

2017-2022年中国互联网+ 货运港口市场前景研究与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国互联网+货运港口市场前景研究与投资前景分析报告》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/jiaotong/D04382ZPJV.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

“互联网+”是指以互联网为主的一整套信息技术（包括移动互联网、云计算、大数据技术等）在经济、社会各个部门的扩散，本质在于传统行业的在线化和数据化。

港口是具有水陆联运设备和条件，供船舶安全进出和停泊的运输枢纽。是水陆交通的集结点和枢纽，工农业产品和外贸进出口物资的集散地，船舶停泊、装卸货物、上下旅客、补充给养的场所。由于港口是联系内陆腹地和海洋运输(国际航空运输)的一个天然界面，因此，人们也把港口作为国际物流的一个特殊结点。

在中国，沿海港口建设重点围绕煤炭、集装箱、进口铁矿石、粮食、陆岛滚装、深水出海航道等运输系统进行，特别加强了集装箱运输系统的建设。政府集中力量在大连、天津、青岛、上海、宁波、厦门和深圳等多个港口建设了一批深水集装箱码头，为中国集装箱枢纽港的形成奠定了基础；煤炭运输系统建设进一步加强，新建成一批煤炭装卸船码头。同时，改建、扩建了一批进口原油、铁矿石码头。[1]到2004年底，沿海港口共有中级以上泊位2500多个，其中万吨级泊位650多个；全年完成集装箱吞吐量6150万标准箱，跃居世界第一位。一些大港口年总吞吐量超过亿吨，上海港、深圳港、青岛港、天津港、广州港、厦门港、宁波港、大连港八个港口已进入集装箱港口世界50强。

中国沿海的各大港口已经部分完成，或在进行或在酝酿资产整合，另外部分沿海和内河港口也互相寻求合作共谋发展。

相邻或相近的港口实现一体化运营，以及沿海和内河港口之间的联姻，都将成为未来中国港口行业的主要趋势。港口资源整合规模和范围会越来越大，港口的资源整合，企业重组将推动行业长期稳定的可持续发展，经过资源的整合，港口的优势也将凸现，竞争力将加强。因此，国内优秀的港口码头行业企业愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对企业发展环境和需求趋势变化的深入研究。正因为如此，一大批国内优秀的港口码头行业企业迅速崛起，逐渐成为行业中的翘楚！

8月份，规模以上港口完成货物吞吐量10.0亿吨，同比增长1.6%，增速较7月份加快1.8个百分点，其中外贸吞吐量增长2.4%、内贸吞吐量增长1.2%，完成集装箱吞吐量1912万TEU，同比增长6.3%，增速较7月份加快1.8个百分点。1-8月份，累计完成货物吞吐量77.9亿吨，同比增长1.9%，其中外贸吞吐量增长3.7%、内贸吞吐量增长1.1%，累计完成集装箱吞吐量14345万TEU，同比增长3.3%。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国互联网+货运港口市场前景研究与投资前景分析报告》共八章。首先介绍了互联网+货运港口行业市场发展环境、互联网+货运港口整体运行态势等，接着分析了互联网+货运港口行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+货运港口

市场竞争格局。随后，报告对互联网+货运港口做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网+货运港口行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+货运港口产业有个系统的了解或者想投资互联网+货运港口行业，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

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 互联网环境下货运港口行业的机会与挑战

第一节 2015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

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 互联网环境下货运港口行业的机会与挑战

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 互联网货运港口行业的改造与重构

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 货运港口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 货运港口行业发展现状分析

第一节 货运港口行业发展现状分析

一、货运港口行业产业政策分析

二、货运港口行业发展现状分析

三、货运港口行业主要企业分析

四、货运港口行业市场规模分析

第二节 货运港口行业市场前景分析

一、货运港口行业发展机遇分析

二、货运港口行业市场规模预测

三、货运港口行业发展前景分析

第四章 货运港口行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 货运港口电商市场规模与渗透率

- 一、货运港口电商总体开展情况
- 二、货运港口电商交易规模分析
- 三、货运港口电商渠道渗透率分析
- 第二节 货运港口电商行业盈利能力分析
 - 一、货运港口电子商务发展有利因素
 - 二、货运港口电子商务发展制约因素
 - 三、货运港口电商行业经营成本分析
 - 四、货运港口电商行业盈利模式分析
 - 五、货运港口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、货运港口电商行业市场空间测算
 - 二、货运港口电商市场规模预测分析
 - 三、货运港口电商发展趋势预测分析

第五章 货运港口企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 货运港口企业转型电商构建分析

- 一、货运港口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、货运港口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 货运港口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 货运港口企业转型电商平台选择分析

一、货运港口企业电商建设模式

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、货运港口企业电商平台选择策略

第六章 货运港口行业电子商务运营模式分析

第一节 货运港口电子商务B2B模式分析

一、货运港口电子商务B2B市场概况

二、货运港口电子商务B2B盈利模式

三、货运港口电子商务B2B运营模式

四、货运港口电子商务B2B的供应链

第二节 货运港口电子商务B2C模式分析

一、货运港口电子商务B2C市场概况

二、货运港口电子商务B2C市场规模

三、货运港口电子商务B2C盈利模式

四、货运港口电子商务B2C物流模式

五、货运港口电商B2C物流模式选择

第三节 货运港口电子商务C2C模式分析

一、货运港口电子商务C2C市场概况

二、货运港口电子商务C2C盈利模式

三、货运港口电子商务C2C信用体系

四、货运港口电子商务C2C物流特征

五、重点C2C电商企业发展分析

第四节 货运港口电子商务O2O模式分析

- 一、货运港口电子商务O2O市场概况
- 二、货运港口电子商务O2O优势分析
- 三、货运港口电子商务O2O营销模式
- 四、货运港口电子商务O2O潜在风险

第七章 货运港口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 货运港口企业进入互联网领域投资策略分析 (ZY GXH)

第一节 货运港口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 货运港口企业转型电商物流投资分析

一、货运港口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、货运港口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 货运港口企业电商市场策略分析 (ZY GXH)

图表目录：

图表 2011-2015年中国网民规模及互联网普及率

图表 2013-2015年中国网民各类网络应用的使用率

图表 2014-2015年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表 2011-2015年我国网络零售市场交易规模

图表 2010-2020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 传统货运港口消费存在的“痛点”

图表 货运港口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 2012-2016年货运港口电商交易规模趋势图

图表 2012-2016年货运港口电商市场渗透率趋势图

图表 2017-2022年货运港口电商交易规模预测趋势图

图表 2017-2022年货运港口电商市场渗透率预测趋势图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaotong/D04382ZPJV.html>