

2025-2031年中国互联网+ 企业大学市场分析与行业调查报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2025-2031年中国互联网+企业大学市场分析与行业调查报告》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.bosidata.com/report/D571984GD2.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2026-04-29

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明: 《2025-2031年中国互联网+企业大学市场分析与行业调查报告》由权威行业研究机构博思数据精心编制,全面剖析了中国互联网+企业大学市场的行业现状、竞争格局、市场趋势及未来投资机会等多个维度。本报告旨在为投资者、企业决策者及行业分析师提供精准的市场洞察和投资建议,规避市场风险,全面掌握行业动态。

第1章中国互联网+企业大学行业发展综述1.1 “互联网+企业大学”行业概念界定1.1.1 “互联网+”的提出及内涵(1) “互联网+”的提出(2) “互联网+”的内涵1.1.2 “互联网+企业大学”行业的内涵1.1.3 本报告的研究范围1.2 中国互联网+企业大学行业发展背景1.2.1 中国互联网+企业大学行业政策背景分析(1) 行业发展规划分析(2) 行业政策动向分析(3) 政策环境对行业的影响1.2.2 中国互联网+企业大学行业经济背景分析(1) 宏观经济环境分析(2) 关联产业发展背景1.2.3 中国互联网+企业大学行业技术背景分析(1) 云计算技术发展现状及投资前景调研分析(2) 物联网技术发展现状及投资前景调研分析(3) 通信技术的发展现状及投资前景调研分析(4) 互联网相关技术对行业的影响总结第2章中国互联网+企业大学行业发展现状及前景2.1 中国互联网+企业大学行业市场发展阶段分析2.1.1 前瞻对互联网+企业大学行业发展阶段的研究2.1.2 中国互联网+企业大学行业细分阶段发展特点2.2 互联网给企业大学行业带来的冲击和变革分析2.2.1 互联网时代企业大学行业大环境变化分析2.2.2 互联网给企业大学行业带来的突破机遇分析2.2.3 互联网给企业大学行业带来的挑战分析(1) 发展经验与人才培养模式难以借鉴(2) “新生代员工”时代的人才管理难题(3) 高速成长的企业需求与员工成长速度相矛盾2.2.4 互联网+企业大学行业融合创新机会分析2.3 中国互联网+企业大学行业市场发展现状分析2.3.1 中国互联网+企业大学行业重点企业布局分析2.3.2 企业大学行业目标客户互联网渗透率分析2.3.3 中国互联网+企业大学行业市场规模分析2.3.4 中国互联网+企业大学行业竞争格局分析2.4 中国互联网+企业大学行业市场趋势预测分析2.4.1 中国互联网+企业大学行业市场增长动力分析(1) 国内整体经济转型为背景(2) 移动互联网给传统商业与企业带来冲击(3) 互联网时代下人的信息接收与人际交往发生变化(4) 移动互联网软硬件的成熟2.4.2 中国互联网+企业大学行业市场发展瓶颈剖析2.4.3 中国互联网+企业大学行业市场发展趋势分析(1) 互联网兴起将催熟“价值创造型企业大学”(2) “互联网+”将大幅提升企业大学的能力和效果(3) “互联网+”将打造智能生态企业大学系统第3章中国互联网+企业大学行业商业模式创新策略3.1 前瞻关于商业模式研究的基本思想介绍3.1.1 商业模式的定义及与其他模式的比较(1) 商业模式的定义(2) 商业模式与其他模式的区别(3) 商业模式与其他模式的关系3.1.2 商业模式的核心构成要素及构建流程(1) 商业模式的核心构成要素(2) 商业模式的构建流程3.2 中国互联网+企业大学行业市场定位创新分析3.2.1 中国企业大

学行业用户特征分析3.2.2 中国企业大学行业企业主流的市场定位分析3.2.3 互联网对企业大学行业市场定位的变革分析3.2.4 互联网下企业大学行业市场定位优秀案例分析3.3 中国互联网+企业大学行业价值主张创新分析3.3.1 中国企业大学行业主要的用户价值主张要素分析3.3.2 互联网+企业大学行业价值主张创新策略分析（1）企业大学行业企业如何利用互联网升级产品使用体验（2）企业大学行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验（3）企业大学行业企业如何利用互联网节约用户成本3.3.3 互联网+企业大学行业价值主张创新优秀案例（1）清华远程企业学堂（2）摩托罗拉大学（3）上海功途3.4 中国互联网+企业大学行业渠道通路创新分析3.4.1 中国企业大学行业渠道通路的主要类别及特点分析（1）价值传递通路的定义及特点（2）产品销售渠道的定义及特点（3）现有渠道通路特点的优势及不足（4）互联网对渠道通路的改造分析3.4.2 互联网对企业大学行业渠道通路的颠覆性变革分析3.4.3 互联网+企业大学行业网络媒体广告宣传策略分析3.4.4 互联网+企业大学行业渠道通路创新优秀案例3.5 中国互联网+企业大学行业用户关系创新分析3.5.1 中国企业大学行业用户关系的类别及关系成本分析（1）企业大学行业用户关系的类别分析（2）企业大学行业用户关系成本分析3.5.2 中国互联网+企业大学行业用户关系创新路径分析3.5.3 中国互联网+企业大学行业用户关系创新优秀案例（1）清华远程企业学堂（2）IBM3.6 中国互联网+企业大学行业收入来源创新分析3.6.1 中国企业大学行业收入的主要来源渠道及特点3.6.2 中国互联网+企业大学行业收入来源的创新分析3.6.3 中国互联网+企业大学行业收入来源创新优秀案例（1）海尔企业大学（2）华为大学（3）惠普大学3.7 中国互联网+企业大学行业合作伙伴创新分析3.7.1 中国企业大学行业主要的合作伙伴及其特点分析3.7.2 互联网如何改变企业大学行业合作伙伴结构3.7.3 互联网下企业大学行业新增合作伙伴的特点3.7.4 互联网下企业大学行业新增合作伙伴优秀案例（1）迪士尼大学（2）IBM中国渠道大学（3）GE中国培训发展中心（4）腾讯大学3.8 中国互联网+企业大学行业成本结构优化分析3.8.1 中国企业大学行业主要成本结构及特点分析3.8.2 互联网如何改变企业大学行业成本结构3.8.3 互联网下企业大学行业成本结构的优化路径3.8.4 互联网下企业大学行业成本结构优化优秀案例（1）麦当劳汉堡大学（2）招银大学3.9 国外互联网+企业大学行业商业模式创新经验3.9.1 国外互联网+企业大学行业商业模式优秀案例剖析（1）联邦快递（2）甲骨文公司（3）爱立信中国学院3.9.2 国外互联网+企业大学行业商业模式创新经验借鉴第4章 中国互联网+企业大学商业模式创新优秀案例剖析4.1 华为大学案例分析4.1.1 华为大学基本信息分析4.1.2 华为大学经营情况分析（1）企业大学战略定位（2）企业大学师资情况（3）企业大学成果分析4.1.3 华为大学产品/服务分析4.1.4 华为大学培训模式分析4.1.5 华为大学培训渠道分析4.1.6 华为大学合作伙伴分析4.1.7 华为大学培训模式评价4.2 中国移动学院案例分析4.2.1 中国移动学院基本信息分析4.2.2 中国移动学院经营情况分析（1）企业大学战略定位（2）企业大学师资建设（3）企业大学建设概况（4）企业大学成果分析4.2.3 中国移动学院产

品/服务分析4.2.4 中国移动学院培训模式分析4.2.5 中国移动学院培训渠道分析4.2.6 中国移动学院合作伙伴分析4.2.7 中国移动学院培训模式评价4.3 海尔大学案例分析4.3.1 海尔大学基本信息分析4.3.2 海尔大学经营情况分析（1）企业大学战略定位（2）企业大学师资建设（3）企业大学建设概况（4）企业大学成果分析4.3.3 海尔大学产品/服务分析4.3.4 海尔大学培训模式分析4.3.5 海尔大学培训渠道分析4.3.6 海尔大学合作伙伴分析4.3.7 海尔大学培训模式评价4.4 平安大学案例分析4.4.1 平安大学基本信息分析4.4.2 平安大学经营情况分析（1）企业大学战略定位（2）企业大学师资建设（3）企业大学成果分析4.4.3 平安大学产品/服务分析4.4.4 平安大学培训模式分析4.4.5 平安大学培训渠道分析4.4.6 平安大学合作伙伴分析4.4.7 平安大学培训模式评价4.5 宝武管理学院案例分析4.5.1 宝武管理学院基本信息分析4.5.2 宝武管理学院经营情况分析（1）企业大学战略定位（2）企业大学师资建设（3）企业大学成果分析4.5.3 宝武管理学院产品/服务分析4.5.4 宝武管理学院培训模式分析4.5.5 宝武管理学院培训渠道分析4.5.6 宝武管理学院合作伙伴分析4.5.7 宝武管理学院培训模式评价第5章中国互联网+企业大学行业市场投资机会及建议5.1 中国互联网+企业大学行业投资特性及风险5.1.1 互联网+企业大学行业投资壁垒分析（1）技术壁垒（2）市场壁垒5.1.2 互联网+企业大学行业投资特性分析5.1.3 互联网+企业大学行业投资前景分析（1）经营风险（2）人才管理风险5.2 中国互联网+企业大学行业投资现状及趋势5.2.1 中国互联网+企业大学行业投资现状及趋势（1）中国互联网+企业大学行业投资主体结构（2）中国互联网+企业大学行业各投资主体核心资源分析（3）中国互联网+企业大学行业投资切入方式（4）中国互联网+企业大学行业投资业务布局（5）中国互联网+企业大学行业投资动向分析（6）中国互联网+企业大学行业投资趋势分析5.2.2 中国互联网+企业大学行业合作现状及趋势（1）互联网+企业大学行业合作现状（2）互联网+企业大学行业合作趋势5.3 中国互联网+企业大学行业投资机会及建议5.3.1 中国互联网+企业大学行业投资机会分析5.3.2 前瞻关于互联网+企业大学行业的投资建议（1）保证资源供给，积极开展合作（2）互联网背景下，加快自身转型第6章中国大型企业互联网+企业大学投资布局分析6.1 相关上市公司“互联网+企业大学”投资布局6.1.1 内蒙古蒙牛乳业（集团）股份有限公司（1）企业概况（2）企业优势分析（3）产品/服务特色（4）公司经营状况（5）公司发展规划6.1.2 美的集团股份有限公司（1）企业概况（2）企业优势分析（3）产品/服务特色（4）公司经营状况（5）公司发展规划6.1.3 TCL集团股份有限公司（1）企业概况（2）企业优势分析（3）产品/服务特色（4）公司经营状况（5）公司发展规划6.1.4 中国联合网络通信股份有限公司（1）企业概况（2）企业优势分析（3）产品/服务特色（4）公司经营状况（5）公司发展规划6.1.5 招商银行股份有限公司（1）企业概况（2）企业优势分析（3）产品/服务特色（4）公司经营状况（5）公司发展规划6.2 大型互联网企业“互联网+企业大学”投资布局6.2.1 阿里巴巴（1）企业概况（2）企业优势分析（3）产品/服务特色（4）公司经营状况（5）公司发展

规划6.2.2 京东公司 (1) 企业概况 (2) 企业优势分析 (3) 产品/服务特色 (4) 公司经营状况 (5) 公司发展规划6.2.3 腾讯公司 (1) 企业概况 (2) 企业优势分析 (3) 产品/服务特色 (4) 公司经营状况 (5) 公司发展规划6.2.4 百度公司 (1) 企业概况 (2) 企业优势分析 (3) 产品/服务特色 (4) 公司经营状况 (5) 公司发展规划

图表目录

图表1：“互联网+”概念的产生与发展

图表2：“互联网+”的内涵

图表3：“互联网+企业大学”的特点

图表4：互联网+企业大学行业的研究范围

图表5：国家人才发展主要指标目标（单位：万人，人年/万人，%）

图表6：企业经营管理人才素质提升工程主要举措

图表7：《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2023年）》关于企业大学的规定

图表8：实施《中国制造2025》需要注意和有关建议

图表9：2020-2024年全球GDP运行趋势（单位：%）

图表10：2020-2024年美国国内生产总值变化趋势图（单位：亿美元，%）

图表11：2020-2024年日本GDP变化情况（单位：万亿日元，%）

图表12：2020-2024年欧元区GDP变化情况（单位：万亿欧元，%）

图表13：2024年全球主要经济体经济增速预测（单位：%）

图表14：2020-2024年中国GDP增长走势图（单位：亿元，%）

图表15：2024年主要经济指标预测（单位：%）

图表16：2020-2024年中国电子商务交易额及其增长情况（单位：万亿元，%）

图表17：2020-2024年中国大数据市场产值及增长率及预测（单位：亿元，%）

图表18：2020-2024年中国网民数量变化趋势图（单位：亿人，%）

图表19：关联行业发展对行业的影响总结表

图表20：中国云计算产业产品和服务发展趋势简析图

图表21：中国云计算产业链企业潜在发展方向

图表22：中国物联网行业的发展趋势分析

图表23：我国通信技术未来三大发展趋势

图表24：互联网+企业大学行业发展历程图

图表25：互联网+企业大学行业细分阶段发展特点

图表26：互联网时代企业大学所处环境的变化情况

图表27：互联网给企业大学行业带来的突破机遇分析

图表28：互联网+企业大学行业融合创新机会图

图表29：中国互联网+企业大学行业重点企业布局情况

图表30：互联网+在企业大学中的渗透率情况（单位：%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/D571984GD2.html>