

2020-2026年中国互联网+石油行业市场深度分析 及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国互联网+石油行业市场深度分析及投资方向研究报告》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/202008/889212.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

智研咨询发布的《2020-2026年中国互联网+石油行业市场深度分析及投资方向研究报告》共八章。首先介绍了互联网+石油行业市场发展环境、互联网+石油整体运行态势等，接着分析了互联网+石油行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+石油市场竞争格局。随后，报告对互联网+石油做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网+石油行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+石油产业有个系统的了解或者想投资互联网+石油行业，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
 - (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 互联网环境下石油行业的机会与挑战

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) 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
- 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 互联网环境下石油行业的机会与挑战
 - 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电商市场
 - 四、互联网给石油产业带来的机遇
 - 五、“互联网+”开启石油产业的转型升级
- 第三节 互联网石油行业的改造与重构
 - 一、互联网重构行业的供应链格局
 - 二、互联网导致行业利益重新分配
- 第四节 石油与互联网融合创新机会孕育
 - 一、石油与互联网融合分析
 - 二、能源与互联网融合发展分析
 - 三、石油牵手移动互联网，探索营销新路
- 第三章 中国石油行业发展情况分析
 - 第一节 石油行业发展分析
 - 一、世界石油行业现状分析
 - 二、中国石油行业生产情况
 - 三、中国石油行业消费情况
 - 四、中国石油所属行业进出口情况
 - 第二节 原油加工行业分析
 - 一、原油加工量
 - 二、汽油产量

三、柴油产量

四、煤油产量

第四章 石油行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 石油电商市场规模与渗透率

一、石油电商总体开展情况

二、石油电商交易规模分析

三、石油电商渠道渗透率分析

四、石油产业积极布局“互联网+”

第二节 石油企业信息化应用案例分析

一、壳牌：勘探开发数据管理

二、中国石化信息化进展分析

三、中国石油信息化进展分析

四、中国海油信息化进展分析

五、斯伦贝谢：集成运营中心建设

六、国外石油企业信息化建设的效果

第三节 石油行业电商化策略分析

一、石油行业发展电商面临的问题

二、石油行业发展电商的对策分析

第四节 石油电商行业未来前景及趋势预测

一、石油电商行业发展前景分析

二、石油电商行业市场空间测算

三、石油电商市场规模预测分析

四、石油电子商务发展方向分析

第五章 石油企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 石油企业转型电商构建分析

一、石油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）网站增值服务

二、石油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 石油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O2O发展模式

第三节 石油企业转型电商平台选择分析

一、石油企业电商建设模式

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）借助第三方平台情况

（二）电商平台的优劣势

四、电商服务外包模式分析

（一）电商服务外包情况

（二）电商服务外包可行性

（三）电商服务外包前景

五、联合共建的能源一号网

六、石油电商应用模式特点分析

第六章 石油行业电子商务运营模式分析

第一节 石油电子商务B2B模式分析

一、石油电子商务B2B盈利模式

二、石油电子商务B2B客户分析

三、石油电子商务B2B采购分析

四、石油电子商务B2B物流分析

第二节 石油电子商务B2C模式分析

一、石油电子商务B2C盈利模式

二、石油电子商务B2C物流模式

三、石油电商B2C物流模式选择

第三节 石油电子商务O2O模式分析

一、石油电子商务O2O优势分析

二、石油电子商务O2O营销模式

三、石油电子商务O2O潜在风险

第七章 石油主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节 阿里巴巴

一、网站发展基本概述

二、网站服务项目分析

三、网站经营情况分析

四、网站竞争优势分析

第二节 中国供应商网

一、网站发展基本概述

二、网站服务项目分析

三、网站经营情况分析

四、网站竞争优势分析

第三节 慧聪网

一、网站发展基本概述

二、网站服务项目分析

三、网站经营情况分析

四、网站竞争优势分析

第四节 八方资源网

一、网站发展基本概述

二、网站服务项目分析

三、网站经营情况分析

四、网站竞争优势分析

第五节 世界工厂网

一、网站发展基本概述

二、网站服务项目分析

三、网站经营情况分析

四、网站竞争优势分析

第六节 中国制造网

一、网站发展基本概述

二、网站服务项目分析

三、网站经营情况分析

四、网站竞争优势分析

第七节 亿米石油网

一、网站发展基本概述

二、网站发展发展愿景

三、网站经营理念分析

四、网站服务理念分析

五、网站未来展望分析

第八节 能源一号网

一、网站发展基本概述

二、网站服务项目分析

三、网站经营情况分析

四、网站竞争优势分析

第九节 找油网

一、网站发展基本概述

二、网站发展历程分析

三、网站服务项目分析

四、网站合作伙伴分析

第十节 石油产业网

一、网站发展基本概述

二、网站服务项目分析

三、网站经营理念分析

四、网站竞争优势分析

第八章 石油企业进入互联网领域投资策略分析

第一节 石油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 石油电商相关物流产业分析

一、石油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（ZY ZS）

（三）快递业竞争格局分析

二、石油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）退货处理分析

第三节 石油企业转型电商投资风险分析

一、安全风险

二、法律风险

三、技术风险

四、道德风险

第四节 石油企业电商市场策略分析

- 一、电商化总策略
- 二、O2O电商模式
- 三、专业B2B网站

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202008/889212.html>