

2019-2025年中国互联网石油市场运行态势及战略 咨询研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2019-2025年中国互联网石油市场运行态势及战略咨询研究报告》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.chyxx.com/research/201908/771720.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

传统石油行业痛点的核心是信息不对称，容易产生较高交易成本，对于潜在需求的引导释放形成阻碍。造成以上现象的直接原因是行业存在极高的营销成本，而核心原因是在法律法规的限制下，石油机构的营销渠道和营销形式受到制约，极度依赖SEO、地面营销等粗放式营销方式，获客成本极高，高额的获客成本转变为高客单价，同时也刺激假冒伪劣产品的泛滥。这进而损害了客户体验和行业美誉度，结果进一步推高获客难度形成恶性循环。

互联网技术创新与应用的影响是颠覆性的。“互联网+”的大规模普及，将重新定义生产什么、如何生产、谁来生产和在哪里生产这些最基本的经济问题，衍生出更多的新产业、新产品、新服务和新业态，创造出庞大的市场价值。在互联网+时代，传统的以大企业占主导地位金字塔式供应链和价值链条，逐渐被更加扁平化和平台化的产业生态系统、价值协同共享网络所取代。互联网技术创造、衍生和延伸全新价值网络的速度和方式已大大超出我们的想象，颠覆着我们对传统价值创造过程的认知。

智研咨询发布的《2019-2025年中国互联网石油市场运行态势及战略咨询研究报告》共十一章。首先介绍了互联网石油相关概念及发展环境，接着分析了中国互联网石油规模及消费需求，然后对中国互联网石油市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国互联网石油面临的机遇及发展前景。您若想对中国互联网石油有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 中国互联网+石油行业发展综述

第一节 “互联网+石油”概念界定

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

第二节 “互联网+石油”行业的内涵

第三节 本报告的研究范围

第二章 石油行业发展现状与前景分析

第一节 石油行业概况

一、石油行业概念及分类

二、全球石油行业概况

三、中国石油行业概况

四、中国石油行业所处周期

第二节 全球及我国石油行业发展前景展望

- 一、全球石油行业发展趋势展望
- 二、我国石油行业发展趋势展望
- 三、我国石油行业发展前景展望

第三节 中国石油行业产业链发展趋势

- 一、中国石油行业产业链
- 二、石油产业链利润分布
- 三、石油上游产业链分析
- 四、下游产业——石油机构分析

第三章 互联网+的作用——重构行业生态、促进产业链升级

第一节 传统石油行业的痛点与缺陷

- 一、石油行业痛点及根源
- 二、石油营销受极大约束
- 三、缺少精准营销的平台

第二节 移动互联网有望重构石油行业生态

- 一、移动石油助力解决行业痛点
- 二、互联网催生渠道价值
- 三、石油服务商的发展趋势

第三节 产业链升级：互联网石油推动行业科学化、市场化

- 一、精准营销改善行业痛点
- 二、互联网石油推动产业链升级
- 三、互联网石油模式的核心思路
- 四、互联网石油未来趋势

第四章 中国互联网+石油行业发展背景

第一节 中国互联网+石油行业政策背景分析

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业发展规划分析
- 三、行业政策动向分析
- 四、政策环境对行业的影响

第二节 中国互联网+石油行业经济背景分析

- 一、宏观经济环境分析
- 二、国际宏观经济运行分析
- 三、国内宏观经济运行分析
- 四、宏观经济发展对行业的影响

第三节 关联产业发展背景

- 一、中国电子商务发展状况分析
- 二、中国大数据产业发展状况分析
- 三、中国互联网产业发展状况分析
- 四、关联产业发展对行业的影响
- 第四节 中国互联网+石油行业技术背景分析
 - 一、云计算技术发展现状及投资前景调研分析
 - 二、物联网技术发展现状及投资前景调研分析
 - 三、通信技术的发展现状及投资前景调研分析
 - 四、互联网相关技术对行业的影响总结
- 第五章 中国互联网+石油行业发展现状分析
 - 第一节 中国互联网+石油行业市场发展阶段分析
 - 一、对互联网+石油行业发展阶段的研究
 - 二、中国互联网+石油行业细分阶段发展特点
 - 第二节 互联网给石油行业带来的冲击和变革分析
 - 一、互联网时代石油行业大环境变化分析
 - 二、互联网给石油行业带来的突破机遇分析
 - 三、互联网给石油行业带来的挑战分析
 - 四、互联网+石油行业融合创新机会分析
 - 第三节 中国互联网+石油行业市场发展现状分析
 - 一、中国互联网+石油行业投资布局分析
 - (1) 中国互联网+石油行业投资切入方式
 - (2) 中国互联网+石油行业投资规模分析
 - (3) 中国互联网+石油行业投资业务布局
 - 二、石油行业目标客户互联网渗透率分析
 - 三、中国互联网+石油行业市场规模分析
 - 四、中国互联网+石油行业竞争格局分析
 - (1) 中国互联网+石油行业参与者结构
 - (2) 中国互联网+石油行业竞争者类型
 - (3) 中国互联网+石油行业市场占有率
- 第六章 中国互联网+石油行业商业模式创新策略
 - 第一节 关于商业模式研究的基本思想介绍
 - 一、商业模式的定义及与其他模式的比较
 - 二、商业模式的核心构成要素及构建流程
 - 第二节 中国互联网+石油行业市场定位创新分析
 - 一、中国石油行业消费者特征分析

二、中国石油行业企业主流的市场定位分析

三、互联网对石油行业市场定位的变革分析

四、互联网下石油行业市场定位优秀案例分析

第三节 中国互联网+石油行业价值主张创新分析

一、中国石油行业主要的客户价值主张要素分析

二、互联网+石油行业价值主张创新策略分析

(1) 石油行业企业如何利用互联网升级产品使用体验

(2) 石油行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验

(3) 石油行业企业如何利用互联网节约客户成本

三、互联网+石油行业价值主张创新优秀案例

第四节 中国互联网+石油行业渠道通路创新分析

一、中国石油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) 现有渠道通路特点的优势及不足

(4) 互联网对渠道通路的改造分析

二、互联网对石油行业渠道通路的颠覆性变革分析

三、互联网+石油行业网络媒体石油宣传策略分析

四、互联网+石油行业电商渠道构建策略分析

五、互联网+石油行业渠道通路创新优秀案例

第五节 中国互联网+石油行业客户关系创新分析

一、中国石油行业客户关系的类别及关系成本分析

(1) 石油行业客户关系的类别分析

(2) 石油行业客户关系成本分析

二、中国互联网+石油行业客户关系创新路径分析

三、中国互联网+石油行业客户关系创新优秀案例

第六节 中国互联网+石油行业收入来源创新分析

一、中国石油行业收入的主要来源渠道及特点

二、中国互联网+石油行业收入来源的创新分析

三、中国互联网+石油行业收入来源创新优秀案例

第七节 中国互联网+石油行业合作伙伴创新分析

一、中国石油行业主要的合作伙伴及其特点分析

二、互联网如何改变石油行业合作伙伴结构

三、互联网下石油行业新增合作伙伴的特点

四、互联网下石油行业新增合作伙伴优秀案例

第八节 中国互联网+石油行业成本机构优化分析

- 一、中国石油行业主要成本结构及特点分析
- 二、互联网如何改变石油行业成本结构
- 三、互联网下石油行业成本结构的优化路径
- 四、互联网下石油行业成本结构优化优秀案例

第九节 国外互联网+石油行业商业模式创新经验

一、国外互联网+石油行业商业模式优秀案例剖析

(1) 案例一

- 1) 案例一基本信息分析
- 2) 案例一经营情况分析
- 3) 案例一盈利模式分析
- 4) 案例一商业模式评价

(2) 案例二

- 1) 案例二基本信息分析
- 2) 案例二经营情况分析
- 3) 案例二盈利模式分析
- 4) 案例二商业模式评价

二、国外互联网+石油行业商业模式创新经验借鉴

第七章 中国石油行业企业电商战略规划及模式选择

第一节 中国石油行业企业电商战略规划分析

- 一、石油企业电商如何正确定位
- 二、石油电商核心业务确定策略
- 三、石油企业电商化组织变革策略

第二节 中国石油行业典型电商发展模式总体分析

- 一、中国电子商务主流模式分析
- 二、B2B电商模式及其优劣势分析

- (1) B2B电商模式的特点
- (2) B2B电商模式的适用范围
- (3) B2B电商模式的优秀案例
- (4) B2B电商模式的优劣势

三、B2C电商模式及其优劣势分析

- (1) B2C电商模式的特点
- (2) B2C电商模式的适用范围
- (3) B2C电商模式的优秀案例
- (4) B2C电商模式的优劣势

四、C2C电商模式及其优劣势分析

- (1) C2C电商模式的特点
- (2) C2C电商模式的适用范围
- (3) C2C电商模式的优秀案例
- (4) C2C电商模式的优劣势

五、O2O电商模式及其优劣势分析

- (1) O2O电商模式的特点
- (2) O2O电商模式的适用范围
- (3) O2O电商模式的优秀案例
- (4) O2O电商模式的优劣势

六、中国石油行业最优电商模式的选择

第三节 中国石油行业企业电商切入模式及发展路径

一、模式一

- (1) 模式一的特点及优劣势
- (2) 模式一的业务布局分析
- (3) 模式一的渠道通路分析
- (4) 模式一的收入来源分析
- (5) 模式一的关键资源能力分析
- (6) 模式一的经营风险分析
- (7) 模式一的优秀案例分析

二、模式二

- (1) 模式二的特点及优劣势
- (2) 模式二的业务布局分析
- (3) 模式二的渠道通路分析
- (4) 模式二的收入来源分析
- (5) 模式二的关键资源能力分析
- (6) 模式二的经营风险分析
- (7) 模式二的优秀案例分析

第四节 中国石油行业移动电商切入路径及典型产品

一、中国石油行业移动电商的商业价值分析

- (1) 移动电商的商业价值分析
- (2) 中国移动互联网发展现状
- (3) 中国移动互联网趋势分析

二、中国石油行业移动电商市场发展现状

三、中国石油行业移动电商市场切入路径

四、中国石油行业移动电商典型产品形式

五、中国石油行业移动电商发展趋势及前景

第八章 中国互联网+石油商业模式创新优秀案例剖析

第一节 案例一

一、案例一基本信息分析

二、案例一经营情况分析

三、案例一产品服务分析

四、案例一盈利模式分析

五、案例一渠道通路分析

六、案例一合作伙伴分析

七、案例一融资情况分析

八、案例一商业模式评价

第二节 案例二

一、案例二基本信息分析

二、案例二经营情况分析

三、案例二产品服务分析

四、案例二盈利模式分析

五、案例二渠道通路分析

六、案例二合作伙伴分析

七、案例二融资情况分析

八、案例二商业模式评价

第三节 案例三

一、案例三基本信息分析

二、案例三经营情况分析

三、案例三产品服务分析

四、案例三盈利模式分析

五、案例三渠道通路分析

六、案例三合作伙伴分析

七、案例三融资情况分析

八、案例四商业模式评价

第九章 中国重点企业互联网+石油投资布局分析

第一节 企业一

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 企业二

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第三节 企业三

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第四节 企业四

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第十章 2019-2025年中国互联网+石油行业市场发展趋势预测

第一节 2019-2025年中国互联网+石油行业市场趋势预测分析

- 一、中国互联网+石油行业市场增长动力分析
- 二、中国互联网+石油行业市场发展瓶颈剖析
- 三、中国互联网+石油行业市场发展趋势分析

第二节 2019-2025年中国石油行业电商发展现状及趋势分析

- 一、中国石油行业电商总体开展情况
- 二、中国石油行业电商交易规模分析
- 三、中国石油行业电商产品服务品类
- 四、中国石油行业电商盈利情况分析
- 五、中国石油行业电商市场现存问题
- 六、中国石油行业电商市场趋势分析
- 七、中国石油行业电商市场规模预测

第十一章 2019-2025年中国互联网+石油行业市场投资机会及建议（ZYYF）

第一节 2019-2025年中国互联网+石油行业投资特性及风险

- 一、互联网+石油行业投资壁垒分析
 - （1）政策壁垒
 - （2）技术壁垒
 - （3）市场壁垒

二、互联网+石油行业投资特性分析

三、互联网+石油行业投资前景分析

第二节 2019-2025年中国互联网+石油行业投融资现状及趋势

- 一、中国互联网+石油行业投资现状及趋势

- (1) 中国互联网+石油行业投资主体结构
- (2) 各投资主体核心资源分析
- (3) 各投资主体投资方式分析
- (4) 各投资主体投资规模分析
- (5) 2018年主要投资事件分析
- (6) 各投资主体投资前景分析

二、中国互联网+石油行业融资现状及趋势

- (1) 中国互联网+石油行业融资主体构成
- (2) 各融资主体核心资源分析
- (3) 各融资主体融资方式分析
- (4) 各融资主体融资规模分析
- (5) 2018年主要融资事件及用途
- (6) 各融资主体融资趋势分析

第三节 2019-2025年中国互联网+石油行业投资机会及建议

一、中国互联网+石油行业投资机会分析

二、关于互联网+石油行业的投资建议

图表目录：

图表：石油分类

图表：大石油市场分类

图表：中国石油市场消费者的性别分布

图表：中国石油市场消费者的年龄分布

图表：中国石油市场消费者的职业分布

图表：中国石油市场消费者的学历分布

图表：中国石油市场消费者收入分布

图表：中国石油市场消费者的地域分布

图表：中国石油行业前景

图表：石油客户生命周期

图表：主要整型消费人群

图表：石油行业产业链

图表：石油产业是一个交叉产业

图表：我国石油市场地域分布特点

图表：石油行业痛点溯源

图表：石油行业获客渠道

图表：移动石油助力解决行业痛点

图表：新兴石油平台一览

图表：石油价值链——移动石油的作用

图表：互联网石油平台信息

图表：石油行业产业链目前呈现的“再分工”趋势

图表：石油行业产业链结构出现变化：传统模式与互联网模式交织的状态

图表：理想状态下互联网石油产业链格局

图表：石油宣传方式在进化

图表：互联网石油平台商业模式比较

图表：国内互联网石油平台比较

图表：整形石油医院招揽顾客的主要方式

图表：“互联网+石油”项目的类型分布

图表：“互联网+石油”项目的地域分布

图表：“互联网+石油”项目的融资方式分布

图表：“互联网+石油”项目的阶段分布

图表：互联网+石油行业发展规划汇总表

图表：互联网+石油行业主要政策汇总表

图表：政策环境对行业的影响分析表

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201908/771720.html>