

# 2018-2024年中国新能源汽车+互联网行业分析与投资潜力分析报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2018-2024年中国新能源汽车+互联网行业分析与投资潜力分析报告》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.chinairr.org/report/R05/R0505/201804/20-259032.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

从 2011 年开始，我国新能源汽车开始快速起步，11-16 年年均复合增长率达到 129%，呈爆发式增长。2016 年新能源汽车产量为 51.9 万辆，同比增速 56.8%，低于目标 70 万辆，低于预期主要原因为受骗补风波和补贴新政不明朗等因素影响，16 年下半年产量较少。而 17 年初受到补贴新政（条件更严苛、部分退坡）的影响，一季度产销量 5.8 万辆和 5.6 万辆，同比下降 7.7%和 4.7%，而随着 3 月产销量回暖和新补贴政策逐步落实，新能源汽车总体有回暖之势。

我国新能源汽车年度产量及同比增速 资料来源：公开资料，中国产业研究报告网整理

中国产业研究报告网发布的《2018-2024年中国新能源汽车+互联网行业分析与投资潜力分析报告》共八章。首先介绍了新能源汽车+互联网行业市场发展环境、新能源汽车+互联网整体运行态势等，接着分析了新能源汽车+互联网行业市场运行的现状，然后介绍了新能源汽车+互联网市场竞争格局。随后，报告对新能源汽车+互联网做了重点企业经营状况分析，最后分析了新能源汽车+互联网行业发展趋势与投资预测。您若想对新能源汽车+互联网产业有个系统的了解或者想投资新能源汽车+互联网行业，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、&ldquo;互联网+&rdquo;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 互联网环境下新能源汽车行业的机会与挑战

### 第一节 2017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 互联网环境下新能源汽车行业的机会与挑战

- 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 互联网新能源汽车行业的改造与重构

- 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 新能源汽车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 新能源汽车行业发展现状分析

#### 第一节 新能源汽车行业发展现状分析

##### 一、新能源汽车行业产业政策分析

##### 二、新能源汽车行业发展现状分析

##### 三、新能源汽车行业主要企业分析

##### 四、新能源汽车行业市场规模分析

#### 第二节 新能源汽车行业市场前景分析

##### 一、新能源汽车行业发展机遇分析

##### 二、新能源汽车行业市场规模预测

##### 三、新能源汽车行业发展前景分析

### 第四章 新能源汽车行业市场规模与电商未来空间预测

#### 第一节 新能源汽车电商市场规模与渗透率

##### 一、新能源汽车电商总体开展情况

##### 二、新能源汽车电商交易规模分析

##### 三、新能源汽车电商渠道渗透率分析

#### 第二节 新能源汽车电商行业盈利能力分析

##### 一、新能源汽车电子商务发展有利因素

##### 二、新能源汽车电子商务发展制约因素

##### 三、新能源汽车电商行业经营成本分析

##### 四、新能源汽车电商行业盈利模式分析

##### 五、新能源汽车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、新能源汽车电商行业市场空间测算

##### 二、新能源汽车电商市场规模预测分析

##### 三、新能源汽车电商发展趋势预测分析

### 第五章 新能源汽车企业互联网战略体系构建及平台选择

#### 第一节 新能源汽车企业转型电商构建分析

##### 一、新能源汽车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、新能源汽车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 新能源汽车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 新能源汽车企业转型电商平台选择分析

- 一、新能源汽车企业电商建设模式
- 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、新能源汽车企业电商平台选择策略

## 第六章 新能源汽车行业电子商务运营模式分析

### 第一节 新能源汽车电子商务B2B模式分析

- 一、新能源汽车电子商务B2B市场概况
- 二、新能源汽车电子商务B2B盈利模式

三、新能源汽车电子商务B2B运营模式

四、新能源汽车电子商务B2B的供应链

## 第二节 新能源汽车电子商务B2C模式分析

一、新能源汽车电子商务B2C市场概况

二、新能源汽车电子商务B2C市场规模

三、新能源汽车电子商务B2C盈利模式

四、新能源汽车电子商务B2C物流模式

五、新能源汽车电商B2C物流模式选择

## 第三节 新能源汽车电子商务C2C模式分析

一、新能源汽车电子商务C2C市场概况

二、新能源汽车电子商务C2C盈利模式

三、新能源汽车电子商务C2C信用体系

四、新能源汽车电子商务C2C物流特征

五、重点C2C电商企业发展分析

## 第四节 新能源汽车电子商务O2O模式分析

一、新能源汽车电子商务O2O市场概况

二、新能源汽车电子商务O2O优势分析

三、新能源汽车电子商务O2O营销模式

四、新能源汽车电子商务O2O潜在风险

# 第七章 新能源汽车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 新能源汽车企业进入互联网领域投资策略分析（ZY GXH）

### 第一节 新能源汽车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 新能源汽车企业转型电商物流投资分析

#### 一、新能源汽车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、新能源汽车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 新能源汽车企业电商市场策略分析 (ZY GXH)

图表目录：

图表：2011-2017年我国网民规模及互联网普及率

图表：2014-2017年中国网民各类网络应用的使用率

图表：2014-2017年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表：2013-2017年我国网络零售市场交易规模

图表：2010-2020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：传统新能源汽车消费存在的“痛点”

图表：新能源汽车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：2013-2017年新能源汽车电商交易规模趋势图

图表：2013-2017年新能源汽车电商市场渗透率趋势图

图表：2018-2024年新能源汽车电商交易规模预测趋势图

图表：2018-2024年新能源汽车电商市场渗透率预测趋势图

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0505/201804/20-259032.html>