

# 2020-2026年中国互联网+ 水路运输行业发展态势与投资前景分析报告

## 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

《2020-2026年中国互联网+水路运输行业发展态势与投资前景分析报告》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.cction.com/report/202008/180397.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

2018年6月，全国水路旅客运输量为2427万人，1-6月累计达13372万人，为去年同期的98.6%。

旅客周转量方面，6月全国水路旅客周转量为67364万人公里，1-6月累计为362928万人公里，为去年同期的102%。

此外，分省市来看，2018年上半年水路旅客运输量最大的为浙江省，水路客运量达2164万人。2018年上半年水路旅客运输量超千万人的省市有五个，分别为江苏、浙江、广东、海南以及四川。2018年1-6月全国水路旅客运输量及同比增长走势

中企顾问网发布的《2020-2026年中国互联网+水路运输行业发展态势与投资前景分析报告》共八章。首先介绍了中国互联网+水路运输行业市场发展环境、互联网+水路运输整体运行态势等，接着分析了中国互联网+水路运输行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+水路运输市场竞争格局。随后，报告对互联网+水路运输做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+水路运输行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+水路运输产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+水路运输行业，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水路运输行业的机会与挑战

### 第一节 2018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2018年全国电子商务交易额将达37.05万亿元.

（三）交流沟通现状分析

（四）网络娱乐应用分析

### 第二节 互联网环境下水路运输行业的机会与挑战

#### 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 互联网水路运输行业的改造与重构

#### 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 水路运输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

### 第三章水路运输所属行业发展现状分析

#### 第一节 水路运输所属行业发展现状分析

##### 一、水路运输行业产业政策分析

##### 二、水路运输行业发展现状分析

##### 三、水路运输行业主要企业分析

##### 四、水路运输行业市场规模分析

#### 第二节 水路运输行业市场前景分析

##### 一、水路运输行业发展机遇分析

##### 二、水路运输行业市场规模预测

##### 三、水路运输行业发展前景分析

### 第四章水路运输所属行业市场规模与电商未来空间预测

#### 第一节 水路运输电商市场规模与渗透率

##### 一、水路运输电商总体开展情况

##### 二、水路运输电商交易规模分析

##### 三、水路运输电商渠道渗透率分析

#### 第二节 水路运输电商行业盈利能力分析

##### 一、水路运输电子商务发展有利因素

##### 二、水路运输电子商务发展制约因素

##### 三、水路运输电商行业经营成本分析

##### 四、水路运输电商行业盈利模式分析

##### 五、水路运输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、水路运输电商行业市场空间测算

##### 二、水路运输电商市场规模预测分析

##### 三、水路运输电商发展趋势预测分析

### 第五章水路运输企业互联网战略体系构建及平台选择

#### 第一节 水路运输企业转型电商构建分析

##### 一、水路运输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、水路运输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 水路运输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 水路运输企业转型电商平台选择分析

一、水路运输企业电商建设模式

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、水路运输企业电商平台选择策略

## 第六章 水路运输行业电子商务运营模式分析

### 第一节 水路运输电子商务B2B模式分析

一、水路运输电子商务B2B市场概况

二、水路运输电子商务B2B盈利模式

三、水路运输电子商务B2B运营模式

#### 四、水路运输电子商务B2B的供应链

#### 第二节 水路运输电子商务B2C模式分析

##### 一、水路运输电子商务B2C市场概况

##### 二、水路运输电子商务B2C市场规模

##### 三、水路运输电子商务B2C盈利模式

##### 四、水路运输电子商务B2C物流模式

##### 五、水路运输电商B2C物流模式选择

#### 第三节 水路运输电子商务C2C模式分析

##### 一、水路运输电子商务C2C市场概况

##### 二、水路运输电子商务C2C盈利模式

##### 三、水路运输电子商务C2C信用体系

##### 四、水路运输电子商务C2C物流特征

##### 五、重点C2C电商企业发展分析

#### 第四节 水路运输电子商务O2O模式分析

##### 一、水路运输电子商务O2O市场概况

##### 二、水路运输电子商务O2O优势分析

##### 三、水路运输电子商务O2O营销模式

##### 四、水路运输电子商务O2O潜在风险

### 第七章 水路运输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

## 第八章水路运输企业进入互联网领域投资策略分析

### 第一节 水路运输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 水路运输企业转型电商物流投资分析

- 一、水路运输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、水路运输企业电商外包物流分析
  - (一) 水路运输务量完成情况
  - (二) 水路运输务的收入情况

### （三）水路运输竞争格局分析

#### 第三节 水路运输企业电商市场策略分析

图表目录（部分）：

图表 2011-2015年中国网民规模及互联网普及率

图表 2013-2015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 2011-2015年我国网络零售市场交易规模

图表 2010-2025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 传统水路运输消费存在的“痛点”

图表 水路运输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 2012-2018年水路运输电商交易规模趋势图

图表 2012-2018年水路运输电商市场渗透率趋势图

图表 2020-2026年水路运输电商交易规模预测趋势图

图表 2020-2026年水路运输电商市场渗透率预测趋势图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/180397.html>