

2021-2026年中国互联网+公路运输行业全景评估 及投资规划建议报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国互联网+公路运输行业全景评估及投资规划建议报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/highway/740125.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

公路运输（highway transportation）是在公路上运送旅客和货物的运输方式。是交通运输系统的组成部分之一。主要承担短途客货运输。现代所用运输工具主要是汽车。因此，公路运输一般即指汽车运输。在地势崎岖、人烟稀少、铁路和水运不发达的边远和经济落后地区，公路为主要运输方式，起着运输干线作用。

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
 - （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 互联网环境下公路运输行业的机会与挑战

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) 网络金融应用分析
- (四) 网络娱乐应用分析
- (五) 公共服务应用分析

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

第二节 互联网环境下公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、互联网打造综合运输服务升级版
- 三、以互联网引领运输行业转型

第三节 互联网交通运输行业的改造与重构

- 一、互联网与交通运输业将深度融合
- 二、互联网为构建交通信息平台提供可能
- 三、移动互联网实现了供需双方信息实时对接
- 四、互联网平台整合了供需双方海量资源
- 五、互联网交通平台催生了新的组织方式
- 六、互联网交通平台最大的作用和效益是整合要素资源

第四节 “互联网+”对道路交通运输安全管理的影响

- 一、丰富道路交通运输安全管理数据内容
- 二、提供便捷的道路交通运输安全综合服务
- 三、互联网+对道路交通运输安全的分析技术

第三章 公路运输行业发展现状分析

第一节 公路运输行业发展现状分析

- 一、公路运输行业产业政策分析
 - (一) 《物流业发展中长期规划(2014-2020)》
 - (二) 《关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》
 - (三) 《国家物流枢纽布局和建设规划》
 - (四) 《关于加快道路货运行业转型升级 促进高质量发展意见的通知》
- 二、公路运输行业发展现状分析
- 三、公路运输行业主要企业分析
 - (一) 客运类企业
 - (二) 货运类企业

第二节 公路运输行业市场数据分析

一、公路固定资产投资

二、公路基础设施分析

（一）公路总里程

（二）公路密度

（三）公里里程构成

三、公路运输装备分析

（一）载客汽车拥有量

（二）载货汽车拥有量

四、公路运输服务分析

（一）客运量

（二）旅客周转量

（三）货运量

（四）货运周转量

第四章 中国公路运输信息化行业发展分析

第一节 公路运输经济发展中信息化管理内涵及必要性

一、公路运输经济发展中信息化管理的内涵

二、公路运输经济发展中信息化管理的必要性

第二节 公路运输经济发展中信息化管理的作用分析

一、优化企业的资源配置

二、降低企业经营风险问题

三、提高公路运输服务质量

四、使收费系统更加合理高效

第三节 公路运输经济发展中信息化管理的现状

一、信息化管理的应用程度不够普及

二、公路运输信息化管理的意识比较薄弱

三、从事公路运输信息化管理的人才缺乏

第四节 中国公路运输信息化管理的发展趋势

第五节 信息化管理在公路运输经济发展中的运用策略

一、建立具备内在关联性的公路运输信息管理网络

二、建设符合客户需求的客户服务体系

三、制定科学合理的公路运输行业信息化管理评估体制

第五章 公路运输企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 公路运输企业转型电商构建分析

一、公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、公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 公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 公路运输企业转型电商平台选择分析

- 一、物流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

第六章 公路货运信息化盈利模式分析

第一节 公路货运信息平台收费定价策略

- 一、会员制收费策略
- 二、按平台服务使用量收费策略
- 三、混合收费策略
- 四、个性化定制服务收费策略

第二节 公路货运市场由传统向电子商务发展的动因分析

- 一、信息技术的发展成为货运市场转型的基础

二、交易成本的降低成为货运市场转型的动力

第三节 公路货运交易平台的发展模式

- 一、提供交易信息的平台模式
- 二、依托园区节点的交易平台
- 三、提供产品服务的交易平台
- 四、加盟类的交易平台

第四节 公路货运信息化运输模式发展分析

- 一、快递运输
- 二、零担运输
- 三、整车运输

第七章 公路零担货运信息化发展分析

第一节 公路零担货运信息化发展概述

- 一、零担货物运输定义
- 二、零担货运业信息化发展现状
- 三、零担货运业信息化发展问题

第二节 公路零担信息化发展分析

- 一、公路零担行业发展历程
- 二、公路零担行业发展规模
- 三、零担行业收入前十企业
- 四、零担行业货运量前十企业
- 五、零担行业网路建设前十企业

第三节 公路零担物流商业模式分析

- 一、直营模式
- 二、加盟模式
- 三、联盟模式?
- 四、代理模式

第四节 公路零担货运信息化龙头企业

- 一、德邦
- 二、安能
- 三、顺丰

第八章 公路运输主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节 中储智运

- 一、平台发展基本概述
- 二、平台服务内容分析
- 三、平台运营模式分析

四、平台核心技术分析

第二节 中国物通网

一、网站发展基本概述

二、网站服务内容分析

三、网站发展优势分析

第三节 路歌物流电商平台

一、网站发展基本概述

二、网站行业地位分析

三、企业核心优势分析

第四节 易流科技

一、网站发展基本概述

二、网站服务内容分析

三、网站运营模式分析

四、网站发展优势分析

第五节 货通天下

一、网站发展基本概述

二、网站服务内容分析

三、网站发展优势分析

第六节 远成快运

一、网站发展基本概述

二、网站服务内容分析

三、网站运营技术分析

四、网站发展优势分析

第七节 快到网

一、网站发展基本概述

二、网站服务内容分析

三、网站运营模式分析

四、企业竞争优势分析

第九章 公路运输企业进入互联网领域投资策略分析

第一节 公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「AK LT」

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 公路运输企业转型电商物流投资分析

一、公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、公路运输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 公路运输企业电商市场策略分析

图表目录：

图表1 2016-2018中国电子商务交易规模统计

图表2 2016-2020年中国网民规模和互联网普及率

图表3 2016-2020年中国手机网民规模及其占网民比例

图表4 2016-2020年中国网民城乡结构

图表5 2016-2020年中国网民性别结构

图表6 2016-2020年中国网民年龄结构

图表7 2016-2020年中国网民学历结构

图表8 2016-2020年中国网民职业结构

图表9 2016-2020年中国网民个人月收入结构

图表10 2016-2020年搜索/手机搜索用户规模及使用率

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/highway/740125.html>