

# 2022-2028年中国互联网+ 石油行业前景展望与投资战略研究报告

## 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

《2022-2028年中国互联网+石油行业前景展望与投资战略研究报告》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/202205/292701.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

中企顾问网发布的《2022-2028年中国互联网+石油行业前景展望与投资战略研究报告》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（ ）

（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：<http://www.cction.com/report/202205/292701.html>