

中国互联网+企业大学商业模式创新与投资机会深度研究报告

目 录

CONTENTS

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+企业大学行业市场发展前景分析

- 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) IBM
- 3.6 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+企业大学行业投资风险分析
 - (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) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 蒙牛互联网+企业大学投资布局
 - (4) 企业互联网+企业大学产品/服务分析
 - (5) 企业最新发展动向
- 6.1.2 美的集团股份有限公司
 - (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业互联网+企业大学投资布局
 - (4) 企业互联网+企业大学产品/服务分析
 - (5) 企业最新发展动向
- 6.1.3 TCL集团股份有限公司
 - (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业互联网+企业大学投资布局
 - (4) 企业互联网+企业大学产品/服务分析
 - (5) 企业最新发展动向
- 6.1.4 中国联合网络通信股份有限公司
 - (1) 企业基本信息分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业互联网+企业大学投资布局
 - (4) 企业互联网+企业大学产品/服务分析
 - (5) 企业最新发展动向
- 6.1.5 招商银行股份有限公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+企业大学投资布局
- (4) 企业互联网+企业大学产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

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) 公司基本信息分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司互联网+企业大学投资布局
- (4) 公司互联网+企业大学产品/服务分析
- (5) 公司企业大学最新发展动向

6.2.2 京东公司

- (1) 公司基本信息分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司互联网+企业大学投资布局
- (4) 公司互联网+企业大学产品/服务分析
- (5) 公司企业大学最新发展动向

6.2.3 腾讯公司

- (1) 公司基本信息分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 公司互联网+企业大学投资布局
- (4) 公司互联网+企业大学产品/服务分析

6.2.4 百度公司

- (1) 公司基本信息分析
- (2) 公司经营情况分析
- (3) 企业互联网+企业大学投资布局
- (4) 企业互联网+企业大学产品/服务分析
- (5) 公司企业大学最新发展动向

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（2013-2023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9：2010-2023年全球GDP运行趋势（单位：%）
- 图表10：2013-2023年美国国内生产总值变化趋势图（单位：亿美元，%）
- 图表11：2015-2023年日本GDP变化情况（单位：万亿日元，%）
- 图表12：2015-2023年欧元区GDP变化情况（单位：万亿欧元，%）
- 图表13：2023年全球主要经济体经济增速预测（单位：%）
- 图表14：2013-2023年中国GDP增长走势图（单位：亿元，%）
- 图表15：2023年主要经济指标预测（单位：%）
- 图表16：2016-2023年中国电子商务交易额及其增长情况（单位：万亿元，%）
- 图表17：2015-2023年中国大数据市场产值及增长率及预测（单位：亿元，%）
- 图表18：2013-2023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: %)
- 图表31: 2016-2023年中国企业大学数量变化情况 (单位: 家)
- 图表32: 2023年中国企业大学TOP20排名
- 图表33: “互联网+企业大学”模式发展的瓶颈分析
- 图表34: 商业模式与其它模式的区别
- 图表35: 商业模式与其它模式的联系
- 图表36: 商业模式框架图
- 图表37: 一般行业盈利公式
- 图表38: 商业模式构建流程
- 图表39: 中国企业大学行业典型用户行业分布 (单位: %)
- 图表40: 中国企业大学行业典型用户规模分布 (单位: %)
- 图表41: 中国企业大学行业典型用户生命周期阶段 (单位: %)
- 图表42: 中国企业大学行业典型用户转型变革类型分布 (单位: %)
- 图表43: 互联网+企业大学的特征
- 图表44: 中国企业大学行业用户价值主张要素分析
- 图表45: 摩托罗拉企业大学电子学习教学模式简析
- 图表46: 产品分销渠道的特点
- 图表47: 企业大学现有渠道通路特点的优势及不足
- 图表48: 互联网+企业大学行业用户关系的类别分析
- 图表49: 清华远程企业学堂——神华集团神东煤炭分公司案例简介
- 图表50: 美国企业利用外部培训机构的比例情况 (单位: %)
- 图表51: IBM中国渠道大学各学院简介
- 图表52: GE中国培训发展中心战略定位变化趋势
- 图表53: 腾讯大学合作共赢生态链
- 图表54: 中国企业大学行业主要成本结构及特点分析
- 图表55: 麦当劳汉堡大学职工成长路径
- 图表56: 联邦快递企业大学的特点分析
- 图表57: 国外企业大学网上课程模式特征分析
- 图表58: 甲骨文大学的特点分析
- 图表59: 甲骨文大学的运营模式借鉴分析
- 图表60: 爱立信中国学院职能结构图
- 图表61: 美国企业大学经验借鉴总结
- 图表62: 华为培训学院基本信息表
- 图表63: 华为大学发展历程
- 图表64: 华为大学师资队伍建设
- 图表65: 2023年华为大学iLearningX平台运营情况
- 图表66: 华为大学课程种类
- 图表67: 华为大学培训模式
- 图表68: 中国移动学院基本信息表
- 图表69: 中国移动学院发展历程
- 图表70: 2015-2023年中国移动学院培训成果 (单位: 元, 万人次, 人次, 小时, 万人)
- 图表71: 中国移动学院培训模式
- 图表72: 海尔大学基本信息表
- 图表73: 海尔大学培训模式
- 图表74: 平安大学基本信息表
- 图表75: 2023年中国平安大学培训成果 (单位: 万人次, %, 万门, 门, 万小时, 万次)
- 图表76: 2023年平安大学培训情况 (单位: 位, 万小时, 万人次, 小时, 亿元)
- 图表77: 平安大学培训模式
- 图表78: 宝武管理学院基本信息表
- 图表79: 宝武管理学院发展历程
- 图表80: 2015-2023年宝武集团培训情况 (单位: 万元, 小时, 元)
- 图表81: 2016-2023年宝钢股份人均培训学时 (单位: 学时)
- 图表82: 宝武管理学院课程体系
- 图表83: 宝武管理学院培训模式

- 图表84: 2023年宝武云学习平台发展状况(单位:个,人次,学时,培训日,门,场)
- 图表85: “互联网+”投资特性分析
- 图表86: 互联网+企业大学行业中的企业业务平衡解决方案
- 图表87: 2017-2023年中国互联网+企业大学行业投资动向
- 图表88: 中国互联网+企业大学行业合作现状
- 图表89: 中国互联网+企业大学行业投资机会分析
- 图表90: 内蒙古蒙牛乳业(集团)股份有限公司基本信息表
- 图表91: 2019-2023年中国蒙牛乳业有限公司主要经济指标分析(单位:万元)
- 图表92: 2019-2023年中国蒙牛乳业有限公司盈利能力分析(单位:%)
- 图表93: 2019-2023年中国蒙牛乳业有限公司运营能力分析(单位:次)
- 图表94: 2019-2023年中国蒙牛乳业有限公司偿债能力分析(单位:%)
- 图表95: 2019-2023年中国蒙牛乳业有限公司发展能力分析(单位:%)
- 图表96: 蒙牛商学院运营现状
- 图表97: 美的集团股份有限公司基本信息表
- 图表98: 2015-2023年美的集团股份有限公司主要经济指标分析(单位:亿元)
- 图表99: 2015-2023年美的集团股份有限公司盈利能力分析(单位:%)
- 图表100: 2015-2023年美的集团股份有限公司运营能力分析(单位:次)
- 图表101: 2015-2023年美的集团股份有限公司偿债能力分析(单位:%,倍)
- 图表102: 2015-2023年美的集团股份有限公司发展能力分析(单位:%)
- 图表103: 美的学院运营现状
- 图表104: TCL集团股份有限公司基本信息表
- 图表105: 2015-2023年TCL集团股份有限公司主要经济指标分析(单位:亿元)
- 图表106: 2015-2023年TCL集团股份有限公司盈利能力分析(单位:%)
- 图表107: 2015-2023年TCL集团股份有限公司运营能力分析(单位:次)
- 图表108: 2015-2023年TCL集团股份有限公司偿债能力分析(单位:%,倍)
- 图表109: 2015-2023年TCL集团股份有限公司发展能力分析(单位:%)
- 图表110: TCL大学院运营现状
- 图表111: 中国联合网络通信股份有限公司基本信息表
- 图表112: 2015-2023年中国联通主要经济指标分析(单位:亿元)
- 图表113: 2015-2023年中国联通盈利能力分析(单位:%)
- 图表114: 2015-2023年中国联通运营能力分析(单位:次)
- 图表115: 2015-2023年中国联通偿债能力分析(单位:%,倍)
- 图表116: 2015-2023年中国联通发展能力分析(单位:%)
- 图表117: TCL大学院运营现状
- 图表118: 2015-2023年中国联通学院培训成果(单位:万元,小时,万人次,万学时,次,%)

.....

完整版目录请咨询客服

如需了解报告详细内容,请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: service@qianzhan.com

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!