年维持高位（单位：亿元）水处理公司筹资性现金流净额（单位：亿元） 智研数据研究中心发布的《2022-2028年中国互联网+水务市场发展趋势与行业竞争对手分析报告》共十一章。首先介绍了中国互联网+水务行业市场发展环境、互联网+水务整体运行态势等，接着分析了中国互联网+水务行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+水务市场竞争格局。随后，报告对互联网+水务做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+水务行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+水务产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+水务行业，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：

第一章中国互联网+水务行业发展综述

第一节“互联网+水务”概念界定

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

第二节“互联网+水务”行业的内涵

第三节本报告的研究范围

第二章水务行业发展现状与前景分析

第一节水务行业概况

一、水务行业概念及分类

二、全球水务行业概况

三、中国水务行业概况

水务企业2019年末运营资产占比在48%-65%；水环境企业虽然营收中工程占比较高，但2019年末运营资产占比依然可观，碧水源、国祯环保占比均在50%+。单位市值对应的运营资产，大

部分公司均在1-2之间。从单位市值（2020.4.30市值）对应运营资产（2019年）比来看，固废企业单位市值对应的运营资产为0.75-1.2（伟明环保除外），水务企业在1-2，水处理企业在1.2左右（博世科除外）。2019年水务运营资产占总资产比（单位：亿元）水务企业单位市值所拥有运营资产情况

四、中国水务行业所处周期

第二节全球及我国水务行业发展前景展望

一、全球水务行业发展趋势展望

二、我国水务行业发展趋势展望

三、我国水务行业发展前景展望

第三节中国水务行业产业链发展趋势

一、中国水务行业产业链

二、水务产业链利润分布

三、水务上游产业链分析

四、下游产业——水务机构分析

第三章互联网+的作用——重构行业生态、促进产业链升级

第一节传统水务行业的痛点与缺陷

一、水务行业痛点及根源

二、水务营销受极大约束

三、缺少精准营销的平台

第二节移动互联网有望重构水务行业生态

一、移动水务助力解决行业痛点

二、互联网催生渠道价值

三、水务服务商的发展趋势

第三节产业链升级：互联网水务推动行业科学化、市场化

一、精准营销改善行业痛点

二、互联网水务推动产业链升级

三、互联网水务模式的核心思路

四、互联网水务未来趋势

第四章中国互联网+水务行业发展背景

第一节中国互联网+水务行业政策背景分析

一、行业管理体制分析

二、行业发展规划分析

三、行业政策动向分析

四、政策环境对行业的影响

第二节中国互联网+水务行业经济背景分析

一、宏观经济环境分析

二、国际宏观经济运行分析

三、国内宏观经济运行分析

四、宏观经济发展对行业的影响

第三节关联产业发展背景

一、中国电子商务发展状况分析

二、中国大数据产业发展状况分析

三、中国互联网产业发展状况分析

四、关联产业发展对行业的影响

第四节中国互联网+水务行业技术背景分析

一、云计算技术发展现状及投资前景调研分析

二、物联网技术发展现状及投资前景调研分析

三、通信技术的发展现状及投资前景调研分析

四、互联网相关技术对行业的影响总结

第五章中国互联网+水务行业发展现状分析

第一节中国互联网+水务行业市场发展阶段分析

一、对互联网+水务行业发展阶段的研究

二、中国互联网+水务行业细分阶段发展特点

第二节互联网给水务行业带来的冲击和变革分析

一、互联网时代水务行业大环境变化分析

二、互联网给水务行业带来的突破机遇分析

三、互联网给水务行业带来的挑战分析

四、互联网+水务行业融合创新机会分析

第三节中国互联网+水务行业市场发展现状分析

一、中国互联网+水务行业投资布局分析

(1) 中国互联网+水务行业投资切入方式

- (2) 中国互联网+水务行业投资规模分析
- (3) 中国互联网+水务行业投资业务布局
- 二、水务行业目标客户互联网渗透率分析
- 三、中国互联网+水务行业市场规模分析
- 四、中国互联网+水务行业竞争格局分析
 - (1) 中国互联网+水务行业参与者结构
 - (2) 中国互联网+水务行业竞争者类型
 - (3) 中国互联网+水务行业市场占有率

第六章 中国互联网+水务行业商业模式创新策略

第一节 关于商业模式研究的基本思想介绍

- 一、商业模式的定义及与其他模式的比较
- 二、商业模式的核心构成要素及构建流程

第二节 中国互联网+水务行业市场定位创新分析

- 一、中国水务行业消费者特征分析
- 二、中国水务行业企业主流的市场定位分析
- 三、互联网对水务行业市场定位的变革分析
- 四、互联网下水务行业市场定位优秀案例分析

第三节 中国互联网+水务行业价值主张创新分析

- 一、中国水务行业主要的客户价值主张要素分析
- 二、互联网+水务行业价值主张创新策略分析
 - (1) 水务行业企业如何利用互联网升级产品使用体验
 - (2) 水务行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验
 - (3) 水务行业企业如何利用互联网节约客户成本
- 三、互联网+水务行业价值主张创新优秀案例

第四节 中国互联网+水务行业渠道通路创新分析

- 一、中国水务行业渠道通路的主要类别及特点分析
 - (1) 价值传递通路的定义及特点
 - (2) 产品销售渠道的定义及特点
 - (3) 现有渠道通路特点的优势及不足
 - (4) 互联网对渠道通路的改造分析
- 二、互联网对水务行业渠道通路的颠覆性变革分析

三、互联网+水务行业网络媒体水务宣传策略分析

四、互联网+水务行业电商渠道构建策略分析

五、互联网+水务行业渠道通路创新优秀案例

第五节中国互联网+水务行业客户关系创新分析

一、中国水务行业客户关系的类别及关系成本分析

(1) 水务行业客户关系的类别分析

(2) 水务行业客户关系成本分析

二、中国互联网+水务行业客户关系创新路径分析

三、中国互联网+水务行业客户关系创新优秀案例

第六节中国互联网+水务行业收入来源创新分析

一、中国水务行业收入的主要来源渠道及特点

二、中国互联网+水务行业收入来源的创新分析

三、中国互联网+水务行业收入来源创新优秀案例

第七节中国互联网+水务行业合作伙伴创新分析

一、中国水务行业主要的合作伙伴及其特点分析

二、互联网如何改变水务行业合作伙伴结构

三、互联网下水务行业新增合作伙伴的特点

四、互联网下水务行业新增合作伙伴优秀案例

第八节中国互联网+水务行业成本机构优化分析

一、中国水务行业主要成本结构及特点分析

二、互联网如何改变水务行业成本结构

三、互联网下水务行业成本结构的优化路径

四、互联网下水务行业成本结构优化优秀案例

第九节国外互联网+水务行业商业模式创新经验

一、国外互联网+水务行业商业模式优秀案例剖析

(1) 案例一

1) 案例一基本信息分析

2) 案例一经营情况分析

3) 案例一盈利模式分析

4) 案例一商业模式评价

(2) 案例二

1) 案例二基本信息分析

- 2) 案例二经营情况分析
- 3) 案例二盈利模式分析
- 4) 案例二商业模式评价

(3) 案例三

- 1) 案例三基本信息分析
- 2) 案例三经营情况分析
- 3) 案例三盈利模式分析
- 4) 案例三商业模式评价

二、国外互联网+水务行业商业模式创新经验借鉴

第七章中国水务行业企业电商战略规划及模式选择

第一节中国水务行业企业电商战略规划分析

- 一、水务企业电商如何正确定位
- 二、水务电商核心业务确定策略
- 三、水务企业电商化组织变革策略

第二节中国水务行业典型电商发展模式总体分析

- 一、中国电子商务主流模式分析
- 二、B2B电商模式及其优劣势分析

- (1) B2B电商模式的特点
- (2) B2B电商模式的适用范围
- (3) B2B电商模式的优秀案例
- (4) B2B电商模式的优劣势

三、B2C电商模式及其优劣势分析

- (1) B2C电商模式的特点
- (2) B2C电商模式的适用范围
- (3) B2C电商模式的优秀案例
- (4) B2C电商模式的优劣势

四、C2C电商模式及其优劣势分析

- (1) C2C电商模式的特点
- (2) C2C电商模式的适用范围
- (3) C2C电商模式的优秀案例
- (4) C2C电商模式的优劣势

五、O2O电商模式及其优劣势分析

- (1) O2O电商模式的特点
- (2) O2O电商模式的适用范围
- (3) O2O电商模式的优秀案例
- (4) O2O电商模式的优劣势

六、中国水务行业最优电商模式的选择

第三节中国水务行业企业电商切入模式及发展路径

一、模式一

- (1) 模式一的特点及优劣势
- (2) 模式一的业务布局分析
- (3) 模式一的渠道通路分析
- (4) 模式一的收入来源分析
- (5) 模式一的关键资源能力分析
- (6) 模式一的经营风险分析
- (7) 模式一的优秀案例分析

二、模式二

- (1) 模式二的特点及优劣势
- (2) 模式二的业务布局分析
- (3) 模式二的渠道通路分析
- (4) 模式二的收入来源分析
- (5) 模式二的关键资源能力分析
- (6) 模式二的经营风险分析
- (7) 模式二的优秀案例分析

三、模式三

- (1) 模式三的特点及优劣势
- (2) 模式三的业务布局分析
- (3) 模式三的渠道通路分析
- (4) 模式三的收入来源分析
- (5) 模式三的关键资源能力分析
- (6) 模式三的经营风险分析
- (7) 模式三的优秀案例分析

第四节中国水务行业移动电商切入路径及典型产品

一、中国水务行业移动电商的商业价值分析

(1) 移动电商的商业价值分析

(2) 中国移动互联网发展现状

(3) 中国移动互联网趋势分析

二、中国水务行业移动电商市场发展现状

三、中国水务行业移动电商市场切入路径

四、中国水务行业移动电商典型产品形式

五、中国水务行业移动电商发展趋势及前景

第八章中国互联网+水务商业模式创新优秀案例剖析

第一节案例一

一、案例一基本信息分析

二、案例一经营情况分析

三、案例一产品服务分析

四、案例一盈利模式分析

五、案例一渠道通路分析

六、案例一合作伙伴分析

七、案例一融资情况分析

八、案例一商业模式评价

第二节案例二

一、案例二基本信息分析

二、案例二经营情况分析

三、案例二产品服务分析

四、案例二盈利模式分析

五、案例二渠道通路分析

六、案例二合作伙伴分析

七、案例二融资情况分析

八、案例二商业模式评价

第三节案例三

一、案例三基本信息分析

二、案例三经营情况分析

三、案例三产品服务分析

- 四、案例三盈利模式分析
- 五、案例三渠道通路分析
- 六、案例三合作伙伴分析
- 七、案例三融资情况分析
- 八、案例四商业模式评价

第四节案例四

- 一、案例四基本信息分析
- 二、案例四经营情况分析
- 三、案例四产品服务分析
- 四、案例四盈利模式分析
- 五、案例四渠道通路分析
- 六、案例四合作伙伴分析
- 七、案例四融资情况分析
- 八、案例四商业模式评价

第五节案例五

- 一、案例五基本信息分析
- 二、案例五经营情况分析
- 三、案例五产品服务分析
- 四、案例五盈利模式分析
- 五、案例五渠道通路分析
- 六、案例五合作伙伴分析
- 七、案例五融资情况分析
- 八、案例五商业模式评价

第九章中国重点企业互联网+水务投资布局分析

第一节企业一

- 一、企业基本信息分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业互联网+水务投资布局
- 四、企业互联网+水务产品服务分析
- 五、企业最新发展动向

第二节企业二

- 一、企业基本信息分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业互联网+水务投资布局
- 四、企业互联网+水务产品服务分析
- 五、企业最新发展动向

第三节企业三

- 一、企业基本信息分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业互联网+水务投资布局
- 四、企业互联网+水务产品服务分析
- 五、企业最新发展动向

第四节企业四

- 一、企业基本信息分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业互联网+水务投资布局
- 四、企业互联网+水务产品服务分析
- 五、企业最新发展动向

第五节企业五

- 一、企业基本信息分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业互联网+水务投资布局
- 四、企业互联网+水务产品服务分析
- 五、企业最新发展动向

第十章2022-2028年中国互联网+水务行业市场发展趋势预测

第一节2022-2028年中国互联网+水务行业市场趋势预测分析

- 一、中国互联网+水务行业市场增长动力分析
- 二、中国互联网+水务行业市场发展瓶颈剖析
- 三、中国互联网+水务行业市场发展趋势分析

第二节2022-2028年中国水务行业电商发展现状及趋势分析

- 一、中国水务行业电商总体开展情况
- 二、中国水务行业电商交易规模分析

- 三、中国水务行业电商产品服务品类
- 四、中国水务行业电商盈利情况分析
- 五、中国水务行业电商市场现存问题
- 六、中国水务行业电商市场趋势分析
- 七、中国水务行业电商市场规模预测

第十一章2022-2028年中国互联网+水务行业市场投资机会及建议)

第一节2022-2028年中国互联网+水务行业投资特性及风险

一、互联网+水务行业投资壁垒分析

- (1) 政策壁垒
- (2) 技术壁垒
- (3) 市场壁垒

二、互联网+水务行业投资特性分析

三、互联网+水务行业投资前景分析

第二节2022-2028年中国互联网+水务行业投融资现状及趋势

一、中国互联网+水务行业投资现状及趋势

- (1) 中国互联网+水务行业投资主体结构
- (2) 各投资主体核心资源分析
- (3) 各投资主体投资方式分析
- (4) 各投资主体投资规模分析
- (5) 2019年主要投资事件分析
- (6) 各投资主体投资前景分析

二、中国互联网+水务行业融资现状及趋势

- (1) 中国互联网+水务行业融资主体构成
- (2) 各融资主体核心资源分析
- (3) 各融资主体融资方式分析
- (4) 各融资主体融资规模分析
- (5) 2019年主要融资事件及用途
- (6) 各融资主体融资趋势分析

第三节2022-2028年中国互联网+水务行业投资机会及建议

一、中国互联网+水务行业投资机会分析)

图表目录

图表：水务分类

图表：大水务市场分类

图表：中国水务市场消费者的性别分布

图表：中国水务市场消费者的年龄分布

图表：中国水务市场消费者的职业分布

图表：中国水务市场消费者的学历分布

图表：中国水务市场消费者收入分布

图表：中国水务市场消费者的地域分布

图表：中国水务行业前景

图表：水务客户生命周期

图表：主要整型消费人群

图表：水务行业产业链

图表：水务产业是一个交叉产业

图表：我国水务市场地域分布特点

图表：水务行业痛点溯源

图表：水务行业获客渠道

图表：移动水务助力解决行业痛点

图表：新兴水务平台一览

图表：水务价值链——移动水务的作用

图表：互联网水务平台信息

图表：水务行业产业链目前呈现的“再分工”趋势

图表：水务行业产业链结构出现变化：传统模式与互联网模式交织的状态

图表：理想状态下互联网水务产业链格局

图表：水务宣传方式在进化

图表：互联网水务平台商业模式比较

图表：国内互联网水务平台比较

图表：整形水务医院招揽顾客的主要方式

图表：“互联网+水务”项目的类型分布

图表：“互联网+水务”项目的地域分布

图表：“互联网+水务”项目的融资方式分布

图表：“互联网+水务”项目的阶段分布

图表：互联网+水务行业发展规划汇总表
图表：互联网+水务行业主要政策汇总表
图表：政策环境对行业的影响分析表
图表：2015-2019年全球主要经济体经济增速预测
图表：2015-2019年中国GDP增长率变化趋势图
图表：2015-2019年中国工业增加值及增长率走势图
图表：2015-2019年中国服务业增加值及增长率走势图
图表：2015-2019年中国电商交易规模发展趋势
图表：2022-2028年中国电商交易规模预测
图表：2015-2019年我国网民规模及互联网普及率
图表：2015-2019年中国网民各类网络应用的使用率
图表：2015-2019年我国移动网民规模及增长速度
图表：关联产业发展对行业的影响总结表
图表：互联网相关技术对行业的影响总结表
图表：中国互联网+水务行业发展阶段
图表：主要企业互联网+水务行业投资切入角度
图表：2015-2019年中国互联网+水务行业主要投资事件
图表：中国互联网+水务行业投资业务布局
图表：2015-2019年中国互联网+水务行业市场规模发展趋势
图表：中国互联网+水务行业主要的市场参与者
图表：中国互联网+水务行业市场增长动力
图表：中国互联网+水务行业市场发展瓶颈
图表：2015-2019年中国水务行业电商交易规模
图表：中国水务行业电商产品服务品类
图表：中国水务行业电商市场现存问题
图表：2022-2028年中国水务行业电商市场规模预测
更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/W91894J0ST.html>