

# 2020-2026年中国互联网+ 城市燃气市场深度分析与产业竞争格局报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

# 一、报告报价

《2020-2026年中国互联网+城市燃气市场深度分析与产业竞争格局报告》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.cction.com/report/202007/175923.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

2015年燃气发电、化工行业以及上游直供的工业（采掘业、石油化工）的天然气消费量分别为344亿立方米（其中集中式发电约304亿立方米）、259亿立方米和301亿立方米。这些领域由于用气量较大，一般会由上游直供天然气，与城市燃气企业的业务无关。因此，2015年，与城市燃气企业相关的天然气消费总量为1068亿立方米，占总体消费量的55%。预计到2020年，与城市燃气企业相关的天然气消耗量将达到1987亿立方米，年均复合增长率为15%，高于之前预期的12%的复合增速。2015-2020E中国城市燃气消费量预测

中企顾问网发布的《2020-2026年中国互联网+城市燃气市场深度分析与产业竞争格局报告》共十四章。首先介绍了中国互联网+城市燃气行业市场发展环境、互联网+城市燃气整体运行态势等，接着分析了中国互联网+城市燃气行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+城市燃气市场竞争格局。随后，报告对互联网+城市燃气做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+城市燃气行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+城市燃气产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+城市燃气行业，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：

### 第一部分行业环境分析

#### 第一章中国互联网+城市燃气行业发展综述

##### 第一节“互联网+城市燃气”行业概念界定

###### 一、“互联网+”的提出及内涵

###### 1、“互联网+”的提出

###### 2、“互联网+”的内涵

###### 二、“互联网+城市燃气”行业的内涵

##### 第二节中国互联网+城市燃气行业发展背景

###### 一、中国互联网+城市燃气行业政策背景分析

###### 1、行业管理体制分析

###### 2、行业发展规划分析

###### 3、行业政策动向分析

#### 4、政策环境对行业的影响

### 二、中国互联网+城市燃气行业经济背景分析

#### 1、国际宏观经济运行分析

#### 2、国内宏观经济运行分析

#### 3、宏观经济发展对行业的影响

### 三、关联产业发展背景

#### 1、中国城市燃气发展状况分析

#### 2、中国大数据产业发展状况分析中国大数据市场规模预测

#### 3、中国互联网产业发展状况分析

#### 4、关联产业发展对行业的影响

### 四、中国互联网+城市燃气行业技术背景分析

#### 1、云计算技术发展现状及未来趋势分析

#### 2、物联网技术发展现状及未来趋势分析

#### 3、通信技术的发展现状及未来趋势分析

#### 4、互联网相关技术对行业的影响总结

## 第二部分所属行业发展分析

### 第二章中国互联网+城市燃气所属行业发展现状及前景

#### 第一节中国互联网+城市燃气所属行业市场发展阶段分析

##### 一、中国互联网+城市燃气行业发展阶段

##### 二、中国互联网+城市燃气行业细分阶段发展特点

#### 第二节互联网给城市燃气所属行业带来的冲击和变革分析

##### 一、互联网时代城市燃气行业大环境变化分析

##### 二、互联网给城市燃气行业带来的突破机遇分析

##### 三、互联网给城市燃气行业带来的挑战分析

##### 四、互联网+城市燃气行业融合创新机会分析

#### 第三节中国互联网+城市燃气所属行业市场发展现状分析

##### 一、中国互联网+城市燃气行业投资布局分析

##### 二、城市燃气行业目标客户互联网渗透率分析

##### 三、中国互联网+城市燃气行业市场规模分析

##### 四、中国互联网+城市燃气行业竞争格局分析

##### 1、中国互联网+城市燃气行业参与者结构

## 2、中国互联网+城市燃气行业竞争者类型

## 3、中国互联网+城市燃气行业市场占有率

### 第四节中国互联网+城市燃气所属行业市场发展前景分析

#### 一、中国互联网+城市燃气行业市场增长动力分析

#### 二、中国互联网+城市燃气行业市场发展瓶颈剖析

#### 三、中国互联网+城市燃气行业市场发展趋势分析

### 第五节中国城市燃气所属行业电商发展现状及前景预测

#### 一、中国城市燃气行业电商总体开展情况

#### 二、中国城市燃气行业电商交易规模分析

#### 三、中国城市燃气行业电商产品/服务品类

#### 四、中国城市燃气行业电商盈利情况分析

#### 五、中国城市燃气行业电商市场现存问题

#### 六、中国城市燃气行业电商市场趋势分析

#### 七、中国城市燃气行业电商市场规模预测

## 第三章中国互联网+城市燃气所属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+城市燃气行业市场定位创新分析

#### 一、中国城市燃气行业消费者特征分析

#### 二、中国城市燃气行业企业主流的市场定位分析

#### 三、互联网对城市燃气行业市场定位的变革分析

#### 四、互联网下城市燃气行业市场定位优秀案例分析

### 第三节中国互联网+城市燃气行业价值主张创新分析

#### 一、中国城市燃气行业主要的客户价值主张要素分析

#### 二、互联网+城市燃气行业价值主张创新策略分析

##### 1、城市燃气行业企业如何利用互联网升级产品使用体验

##### 2、城市燃气行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验

#### 三、互联网+城市燃气行业价值主张创新优秀案例

### 第四节中国互联网+城市燃气行业渠道通路创新分析

#### 一、中国城市燃气行业渠道通路的主要类别及特点分析

二、互联网对城市燃气行业渠道通路的颠覆性变革分析

三、互联网+城市燃气行业网络媒体广告宣传策略分析

四、互联网+城市燃气行业电商渠道构建策略分析

五、互联网+城市燃气行业渠道通路创新优秀案例

第五节中国互联网+城市燃气行业客户关系创新分析

一、中国城市燃气行业客户关系的类别及关系成本分析

1、城市燃气行业客户关系的类别分析

2、城市燃气行业客户关系成本分析

二、中国互联网+城市燃气行业客户关系创新路径分析

三、中国互联网+城市燃气行业客户关系创新优秀案例

第六节中国互联网+城市燃气行业收入来源创新分析

一、中国城市燃气行业收入的主要来源渠道及特点

二、中国互联网+城市燃气行业收入来源的创新分析

三、中国互联网+城市燃气行业收入来源创新优秀案例

第七节中国互联网+城市燃气行业合作伙伴创新分析

一、中国城市燃气行业主要的合作伙伴及其特点分析

二、互联网如何改变城市燃气行业合作伙伴结构

三、互联网下城市燃气行业新增合作伙伴优秀案例

第八节中国互联网+城市燃气行业成本机构优化分析

一、中国城市燃气行业主要成本结构及特点分析

二、互联网如何改变城市燃气行业成本结构

三、互联网下城市燃气行业成本结构的优化路径

四、互联网下城市燃气行业成本结构优化优秀案例

第九节国外互联网+城市燃气行业商业模式创新经验

一、国外互联网+城市燃气行业商业模式优秀案例剖析

1、法国燃气

(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、日本东京燃气公司

(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

3、其他案例分析

二、国外互联网+城市燃气行业商业模式创新经验借鉴

## 第四章中国城市燃气行业企业电商战略规划及模式选择

### 第一节中国城市燃气行业企业电商战略规划分析

一、城市燃气企业电商如何正确定位

二、城市燃气电商核心业务确定策略

三、城市燃气企业电商化组织变革策略

### 第二节中国城市燃气行业典型电商发展模式总体分析

一、中国城市燃气主流模式分析

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、中国城市燃气行业最优电商模式的选择

#### 第三节中国城市燃气行业企业电商切入模式及发展路径

##### 一、模式一：平台模式

##### 二、模式二：挂牌交易与竞价模式

##### 三、模式三：B2C模式

#### 第四节中国城市燃气行业移动电商切入路径及典型产品

##### 一、中国城市燃气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、中国移动互联网前景预测

##### 二、中国城市燃气行业移动电商市场发展现状

##### 三、中国城市燃气行业移动电商市场切入路径

##### 四、中国城市燃气行业移动电商典型产品形式

##### 五、中国城市燃气行业移动电商发展趋势及前景

### 第五章中国互联网+城市燃气商业模式创新优秀案例剖析

#### 第一节案例一深圳燃气

##### 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、案例一合作伙伴分析

##### 六、案例一商业模式评价

#### 第二节案例二重庆燃气

##### 一、案例二基本信息分析

##### 二、案例二产品/服务分析

##### 三、案例二发展模式分析

##### 四、案例二渠道通路分析

##### 五、案例二合作伙伴分析

##### 六、案例二融资情况分析

##### 七、案例二商业模式评价



### 第三节案例三港华燃气

- 一、案例三基本信息分析
- 二、案例三发生背景分析
- 三、案例三产品/服务分析
- 四、案例三运行模式分析
- 五、案例三项目优势分析
- 六、案例三合作伙伴分析
- 七、案例三商业模式评价

### 第四节案例四大通燃气

- 一、案例四基本信息分析
- 二、案例四经营情况分析
- 三、案例四产品/服务分析
- 四、案例四发展模式分析
- 五、案例四渠道通路分析
- 六、案例四商业模式评价

### 第五节案例五长春燃气

- 一、案例五基本信息分析
- 二、案例五经营情况分析
- 三、案例五产品/服务分析
- 四、案例五渠道通路分析
- 六、案例五合作伙伴分析
- 七、案例五融资情况分析

## 第三部分行业投资分析

### 第六章中国互联网+城市燃气行业市场投资机会及建议

#### 第一节中国互联网+城市燃气行业投资特性及风险

- 一、互联网+城市燃气行业投资壁垒分析
  - 1、政策壁垒
  - 2、技术壁垒
  - 3、市场壁垒
- 二、互联网+城市燃气行业投资特性分析
- 三、互联网+城市燃气行业投资风险分析

## 第二节中国互联网+城市燃气行业投融资现状及趋势

### 一、中国互联网+城市燃气行业投资现状及趋势

#### 1、中国互联网+城市燃气行业投资主体结构

#### 2、各投资主体核心资源分析

#### 3、各投资主体投资规模分析

#### 4、2019年主要投资事件分析

#### 5、各投资主体投资趋势分析

### 二、中国互联网+城市燃气行业融资现状及趋势

#### 1、中国互联网+城市燃气行业融资主体构成

#### 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、各融资主体融资趋势分析

## 第三节中国互联网+城市燃气行业投资机会及建议

### 一、中国互联网+城市燃气行业投资机会分析

### 二、关于互联网+城市燃气行业的投资建议

## 第四部分行业竞争格局

## 第七章中国上市企业互联网+城市燃气投资布局分析

### 第一节深圳市燃气集团股份有限公司

#### 一、企业基本信息分析

#### 二、企业经营情况分析

#### 三、企业互联网+城市燃气投资布局

#### 四、企业互联网+城市燃气产品/服务分析

#### 五、企业最新发展动向

### 第二节中国燃气控股有限公司

#### 一、企业基本信息分析

#### 二、企业经营情况分析

#### 三、企业互联网+城市燃气投资布局

#### 四、企业互联网+城市燃气产品/服务分析

#### 五、企业最新发展动向

### 第三节长春燃气股份有限公司

#### 一、企业基本信息分析

## 二、企业经营情况分析

### 三、企业互联网+城市燃气投资布局

### 四、企业互联网+城市燃气产品/服务分析

### 五、企业最新发展动向

## 第四节重庆燃气集团股份有限公司

### 一、企业基本信息分析

### 二、企业经营情况分析

### 三、企业互联网+城市燃气投资布局

### 四、企业互联网+城市燃气产品/服务分析

### 五、企业最新发展动向

## 第五节陕西省天然气股份有限公司

### 一、企业基本信息分析

### 二、企业经营情况分析

### 三、企业互联网+城市燃气投资布局

### 四、企业互联网+城市燃气产品/服务分析

### 五、企业最新发展动向

## 图表目录：

图表：2013-2019年全球经济增长率变化情况

图表：2011-2019年GDO增长速度情况

图表：2011-2019年三大产业增加值变化情况

图表：2019年居民消费指数变化情况

图表：2019年新建商品房价格变化情况

图表：2011-2019年我国粮食产量

图表：2011-2019年工业增加值情况

图表：2011-2019年我国固定资产投资情况

图表：2011-2019年社会消费品零售总额情况

图表：2011-2019年我国进出口货物总额情况

图表：2019年我国货物运输量增长情况

图表：2011-2019年我国宽带用户增长情况

图表：2019年我国人均消费支出构成

图表：我国外汇储备情况

图表：2005-2019年我国天然气消费量增速情况

图表：2005-2019年我国天然气生产和消费量

图表：我国大数据产业发展历程

图表：2011-2019年大数据产业市场规模走势

图表：大数据产业链

图表：2011-2019年中国互联网用户数及普及率情况

图表：2011年-2019年中国主要互联网基础资源对比情况

图表：2011-2019年上市互联网企业营业收入增长情况

图表：2011-2019年互联网市值TOP10变化情况

图表：2010-2019年话音业务和非话音业务收入占比变化情况

图表：移动互联网流量持续高增长情况

图表：2010-2019年互联网企业融资情况

图表：2011-2019年中国网民数量及互联网渗透率

图表：燃气生产与供应行业销售收入情况

图表：燃气生产与供应行业利润总额情况

图表：2005-2018城镇人口占我国总人口的比重

图表：2011-2019年中国电子商务市场交易规模（万亿元）

图表：2011-2019年中国网络购物市场交易规模及增长率（万亿元）

图表：讯腾智科合作客户

图表：城市燃气行业的主要业务模式与影响因素

图表：2013-2019年移动电商用户增长规模

图表：2013-2019年移动购物市场规模

图表：2013-2019年手机移动支付规模

图表：2015-2019年深圳燃气季度收入（亿元）

图表：深圳燃气净利润增长率

图表：2015-2019年长春燃气主营业务收入情况（亿元）

图表：2015-2019年长春燃气净利润增长率

图表：2015-2019年重庆燃气净利润情况（亿元）

图表：2015-2019年陕天然气净利润情况（亿元）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/175923.html>