

2026-2031年中国互联网+生活服务市场调研及投资前景预测报告

报告简介

互联网+生活服务方式在改变市民生活消费习惯的同时，也提高了市民生活的便利度和公共服务效率，并在一定程度上助力传统服务业改善民生需求。伴随着互联网向移动终端转移，传统服务业企业也正在积极布局移动端，针对社会需求开发各类应用和服务，广泛渗透到衣食住行各个领域，丰富人们的生活方式和习惯。

在所有互联网服务中，被调查者认为对日常生活影响最大、改善最多的前三名是：网上购物(59.4%)、互联网金融(35.9%)和互联网生活服务(32.5%)。而在互联网生活服务中不得不提到的一点便是互联网+对政府服务模式的创新。

互联网推动构建了面向公众的一体化在线公共服务体系，政务微信、政务手机APP等，让老百姓享受行政服务大厅式服务。调查结果显示，33.4%的被调查者体验过网上办事服务，32.7%的被调查者使用过政府信息公开和查询服务。

此外，问政、反腐、征求意见等政治体制改革中的各个方面，都可以通过互联网+来促进和实现，这也是政府加强与公众沟通，依法治国和依法行政的重要举措。调查结果显示，23.7%的被调查者以提建议、参与调查等形式参与过政民互动，18%的被调查者通过互联网进行过投诉和举报。利用互联网，政府治理效能以及社会管理水平得到极大提升。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国互联网+生活服务及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国互联网+生活服务发展状况和特点，以及中国互联网+生活服务将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对互联网+生活服务发展态势作了详细分析，并对互联网+生活服务进行了趋向研判，是互联网+生活服务

经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前互联网+生活服务发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分产业环境透视

第一章 电子商务与生活服务行业概况

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

第三节 我国传统生活服务发展分析

一、传统生活服务行业发展现状

二、传统生活服务行业发展弊端

三、互联网趋势下生活服务行业面临的转型

四、生活服务行业未来发展趋势

第二章 互联网+环境下生活服务行业的机会与挑战

第一节 2021-2026年中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

1、总体网民规模分析

2、分省网民规模分析

3、手机网民规模分析

4、网民属性结构分析

第二节 互联网+环境下生活服务行业的机会与挑战

一、互联网思维的发展

二、互联网时代行业大环境的变化

三、互联网直击传统行业消费痛点

四、互联网助力企业开拓市场

第三节 互联网+生活服务行业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变传统生活服务营销模式

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 生活服务行业与互联网融合创新机会孕育

一、生活服务政策变化趋势分析

二、互联网+发展趋势分析

三、互联网技术对行业支撑作用

四、互联网黄金发展期机遇分析

五、生活服务企业与互联网融合发展分析

第二部分 行业深度分析

第三章 2021-2026年生活服务行业发展概况分析

第一节 2021-2026年生活服务行业发展现状分析

一、2021-2026年生活服务行业产业政策分析

二、2021-2026年生活服务行业发展现状分析

三、2021-2026年生活服务行业主要企业分析

四、2021-2026年生活服务行业市场规模分析

第二节 生活服务行业市场前景分析

一、生活服务行业发展机遇分析

二、生活服务行业市场发展预测

三、生活服务行业发展前景分析

第四章 2026-2031年生活服务行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 互联网+生活服务市场规模与渗透率

一、互联网+生活服务总体开展情况

二、互联网+生活服务交易规模分析

三、互联网+生活服务渠道渗透率分析

第二节 互联网+生活服务行业盈利能力分析

一、互联网+生活服务发展有利因素

二、互联网+生活服务发展制约因素

三、互联网+生活服务行业经营成本分析

四、互联网+生活服务行业盈利模式分析

五、互联网+生活服务行业盈利水平分析

第三节 2026-2031年互联网+生活服务行业未来前景及趋势预测

一、2026-2031年互联网+生活服务行业市场空间测算

二、2026-2031年互联网+生活服务市场规模预测分析

三、2026-2031年互联网+生活服务发展趋势预测分析

第五章 生活服务行业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 生活服务行业转型电商构建分析

一、互联网+生活服务关键环节分析

1、产品采购与组织

2、平台网站建设

3、网站品牌建设及营销

4、网站增值服务

二、生活服务企业电子商务网站构建

1、网站域名申请

2、网站运行模式

3、网站开发规划

4、网站需求规划

第二节 生活服务行业转型电商发展途径

一、O2O发展模式

二、与第三方平台合作模式

第三节 生活服务行业转型电商平台选择分析

一、生活服务行业电商建设模式

二、借助第三方网购平台

1、第三方平台的优劣势

2、第三方平台盈利模式

三、电商服务外包模式分析

1、电商服务外包的优势

2、电商服务外包可行性

3、电商服务外包前景

四、生活服务企业电商平台选择策略

第六章 互联网+生活服务运营模式分析

第一节 互联网+生活服务O2O模式分析

第二节 互联网+生活服务O2O市场概况

第三节 互联网+生活服务O2O模式

第四节 互联网+生活服务O2O发展趋势

第三部分 竞争格局分析

第七章 生活服务主流网站平台分析

第一节 赶集网

一、企业发展基本概述

二、企业经营状况分析

三、对互联网生活服务的应用

四、互联网生活服务的发展战略

第二节 58同城

一、企业发展基本概述

二、企业经营状况分析

三、对互联网生活服务的应用

四、互联网生活服务的发展战略

第三节 深圳百姓网

一、企业发展基本概述

二、企业经营状况分析

三、对互联网生活服务的应用

四、互联网生活服务的发展战略

第四节 左右街

一、企业发展基本概述

二、企业经营状况分析

三、对互联网生活服务的应用

四、互联网生活服务的发展战略

第五节 居丫网

一、企业发展基本概述

二、企业经营状况分析

三、对互联网生活服务的应用

四、互联网生活服务的发展战略

第六节 浙江96365生活服务平台

一、企业发展基本概述

二、企业经营状况分析

三、对互联网生活服务的应用

四、互联网生活服务的发展战略

第七节 车享网

一、企业发展基本概述

二、企业经营状况分析

三、对互联网生活服务的应用

四、互联网生活服务的发展战略

第八节 天水生活网

一、互联网租车发展历史

二、互联网组车发展现状

三、国家政策分析

四、未来发展趋势

第九节 彭客网

一、互联网租车发展历史

二、互联网组车发展现状

三、国家政策分析

四、未来发展趋势

第十节 首都城市服务信息网

一、互联网租车发展历史

二、互联网组车发展现状

三、国家政策分析

四、未来发展趋势

第四部分 行业投资分析

第八章 生活服务行业进入互联网领域投资策略分析

第一节 互联网生活服务平台市场投资要素

一、市场发展阶段的认知分析

二、政策走向分析

三、投资策略分析

四、投资前景分析

第二节 互联网生活服务投资分析

一、生活服务企业电商自建平台分析

1、自建平台的优势分析

2、自建平台的负面影响

二、生活服务行业与电商企业合作分析

三、互联网生活服务市场策略分析

第九章 2026-2031年互联网+生活服务行业投资机会与风险防范

第一节 互联网+生活服务行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、互联网+生活服务行业投资现状分析

1、互联网+生活服务产业投资经历的阶段

2、2021-2026年互联网+生活服务行业投资状况回顾

3、2021-2026年中国互联网+生活服务行业风险投资状况

4、2026-2031年我国互联网+生活服务行业的投资态势

第二节 2026-2031年互联网+生活服务行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、互联网+生活服务行业投资机遇

第三节 2026-2031年互联网+生活服务行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国互联网+生活服务行业投资建议

一、互联网+生活服务行业未来发展方向

二、互联网+生活服务行业主要投资建议

三、中国互联网+生活服务企业融资分析

1、中国互联网+生活服务企业IPO融资分析

2、中国互联网+生活服务企业再融资分析

第五部分 发展战略研究

第十章 2026-2031年互联网+生活服务行业发展对策

第一节 2021-2026年互联网+生活服务行业面临的困境

一、互联网+发展制约因素

二、传统生活服务行业面临困境

第二节 互联网+生活服务企业发展前景

一、互联网+生活服务企业面临的困境

二、国内互联网+生活服务企业的出路分析

第三节 中国互联网+生活服务行业的发展对策

一、中国互联网+发展对策

二、互联网+生活服务行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第十一章 互联网+生活服务行业发展战略研究

第一节 互联网+生活服务行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国互联网+生活服务品牌的战略思考

一、互联网+生活服务品牌的重要性

二、互联网+生活服务实施品牌战略的意义

三、互联网+生活服务企业品牌的现状分析

四、我国互联网+生活服务企业的品牌战略

五、互联网+生活服务品牌战略管理的策略

第三节 互联网+生活服务经营策略分析

一、互联网+生活服务市场细分策略

二、互联网+生活服务市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、互联网+生活服务新产品差异化战略

第四节 互联网+生活服务行业投资战略研究

一、2021-2026年互联网+生活服务行业投资战略

二、2026-2031年互联网+生活服务行业投资战略

图表目录

图表：互联网+生活服务行业生命周期

图表：互联网+生活服务行业产业链结构

图表：2021-2026年中国生活服务行业市场增长情况

图表：2021-2026年中国生活服务行业市场规模

图表：2021-2026年互联网+生活服务行业重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国互联网+生活服务市场占销售比例

图表：2021-2026年生活服务行业销售收入

图表：2021-2026年生活服务行业利润总额

图表：2021-2026年生活服务行业资产总计

图表：2021-2026年生活服务行业负债总计

图表：2021-2026年生活服务行业竞争力分析

图表：2021-2026年互联网+生活服务市场价格走势

图表：2021-2026年我国网民数量及同比增速

图表：2021-2026年我国生活服务企业数量及同比增速

图表：2021-2026年我国生活服务企业销售网点分析

图表：2021-2026年我国生活服务商务规模及同比增速

图表：2021-2026年我国电子商务网民数量增加情况

图表：2021-2026年58同城盈利水平分析

图表：2021-2026年58同城资产负债表分析

图表：2021-2026年赶集网盈利水平分析

图表：2021-2026年赶集网资产负债表分析

图表：2021-2026年互联网+生活服务市场规模及同比增速

图表：2021-2026年中国互联网+生活服务交易规模及同比增速

图表：2026-2031年国内互联网+生活服务市场规模预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：12427

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170125/12427.shtml>

在线订购：[点击这里](#)