



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国B2B电子商务市场走势及 投资潜力分析报告(2011- 2015年)

一、调研说明

《中国B2B电子商务市场走势及投资潜力分析报告(2011-2015年)》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/180075.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

B2B (Business To Business) ,是指一个市场的领域的一种,是企业对企业之间的营销关系。电子商务是现代B2B marketing的一种具体主要的表现形式。它将企业内部网,通过B2B网站与客户紧密结合起来,通过网络的快速反应,为客户提供更好的服务,从而促进企业的业务发展。

中国B2B电子商务市场交易额占中国整个电子商务市场交易额的95%左右。B2B电子商务将有效帮助企业和商家在降低成本和扩大营收,电子商务同时符合了“开源节流”的要求,必将在未来大行其道。

面对快速发展并日益变化的市场,《中国B2B电子商务市场走势及投资潜力分析报告(2011-2015年)》将从以下几方面帮助业界券商、投资机构、B2B电子商务生产企业等企业和机构更精确地了解中国B2B电子商务市场的发展现状,更深入地把握中国B2B电子商务市场发展趋势。

通过更加深入、翔实的市场研究数据,抓住最新变化,从下游及消费者对市场进行剖析,总结全球及中国B2B电子商务市场的现状与特点,分析当前存在的问题,使客户全面了解中国B2B电子商务市场的发展状况。

更加全面、深刻的趋势分析与预测。从政策、经济、技术、社会等影响因素综合分析判断B2B电子商务市场趋势及未来规模,使客户提前把握市场需求与发展方向。

精炼各种产品2010年竞争表现。从经营状况、产品与服务、SWOT分析等多个方面总结市场主力企业表现,归纳企业成功要素及发展中存在的问题,分析市场竞争格局。

全面深入的分析用户需求,帮助企业抓住客户心理,调整产品及服务,扩大市场份额。

第一章 B2B电子商务相关概述

第一节 B2B电子商务介绍

一、B2B电子商务的定义

二、B2B的发展阶段分析

第二节 B2B的意义

第三节 B2B的两种模式

一、行业B2B

二、区域B2B

第二章 2010-2011年世界B2B电子商务产业运行状况分析

第一节 2010-2011年世界B2B电子商务产业发展综述

一、世界B2B电子商务产业运行特点分析

二、世界B2B电子商务平台分析

三、世界B2B电子商务竞争格局分析

四、国内外B2B电子商务现状与差异

第二节 2010-2011年世界主要国家B2B电子商务产业发展情况分析

一、美国

二、日本

三、加拿大

第三节 2011-2015年世界B2B电子商务产业发展趋势分析

第三章 2010-2011年中国B2B电子商务产业运行环境分析

第一节 2010-2011年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2010-2011年中国B2B电子商务产业政策环境分析

一、电子商务立法的核心部分

二、中国电子商务立法的问题及策略

三、电子商务行业的具体政策法规

第三节 2010-2011年中国B2B电子商务产业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

第四章 2010-2011年中国B2B电子商务产业运行形势分析

第一节 2010-2011年国内外B2B电子商务比较

一、基础设施

二、文化和社会差异

三、企业政策

第二节 2010-2011年中国B2B电子商务主要营销策略分析

第三节 亚洲流派的B2B平台比较

第四节 2010-2011年中国B2B电子商务的问题及解决策略

一、综合类B2B企业所存在的问题

二、B2B电子商务网站优化中存在的问题

三、中国B2B电子商务模式发展策略分析

四、B2B电子商务网站的优化策略

五、B2B企业成功运营的准则

六、中国B2B电子商务深陷诚信困扰

第五章 2010-2011年中国B2B电子商务行业市场运行态势分析

第一节 2010-2011年中国B2B电子商务市场的发展

一、中国B2B电子商务市场回顾

二、2010-2011年首季我国B2B电子商务市场发展概况

三、2010-2011年传统企业纷纷涉水B2B电子商务市场

第二节 2010-2011年中国B2B电子商务市场竞争分析

一、B2B行业主要竞争手段分析

二、B2B电子商务渠道竞争分析

三、中国B2B市场主要企业竞争状况

四、“B2B+搜索”竞争新模式探析

五、2010-2011年国内B2B电子商务市场竞争升级

第六章 2010-2011年中国网上支付市场运行动态分析

第一节 2010-2011年中国网上支付发展概述

一、网上支付需满足的需求

二、实现网上支付的必要条件

三、网上支付系统典型流程

第二节 2010-2011年中国网上支付用户的调研情况

一、网民在网络支付中的态度及分布

二、网民了解网上支付的渠道及方式

三、网民未来网上支付计划

第三节2010-2011年中国网络购物市场网上支付分析

一、2008中国网络购物市场分析

二、电子支付是网络购物的主要支付方式

第四节 2010-2011年中国航空客票市场网上支付分析

一、电子客票网上支付颠覆机票代理模式

二、电子客票的网上支付存在的隐患

三、网上支付漏洞成电子机票普及障碍

第五节2010-2011年中国网上银行分析

一、中国网上银行产业链结构

二、中国网上银行的发展现状

三、中国网上银行的特点

四、中国网上银行存在的问题及发展策略

五、未来中国网上银行用户规模预测

第七章2010-2011年中国电子商务其他经营模式运行态势分析

第一节 B2C（企业对消费者）

一、B2C模式概述

二、B2C电子商务模式具体分类

三、B2C模式电子商务的顾客满意度解析

四、中国B2C电子商务迎来快速发展期

五、2008年中国电子商务B2C市场发展分析

六、B2C电子商务经营状况分析

七、我国B2C电子商务发展瓶颈及其突破点

第二节 C2C（消费者对消费者）

一、C2C的概念

二、C2C电子商务模式发展环境及特征解析

三、中国C2C电子商务发展概况

四、2008年中国电子商务C2C市场发展状况

五、中国主要C2C企业经营状况分析

六、中国C2C电子商务存在的问题

七、盈利模式模糊给C2C产业发展带来压力

八、中国C2C电子商务市场发展趋势解析

第三节 C2B（消费者对企业）

一、C2B电子商务模式的概念

二、C2B电子商务模式产生的基础

三、C2B电子商务模式的应用

四、C2B延伸内涵逐渐在中国兴起

五、电子商务C2B营销新模式发展探析

六、C2B电子商务模式发展展望

第八章 2010-2011年中国重点电子商务企业竞争力分析

第一节 环球资源

一、企业基本概况

二、2010-2011年企业经营状况分析

三、环球资源经营结构调整解读

四、环球资源涉足中国国内贸易面临的问题及解决对策

第二节 亚马逊公司

一、企业基本概况

二、2010-2011年企业经营状况分析

三、亚马逊拓展中国市场的举措

第三节 阿里巴巴

一、企业基本概况

二、2010-2011年企业经营状况分析

三、阿里巴巴运营模式成功原因分析

第四节 中国制造网

一、企业基本概况

二、2010-2011年企业经营状况分析

三、中国制造网引领中国电子商务发展

四、中国制造网把握机会发展获得高额利润

第五节 浙江网盛生意宝股份有限公司

一、公司基本情况概述

二、2008-2010年公司成长性分析

三、2008-2010年公司财务能力分析

- 四、2008-2010年公司偿债能力分析
- 五、2008-2010年公司现金流量分析表
- 六、2008-2010年公司经营能力分析
- 七、2008-2010年公司盈利能力分析

第六节 慧聪国际

- 一、企业基本概况
- 二、2010-2011年企业经营状况分析
- 三、2008年慧聪"金榜题名"产品面世

第七节 淘宝网

- 一、企业基本概况
- 二、淘宝网的产品与服务
- 三、淘宝在国内零售业影响力巨大
- 四、2010-2011年企业经营状况分析
- 五、淘宝网的娱乐营销策略

第八节 EBAY易趣

- 一、企业基本概况
- 二、2010-2011年企业经营状况分析
- 三、易趣的商业模式和市场推广策略
- 四、易趣在与淘宝竞争中的失误决策

第九节 万国商业网

- 一、企业基本概况
- 二、2010-2011年企业经营状况分析

第十节 当当网

- 一、企业基本概况
- 二、2010-2011年企业经营状况分析

第九章2010-2011年中国电子商务在不同行业的应用走势分析

第一节 农业电子商务

- 一、农业电子商务主要运行模式分析
- 二、中国农业电子商务的应用与发展分析
- 三、农业电子商务期待建立第三方平台
- 四、发展农业电子商务的举措

五、中国农业电子商务发展潜力巨大

第二节 零售业电子商务

- 一、电子商务给零售业带来的影响
- 二、零售行业涉足B2C电子商务的机遇和挑战
- 三、电子商务提高零售行业核心竞争水平
- 四、国内零售业加快布局电子商务领域步伐
- 五、中国零售业应用电子商务的主要障碍
- 六、中国零售业电子商务发展的策略

第三节 医药电子商务

- 一、中国医药行业电子商务应用状况
- 二、中国主要医药电子商务企业收入来源分析
- 三、3G时代或促使医药流通变革电子商务成趋势
- 四、中国医药电子商务发展落后
- 五、医药电子商务发展面临的问题
- 六、实施医药电子商务的注意事项
- 七、医药行业发展电子商务机遇良好
- 八、中国医药行业引入电子商务是必然趋势

第四节 汽车零部件业电子商务

- 一、电子商务给汽车零部件业发展带来的好处
- 二、国际汽车零部件业电子商务发展分析
- 三、中国汽车零部件电子商务应用状况
- 四、中国汽车零部件业需要发展电子商务
- 五、国内汽车零部件业推广电子商务存在的问题及对策
- 六、汽车零部件企业发展电子商务的策略

第五节 旅游业的电子商务

- 一、电子商务渐成熟旅游业需创新争夺市场
- 二、中国旅游业电子商务存在的问题
- 三、推动中国旅游业电子商务发展的策略

第六节 物流业电子商务

- 一、电子商务与现代物流的关系
- 二、中国电子商务物流业总体概况
- 三、电子商务企业物流管理中的技术应用

四、中国电子商务物流业发展中的问题

五、电子商务时代对现代物流的要求及解决策略

六、电子商务物流业的发展趋势

第十章 2011-2015年中国B2B电子商务市场投资机会与风险分析

第一节 2011-2015年中国B2B电子商务市场投资环境分析

第二节 2011-2015年中国B2B电子商务市场投资机会分析

一、投资吸引力分析

二、投资潜力分析

第三节 2011-2015年中国B2B电子商务市场投资风险分析

一、市场竞争风险

二、政策风险

三、进入退出风险

四、技术风险

第四节 专家建议

第十一章 2011-2015年中国B2B电子商务产业发展趋势预测分析

第一节 2011-2015年中国电子商务产业运行前景分析

一、中国电子商务总体发展趋势解析

二、中国专业电子商务网站的发展趋势

三、电子商务+SaaS的发展空间广阔

第二节 2011-2015年中国B2B电子商务市场前景预测分析

一、B2B电子商务市场规模预测

二、B2B电子商务市场竞争格局预测分析

第三节 2011-2015年中国B2B电子商务市场盈利预测分析

图表名称：部分

图表 2005-2011年中国GDP总量及增长趋势图

图表 2010-2011年一季度中国三产业增加值结构图

图表 2008-2011年中国CPI、PPI月度走势图

图表 2005-2011年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 2005-2011年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表 2000-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表 1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表 2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表 2005-2011年我国社会固定资产投资额走势图

图表 2005-2011年我国城乡固定资产投资额对比图

图表 2005-2009年我国财政收入支出走势图

图表 2009年1月-2011年4月人民币兑美元汇率中间价

图表 2010-2011年4月人民币汇率中间价对照表

图表 2009年1月-2011年3月中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表 2009年1月-2011年3月中国货币供应量的增速走势图

图表 2001-2009年中国外汇储备走势图

图表 2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表 2008年12月23日中国人民银行利率调整表

图表 2007-2008年央行历次调整利率时间及幅度表

图表 我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表 2005-2011年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表 2005-2011年我国货物进出口总额走势图

图表 2005-2011年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表 2005-2009年中国就业人数走势图

图表 2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表 1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表 1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表 2009年人口数量及其构成

图表 1978-2009年中国城镇化率走势图

图表 2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表 2005年环球资源公司各季度营业收入状况 单位：万美元

图表 1995-2006 年亚马逊营业收入、利润及销售净利润率

图表 2007年阿里巴巴综合损益情况（港币：亿元）

图表 2007年阿里巴巴现金流量情况（港币：亿元）

图表 2007年阿里巴巴资产负债情况（港币：亿元）

图表 2008-2010年浙江网盛生意宝股份有限公司成长性分析

图表 2008-2010年浙江网盛生意宝股份有限公司财务能力分析
图表 2008-2010年浙江网盛生意宝股份有限公司经营效率分析
图表 2008-2010年浙江网盛生意宝股份有限公司偿债能力分析
图表 2008-2010年浙江网盛生意宝股份有限公司现金流量分析表
图表 2008-2010年浙江网盛生意宝股份有限公司经营能力分析
图表 2008-2010年浙江网盛生意宝股份有限公司盈利能力分析
图表 中国三大旅带网站情况比较表
图表 2007-2008年中国B2B电子商务运营商营业收入规模
图表 2008年2季度中国B2B电子商务运营商营业收入份额比较
图表 2011-2015年中国B2B电子商务市场前景预测分析
图表 2011-2015年中国B2B电子商务市场盈利预测分析
图表 略………………

通过《中国B2B电子商务市场走势及投资潜力分析报告(2011-2015年)》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/180075.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。