

2021-2027年中国互联网+纯电动汽车行业市场发 展调研及投资方向分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国互联网+纯电动汽车行业市场发展调研及投资方向分析报告》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/202109/975851.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《2021-2027年中国互联网+纯电动汽车行业市场发展调研及投资方向分析报告》共八章。首先介绍了互联网+纯电动汽车行业市场发展环境、互联网+纯电动汽车整体运行态势等，接着分析了互联网+纯电动汽车行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+纯电动汽车市场竞争格局。随后，报告对互联网+纯电动汽车做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网+纯电动汽车行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+纯电动汽车产业有个系统的了解或者想投资互联网+纯电动汽车行业，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）电商运营模式

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 互联网环境下纯电动汽车行业的机会与挑战

第一节 2020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) 手机网民规模分析
- (三) 分省网民规模分析
- (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 互联网环境下纯电动汽车行业的机会与挑战

- 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 互联网纯电动汽车行业的改造与重构

- 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

第四节 纯电动汽车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 纯电动汽车行业发展现状及前景分析

第一节 世界纯电动汽车发展分析

- 一、纯电动汽车的相关概述
- 二、世界纯电动汽车历史沿革与发展阶段
- 三、世界主要国家及地区纯电动汽车发展

第二节 中国纯电动汽车行业发展现状分析

- 一、中国纯电动汽车产业政策分析
- 二、中国纯电动汽车行业发展现状
- 三、中国纯电动汽车主要企业分析
- 四、中国纯电动乘用车技术标准
- 五、中国纯电动汽车市场规模分析
- 六、中国纯电动汽车企业产业化概况

第三节 纯电动汽车相关技术发展情况

- 一、纯电动汽车锂电池技术
- 二、纯电动汽车超快充电技术
- 三、电池与电容相结合技术
- 四、纯电动汽车电动轮技术
- 五、纯电动汽车其他技术

第四节 纯电动汽车发展存在的问题及策略

- 一、充电问题制约纯电动车产业化发展
- 二、中国发展纯电动车存在问题及对策
- 三、微型纯电动车亟需制定标准和规范
- 四、新能源汽车应优先发展纯电动汽车

第五节 纯电动汽车行业市场前景分析

- 一、纯电动汽车行业发展机遇分析
- 二、纯电动汽车行业市场规模预测
- 三、纯电动汽车行业发展前景分析
- 四、纯电动汽车产业市场投资前景
- 五、纯电动汽车行业发展趋势分析

第四章 纯电动汽车行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 纯电动汽车电商开展情况及市场规模

- 一、纯电动汽车电商总体开展情况
- 二、纯电动汽车电商的生态链分析
- 三、纯电动汽车电商交易规模分析

第二节 纯电动汽车电商所属行业盈利能力分析

- 一、纯电动汽车电子商务发展有利因素
- 二、纯电动汽车电子商务发展制约因素
- 三、纯电动汽车电商所属行业经营成本分析
- 四、纯电动汽车电商所属行业盈利模式分析
- 五、纯电动汽车电商所属行业盈利水平分析

第三节 电商所属行业未来前景及趋势预测

- 一、纯电动汽车电商所属行业发展机会分析
- 二、纯电动汽车电商所属行业发展前景分析
- 三、纯电动汽车电商市场规模预测分析
- 四、纯电动汽车电商发展趋势预测分析

第五章 纯电动汽车企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 纯电动汽车企业转型电商构建分析

一、纯电动汽车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、纯电动汽车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 纯电动汽车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 纯电动汽车企业转型电商平台选择分析

一、纯电动汽车企业电商建设模式

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、纯电动汽车企业电商平台选择策略

第六章 纯电动汽车行业电子商务运营模式分析

第一节 纯电动汽车电子商务B2B模式分析

- 一、纯电动汽车电子商务B2B盈利模式
- 二、纯电动汽车电子商务B2B客户分析
- 三、纯电动汽车电子商务B2B采购分析
- 四、纯电动汽车电子商务B2B物流分析

第二节 纯电动汽车电子商务B2C模式分析

- 一、纯电动汽车电子商务B2C盈利模式

二、纯电动汽车电子商务B2C物流模式

三、纯电动汽车电商B2C物流模式选择

第三节 纯电动汽车电子商务C2C模式分析

一、纯电动汽车电子商务C2C盈利模式

二、纯电动汽车电子商务C2C信用体系

三、纯电动汽车电子商务C2C物流特征

第四节 纯电动汽车电子商务O2O模式分析

一、纯电动汽车电子商务O2O发展概况

二、纯电动汽车电子商务O2O优势分析

三、纯电动汽车电子商务O2O盈利模式

四、纯电动汽车电子商务O2O潜在风险

第七章 中国纯电动汽车主流网站平台分析

第一节 汽车之家

一、企业简介

二、企业业务板块分析

三、企业经营现状分析

四、企业发展动态分析

五、企业发展战略分析

第二节 易车网

一、企业简介

二、企业业务板块分析

三、企业经营现状分析

四、企业发展动态分析

五、企业发展战略分析

第三节 腾讯汽车网

一、企业简介

二、企业业务板块分析

三、企业经营现状分析

四、企业发展动态分析

五、企业发展战略分析

第四节 搜狐汽车

一、企业简介

二、企业业务板块分析

三、企业经营现状分析

四、企业发展动态分析

五、企业发展战略分析

第五节 爱卡汽车网

一、企业简介

二、企业业务板块分析

三、企业经营现状分析

四、企业发展动态分析

五、企业发展战略分析

第六节 凤凰汽车网

一、企业简介

二、企业业务板块分析

三、企业经营现状分析

四、企业发展动态分析

五、企业发展战略分析

第七节 太平洋汽车

一、企业简介

二、企业业务板块分析

三、企业经营现状分析

四、企业发展动态分析

五、企业发展战略分析

第八节 网易汽车

一、企业简介

二、企业业务板块分析

三、企业经营现状分析

四、企业发展动态分析

五、企业发展战略分析

第九节 新浪汽车

一、企业简介

二、企业业务板块分析

三、企业经营现状分析

四、企业发展动态分析

五、企业发展战略分析

第十节 车商城

一、企业简介

二、企业业务板块分析

三、企业经营现状分析

四、企业发展动态分析

五、企业发展战略分析

第八章 纯电动汽车企业进入互联网领域投资策略分析

第一节 纯电动汽车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 纯电动汽车企业电商物流策略分析（ZY ZS）

一、纯电动汽车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、纯电动汽车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 中国纯电动汽车企业转型电商投资风险分析

一、产业政策风险

二、市场风险分析

三、技术风险分析

（一）技术竞争风险

（二）技术选择风险

（三）技术开发风险

四、资源风险分析

第四节 纯电动汽车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/202109/975851.html>