

2018-2024年中国互联网+ 驾校培训市场研究与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2018-2024年中国互联网+驾校培训市场研究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.chinairr.org/report/R13/R1303/201812/06-281189.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

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

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

（一）电子商务分类

（二）电子商务功能

（三）电子商务运营模式

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、“互联网+”的发展

四、“互联网+”的评价

五、“互联网+”的趋势

第二章互联网环境下驾校培训行业的机会与挑战

第一节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）手机网民规模分析

（三）农村网民规模分析

（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

三、移动互联网发展状况

（一）移动互联网市场规模

（二）移动互联网流量情况

（三）移动互联网产业结构

（四）移动互联网主要特点

第二节互联网环境下驾校培训行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、电商成为传统企业突破口

第三节互联网驾校培训行业的改造与重构

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

第四节驾校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、电商黄金发展期机遇分析

第三章驾校培训行业发展现状分析

第一节驾校培训行业产业政策分析

一、驾照直考、自主预约、异地考试等改革试点

二、驾校培训主要政策分析

第二节驾校培训行业发展现状分析

一、驾校培训行业发展现状分析

二、驾校培训行业市场规模分析

第三节驾校培训行业市场前景分析

一、驾校培训行业发展机遇分析

二、驾校培训行业市场规模预测

三、驾校培训行业发展前景分析

第四章驾校培训行业市场规模与电商未来空间预测

第一节驾校培训电商市场规模与渗透率

一、驾校培训电商总体开展情况

二、驾校培训电商交易规模分析

三、驾校培训电商渠道渗透率分析

第二节互联网驾校平台经营模式分析

一、车轮考驾照平台模式

二、重庆悠驾?恒旺模式

三、互联网驾校优驾学车模式

第三节驾校培训电商行业盈利能力分析

一、驾校培训电子商务发展有利因素

二、驾校培训电子商务发展制约因素

三、驾校培训电商行业盈利模式分析

第四节电商行业未来前景及趋势预测

一、驾校培训电商行业市场空间测算

二、驾校培训电商市场规模预测分析

三、驾校培训电商发展趋势预测分析

第五章驾校培训企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节驾校培训企业转型电商构建分析

一、驾校培训电子商务关键环节分析

（一）电商网站建设

（二）网站品牌建设及营销

（三）服务体系

（四）网站增值服务

二、驾校培训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

第二节驾校培训企业转型电商发展途径

一、电商B2C发展模式

二、电商C2C发展模式

三、电商O2O发展模式

第三节驾校培训企业转型电商平台选择分析

一、驾校培训企业电商建设模式

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、驾校培训企业电商平台选择策略

第六章驾校培训行业电子商务运营模式分析

第一节驾校培训电子商务B2C模式分析

一、驾校培训电子商务B2C市场概况

二、驾校培训电子商务B2C盈利模式

三、驾校培训电子商务B2C平台规划

第二节驾校培训电子商务C2C模式分析

一、驾校培训电子商务C2C市场概况

二、驾校培训电子商务C2C盈利模式

三、驾校培训电子商务C2C信用体系

第三节驾校培训电子商务O2O模式分析

一、驾校培训电子商务O2O市场概况

二、驾校培训电子商务O2O优势分析

三、驾校培训电子商务O2O营销模式

四、驾校培训电子商务O2O潜在风险

第七章驾校培训主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节58同城

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站业务分布分析
- 三、网站产品分布分析
- 四、网站入驻企业分析
- 五、网站发展策略分析

第二节赶集网

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站业务分布分析
- 三、网站产品分布分析
- 四、网站入驻企业分析
- 五、网站发展策略分析

第三节驾校一点通

- 一、网站发展历程概述
- 二、网站提供服务分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站用户特征分析
- 五、网站发展策略分析

第四节众悦学车网

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站提供服务分析
- 二、网站覆盖地区分析
- 三、网站商家加盟分析
- 四、网站发展策略分析

第八章驾校培训企业进入互联网领域投资策略分析（ZY GXH）

第一节驾校培训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

第二节驾校培训转型电商物流投资分析

- 一、驾校培训电商自建物流分析

(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、驾校培训电商外包物流分析

(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

三、辅具电商物流构建策略分析

(一) 入库质量检查

(二) 在库存储管理

(三) 出库配货管理

(四) 发货和派送

(五) 退货处理

第三节 驾校培训企业电商市场策略分析

一、从基础资源上下硬功夫

二、从整个产业链整合资源

三、从资本层面运作经验 (ZY GXH)

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1303/201812/06-281189.html>