

# 2019-2025年中国劳务派遣 +互联网行业深度调研与行业竞争对手分析报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2019-2025年中国劳务派遣+互联网行业深度调研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.abaogao.com/b/jiaoyupeixun/D04382SWSV.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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

我国用工企业的临时性劳动力需求主要通过劳务派遣来实现，行业不规范现象严重。它是我国劳动法明确规定的一种辅助用工方式，同时也是大部分企业规避用工风险，降低成本的重要手段。

传统劳务派遣员工逐步得到分流，以岗位外包为代表的新型灵活用工受到企业青睐。

2013年我国劳务派遣人数达到3700万人，约占全国职工总数的13.1%。在上面的政策环境分析中介绍了这一模式的弊端和《暂行规定》的严格管制，监管的收紧导致我国传统劳务派遣业务需求出现持续下滑，2015年全国总计28.3万家用人单位接受了劳务派遣服务，同比下降13%；派遣人员868万人，较2014年下降7%；登记要求派遣人员547万人，比2014年下降11%。在政策手段的强力干预下，传统的劳务派遣业务逐渐被分流，劳务派遣供应商的业务模式也开始转型。

监管收紧环境下，劳务派遣转型分流模式

主要分流方式主要有四种办法：转为正式员工、继续留用合规比例的少量派遣员工、裁撤退回、岗位外包。转为正式员工，回归企业原本的刚性用工模式，势必将增加企业经营成本负担；裁撤大部分，仅留合规的少量派遣工，则无法充分满足企业的临时用工需求。前三种都无法解决我国企业实际存在大量的临时用工需求困境，而岗位外包的模式则创新性地将人力资源服务与外包业务结合，实现传统劳务派遣向新型合规灵活用工的转变。岗位外包在部分研究报告中直接被定义为灵活用工，这种模式将用人单位临时性岗位需求整体外包给人资源服务公司，服务提供商须确保该岗位任务或项目的落实，并承担用人风险。

岗位外包与劳务派遣对比	业态	合同关系	支付对价对象	业务独立性	员工工资标准	费用结算周期
岗位外包	劳务派遣	劳动合同关系	劳动力的使用	服务供应商主导	同工同酬	按月结算
劳务派遣	承包合同关系	工作成果	受控于用工单位	服务机构决定	按业务进展	结算

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国劳务派遣+互联网行业深度调研与行业竞争对手分析报告》共八章。首先介绍了中国劳务派遣+互联网行业市场发展环境、劳务派遣+互联网整体运行态势等，接着分析了中国劳务派遣+互联网行业市场运行的现状，然后介绍了劳务派遣+互联网市场竞争格局。随后，报告对劳务派遣+互联网做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国劳务派遣+互联网行业发展趋势与投资预测。您若想对劳务派遣+互联网产业有个系统的了解或者想投资中国劳务派遣+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

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、“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 互联网环境下劳务派遣行业的机会与挑战

### 第一节 2018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 互联网环境下劳务派遣行业的机会与挑战

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 互联网劳务派遣行业的改造与重构

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 劳务派遣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 劳务派遣行业发展现状分析

### 第一节 劳务派遣行业发展现状分析

一、劳务派遣行业产业政策分析

二、劳务派遣行业发展现状分析

三、劳务派遣行业主要企业分析

四、劳务派遣行业市场规模分析

### 第二节 劳务派遣行业市场前景分析

一、劳务派遣行业发展机遇分析

二、劳务派遣行业市场规模预测

三、劳务派遣行业发展前景分析

## 第四章 劳务派遣行业市场规模与电商未来空间预测

### 第一节 劳务派遣电商市场规模与渗透率

一、劳务派遣电商总体开展情况

二、劳务派遣电商交易规模分析

三、劳务派遣电商渠道渗透率分析

## 第二节 劳务派遣电商行业盈利能力分析

- 一、劳务派遣电子商务发展有利因素
- 二、劳务派遣电子商务发展制约因素
- 三、劳务派遣电商行业经营成本分析
- 四、劳务派遣电商行业盈利模式分析
- 五、劳务派遣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、劳务派遣电商行业市场空间测算
- 二、劳务派遣电商市场规模预测分析
- 三、劳务派遣电商发展趋势预测分析

## 第五章 劳务派遣企业互联网战略体系构建及平台选择

### 第一节 劳务派遣企业转型电商构建分析

#### 一、劳务派遣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、劳务派遣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 劳务派遣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 劳务派遣企业转型电商平台选择分析

- 一、劳务派遣企业电商建设模式
- 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、劳务派遣企业电商平台选择策略

## 第六章 劳务派遣行业电子商务运营模式分析

### 第一节 劳务派遣电子商务B2B模式分析

- 一、劳务派遣电子商务B2B市场概况
- 二、劳务派遣电子商务B2B盈利模式
- 三、劳务派遣电子商务B2B运营模式
- 四、劳务派遣电子商务B2B的供应链

### 第二节 劳务派遣电子商务B2C模式分析

- 一、劳务派遣电子商务B2C市场概况
- 二、劳务派遣电子商务B2C市场规模
- 三、劳务派遣电子商务B2C盈利模式
- 四、劳务派遣电子商务B2C物流模式
- 五、劳务派遣电商B2C物流模式选择

### 第三节 劳务派遣电子商务C2C模式分析

- 一、劳务派遣电子商务C2C市场概况
- 二、劳务派遣电子商务C2C盈利模式
- 三、劳务派遣电子商务C2C信用体系
- 四、劳务派遣电子商务C2C物流特征
- 五、重点C2C电商企业发展分析

### 第四节 劳务派遣电子商务O2O模式分析

- 一、劳务派遣电子商务O2O市场概况
- 二、劳务派遣电子商务O2O优势分析

三、劳务派遣电子商务O2O营销模式

四、劳务派遣电子商务O2O潜在风险

## 第七章 劳务派遣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 劳务派遣企业进入互联网领域投资策略分析（ZY GXH）

#### 第一节 劳务派遣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 劳务派遣企业转型电商物流投资分析

##### 一、劳务派遣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、劳务派遣企业电商外包物流分析

#### 第三节 劳务派遣企业电商市场策略分析（ZY GXH）

#### 图表目录：

图表 2010-2018年我国网民规模及互联网普及率

图表 2013-2018年中国网民各类网络应用的使用率

图表 2013-2018年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表 2012-2018年我国网络零售市场交易规模

图表 2010-2021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 传统劳务派遣消费存在的“痛点”

图表 劳务派遣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 2012-2018年劳务派遣电商交易规模趋势图

图表 2012-2018年劳务派遣电商市场渗透率趋势图

图表 2019-2025年劳务派遣电商交易规模预测趋势图

图表 2019-2025年劳务派遣电商市场渗透率预测趋势图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaoyupeixun/D04382SWSV.html>