

2023-2029年中国互联网+ 汽车物流行业发展态势与投资分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国互联网+汽车物流行业发展态势与投资分析报告》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/202301/335434.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国互联网+汽车物流行业发展态势与投资分析报告》共七章。首先介绍了互联网+汽车物流行业市场发展环境、互联网+汽车物流整体运行态势等，接着分析了互联网+汽车物流行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+汽车物流市场竞争格局。随后，报告对互联网+汽车物流做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网+汽车物流行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+汽车物流产业有个系统的了解或者想投资互联网+汽车物流行业，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1章：中国互联网+汽车物流行业发展综述

1.1 “互联网+汽车物流”行业概念界定

1.1.1 “互联网+”的提出及内涵

（1）“互联网+”的提出

（2）“互联网+”的内涵

1.1.2 “互联网+汽车物流”的内涵

1.1.3 本报告的研究范围

1.2 中国互联网+汽车物流行业发展背景

1.2.1 中国互联网+汽车物流行业政策背景分析

（1）行业管理体制分析

（2）行业发展规划分析

（3）行业政策动向分析

（4）政策环境对行业的影响

1.2.2 中国互联网+汽车物流行业经济背景分析

（1）宏观经济运行分析

（2）关联产业发展背景

1.2.3 中国互联网+汽车物流行业技术背景分析

（1）云计算技术发展现状及未来趋势分析

- (2) 物联网技术发展现状及未来趋势分析
- (3) 通信技术的发展现状及未来趋势分析
- (4) 互联网相关技术对行业的影响总结

第2章：中国互联网+汽车物流行业发展现状及前景

2.1 中国互联网+汽车物流行业市场发展阶段分析

2.1.1 对互联网+汽车物流行业市场发展阶段的研究

2.1.2 中国互联网+汽车物流行业发展方向分析

2.2 互联网给汽车物流行业带来的冲击和变革分析

2.2.1 互联网时代汽车物流行业大环境变化分析

- (1) 政策环境
- (2) 物流产业环境
- (3) 交通运输业发展环境
- (4) 交通基础设施建设环境
- (5) 汽车产业环境
- (6) 互联网发展环境
- (7) 信息技术环境

2.2.2 互联网给汽车物流行业带来的突破机遇分析

2.2.3 互联网给汽车物流行业带来的挑战分析

2.3 中国互联网+汽车物流行业市场发展现状分析

2.3.1 汽车物流行业市场规模

2.3.2 汽车物流行业信息技术渗透率分析

2.3.3 中国互联网+汽车物流行业竞争格局分析

- (1) 区域竞争格局
- (2) 企业竞争格局

2.4 中国互联网+汽车物流行业市场发展前景分析

2.4.1 中国互联网+汽车物流行业市场增长动力分析

- (1) 供应链一体化融合
- (2) 智能物流技术

2.4.2 中国互联网+汽车物流行业市场发展瓶颈分析

2.4.3 中国互联网+汽车物流行业市场发展趋势分析

- (1) 互联网+汽车物流行业市场发展趋势

(2) 汽车物流市场规模预测

第3章：中国互联网+汽车物流行业商业模式创新策略

3.1 关于商业模式研究的基本思想介绍

3.1.1 商业模式的定义及与其他模式的比较

(1) 商业模式定义

(2) 商业模式与其他模式的比较

(3) 商业模式与其他模式的关系

3.1.2 商业模式的核心构成要素及构建流程

(1) 商业模式核心构成要素分析

(2) 商业模式的构建流程

3.1.3 互联网+汽车物流行业商业模式简介

3.2 中国互联网+汽车物流行业市场定位创新分析

3.2.1 中国汽车物流行业客户特征分析

3.2.2 中国汽车物流行业主流的市场定位分析

(1) 汽车生产企业物流定位

(2) 第三方汽车物流市场定位

3.2.3 互联网对汽车物流行业市场定位的变革分析

3.3 中国互联网+汽车物流行业价值主张创新分析

3.3.1 中国汽车物流行业价值主张分析

3.3.2 互联网+汽车物流行业价值主张创新策略分析

(1) 汽车物流行业企业如何利用互联网升级使用体验

(2) 汽车物流行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验

3.4 中国互联网+汽车物流行业渠道通路创新分析

3.4.1 中国互汽车物流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

3.4.2 互联网对汽车物流行业渠道通路的颠覆性变革分析

3.4.3 互联网+汽车物流行业网络媒体广告宣传策略分析

(1) 搜索引擎宣传（关键词竞价）

(2) 物流信息网等垂直信息网站宣传

(3) 企业网络营销传播模式分析

3.5 中国互联网+汽车物流行业客户关系创新分析

3.5.1 中国汽车物流行业客户关系的类别及关系成本分析

3.5.2 中国互联网+汽车物流行业客户关系创新路径分析

3.6 中国互联网+汽车物流行业合作伙伴创新分析

3.6.1 中国汽车物流行业主要的合作伙伴及其特点分析

3.6.2 互联网如何改变汽车物流行业合作伙伴结构

3.6.3 互联网下汽车物流行业新增合作伙伴的特点

3.7 中国互联网+汽车物流行业成本结构优化分析

3.7.1 中国汽车物流行业主要成本结构及特点分析

(1) 汽车物流成本结构

(2) 中国汽车企业物流费用率较高

3.7.2 互联网如何改变汽车物流行业成本结构

(1) 管理成本

(2) 运输成本

3.7.3 互联网下汽车物流行业成本结构的优化路径

3.8 国外互联网+汽车物流行业商业模式创新经验

3.8.1 国外互联网+汽车物流行业商业模式优秀案例剖析

(1) 荷兰邮政集团 (TPG)

(2) 敦豪航空货运公司 (DHL)

3.8.2 国外互联网+汽车物流行业商业模式创新经验借鉴

第4章：中国汽车物流行业企业电商战略规划及模式选择

4.1 汽车企业电子商务物流发展方向研究

4.1.1 电子物流对汽车企业发展的意义

(1) 汽车制造企业电子商务需求迫切

(2) 极大发挥市场资源配置作用

(3) 有效维护和巩固同客户之间的关系

4.1.2 汽车企业电子商务物流的发展方向分析

(1) 建立统一的电子商务物流模式

(2) 建立电子商务下的物流发展模式

4.2 中国汽车物流行业典型电商发展模式选择分析

4.2.1 中国电子商务主流模式分析

4.2.2 O2O电商模式及其优劣势分析

(1) O2O电商模式特点

(2) O2O电商模式的适用范围

(3) O2O电商模式的优劣势

4.2.3 中国汽车物流行业最优电商模式的选择

4.3 中国汽车物流行业企业试水电子商务案例分析

4.3.1 汽车物流行业首个APP问世

4.3.2 多仓合一，信息共享

4.3.3 传统物流企业试水O2O优势分析

(1) 线下运力保障

(2) 信息化管理完善

(3) 产品综合竞争力强

4.4 中国汽车物流行业移动互联网切入路径及典型产品

4.4.1 中国汽车物流行业移动互联网的商业价值分析

(1) 移动互联网的商业价值分析

(2) 中国移动互联网发展现状

(3) 中国移动互联网前景预测

4.4.2 中国汽车物流行业移动互联网市场发展现状

(1) 汽车物流行业移动互联网市场进入壁垒

(2) 汽车物流移动互联网市场仍有待开发

4.4.3 中国汽车物流行业移动互联网发展趋势及前景

(1) 移动端成为汽车行业创新创业的土壤

(2) 一站式的汽车物流服务将成为主流

第5章：中国互联网+汽车物流商业模式创新优秀案例剖析

5.1 一汽物流有限公司

5.1.1 企业基本信息分析

5.1.2 企业经营状况分析

5.1.3 企业产品服务分析

5.1.4 企业信息化能力分析

5.1.5 企业渠道通路分析

5.1.6 企业合作伙伴分析

5.2 中远海运物流有限公司

5.2.1 企业基本信息分析

5.2.2 企业经营状况分析

5.2.3 企业产品服务分析

5.2.4 企业信息化能力分析

5.2.5 企业渠道通路分析

5.2.6 企业合作伙伴分析

5.3 三羊马（重庆）物流股份有限公司

5.3.1 企业基本信息分析

5.3.2 企业经营状况分析

5.3.3 企业产品服务分析

5.3.4 企业信息化能力分析

5.3.5 企业渠道通路分析

5.3.6 企业合作伙伴分析

5.4 北京古道宏盛物流有限公司

5.4.1 企业基本信息分析

5.4.2 企业经营情况分析

5.4.3 企业产品服务分析

5.4.4 企业汽车物流业务分析

5.4.5 企业渠道通路分析

5.4.6 企业合作伙伴分析

5.5 武汉中原发展汽车物流股份有限公司

5.5.1 企业基本信息分析

5.5.2 企业经营情况分析

5.5.3 企业产品服务分析

5.5.4 企业信息化能力分析

5.5.5 企业渠道通路分析

5.5.6 企业合作伙伴分析

5.6 陆友物流（北京）有限公司

5.6.1 企业基本信息分析

5.6.2 企业经营状况分析

5.6.3 企业产品服务分析

5.6.4 企业信息化能力分析

5.6.5 企业渠道通路分析

5.6.6 企业合作伙伴分析

第6章：中国大型企业互联网+汽车物流投资布局分析

6.1 大型物流公司“互联网+汽车物流”投资布局

6.1.1 上汽安吉物流股份有限公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业业务能力分析
- (3) 企业互联网+汽车物流投资布局
- (4) 企业互联网+汽车物流产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

6.1.2 北京长久物流股份有限公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业业务能力分析
- (3) 企业经营数据分析
- (4) 企业互联网+汽车物流投资布局
- (5) 企业互联网+汽车物流产品/服务分析
- (6) 企业最新发展动向

6.1.3 重庆长安民生物流股份有限公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业业务能力分析
- (3) 经营情况分析
- (4) 企业互联网+汽车物流投资布局
- (5) 企业互联网+汽车物流产品/服务分析
- (6) 企业最新发展动向

6.1.4 中联物流（中国）有限公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业业务能力分析
- (3) 企业互联网+汽车物流投资布局
- (4) 企业互联网+汽车物流产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

6.1.5 上海厚谊俊捷国际物流发展股份有限公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业业务能力分析
- (3) 企业经营数据分析
- (4) 企业互联网+汽车物流投资布局
- (5) 企业互联网+汽车物流产品/服务分析
- (6) 企业最新发展动向

6.2 大型互联网企业“互联网+汽车物流”投资布局

6.2.1 阿里巴巴

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+汽车物流投资布局
- (4) 阿里巴巴布局“互联网+汽车物流”优势分析
- (5) 企业最新发展动向

6.2.2 百度公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+汽车物流投资布局
- (4) 企业互联网+汽车物流切入方式

6.2.3 腾讯公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+汽车物流投资布局
- (4) 企业互联网+汽车物流产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

第7章：中国互联网+汽车物流行业市场投资机会及建议

7.1 中国互联网+汽车物流行业投资特性及风险

7.1.1 互联网+汽车物流行业投资壁垒分析

- (1) 政策壁垒
- (2) 技术壁垒
- (3) 市场壁垒

7.1.2 互联网+汽车物流行业投资特性分析	
7.1.3 互联网+汽车物流行业投资风险分析	
(1) 技术风险	
(2) 市场风险	
7.2 中国互联网+汽车物流行业投融资现状及趋势	
7.2.1 中国互联网+汽车物流行业投资现状及趋势	
(1) 互联网+汽车物流行业投资主体结构	
(2) 互联网+汽车物流行业投资布局情况	
(3) 各投资主体核心资源分析	
(4) 各投资主体投资事件分析	
7.2.2 中国互联网+汽车物流行业融资现状及趋势	
(1) 互联网+汽车物流融资模式分析	
(2) 供应链金融融资分析	
(3) 互联网金融融资分析	
(4) 互联网+供应链金融	
(5) 互联网+供应链金融发展方向	
7.3 中国互联网+汽车物流行业投资建议	
7.3.1 中国互联网+汽车物流行业投资机会分析	
(1) 轻资产快速扩张，重构物流生态	
(2) IT技术从后台走向前台	
(3) 延伸供应链金融，创新商业+金融模式	
7.3.2 关于互联网+汽车物流行业的投资建议	

部分图表目录：

图表1：“互联网+”的主要特征

图表2：汽车物流产业链

图表3：汽车物流过程图

图表4：中国互联网+汽车物流行业协会典型代表

图表5：2017-2022年中国“互联网+汽车物流”行业发展规划

图表6：2022年中国互联网+汽车物流行业相关政策

图表7：2017-2022年中国汽车物流行业相关税收政策

图表8：2017-2022年中国汽车物流标准汇总表

图表9：2017-2022年美国国内生产总值变化趋势图（单位：十亿美元，%）

图表10：2017-2022年欧元区实际GDP季度同比增长变化（单位：%）

图表11：2017-2022年日本GDP增长率走势（单位：%）

图表12：2017-2022年世界各地实际GDP增长率预测（单位：%）

图表13：2017-2022年中国国内生产总值及其增速变化情况（单位：万亿元，%）

图表14：2017-2022年中国固定资产投资变化情况（单位：万亿元）

图表15：2022年主要经济指标预测（单位：%）

图表16：疫情对中国经济影响（2022年GDP增速）的三种可能性（单位：%）

图表17：2017-2022年中国电子商务交易额及增长情况（单位：万亿元，%）

图表18：2017-2022年中国网上零售市场交易规模及趋势（单位：亿元，%）

图表19：2017-2022年中国大数据市场产值及增长率及预测（单位：亿元，%）

图表20：2017-2022年我国网民数和互联网普及率（单位：万人，%）

图表21：2017-2022年中国云计算市场规模增长情况（单位：亿元，%）

图表22：2023-2029年中国云计算市场规模预测（单位：亿元）

图表23：2017-2022年中国物联网市场规模及增长情况（单位：亿元）

图表24：物联网技术发展趋势

图表25：2017-2022年中国即时通信工具用户规模（单位：万人，%）

图表26：互联网相关技术对互联网+汽车物流的影响分析

图表27：中外汽车物流行业成本对比（单位：%）

图表28：2017-2022年中国社会物流总额走势图（单位：万亿元，%）

图表29：2017-2022年中国社会物流总费用走势图（单位：万亿元，%）

图表30：2017-2022年中国社会物流业增加值情况（单位：万亿元）

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202301/335434.html>