



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国汽车配件B2 市场发展现状及战略咨询B报告

一、调研说明

《2017-2022年中国汽车配件B2市场发展现状及战略咨询B报告》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/283289.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

在产业互联网、国家行业政策坚实的推动下，我国汽配后市场的发展迎来了从垄断到融合与竞争的趋势。汽配B2B电商平台的出现是针对我国现有汽配后市场流通痛点的顺势而动结果，同时也迎来了机遇与挑战并存的局面。

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B2B电子商务概述12

第一节B2B电子商务的概念12

第二节B2B电子商务的特点12

第三节B2B网站的交易流程12

第四节B2B电子商务系统分析13

第二章汽车配件行业B2B电子商务运作环境分析14

第一节中国电子商务规模分析14

一、电子商务交易规模分析14

二、电子商务市场结构分析14

（一）电子商务市场结构14

（二）电子商务区域结构15

三、电子商务从业人员规模16

四、电子商务相关融合产业16

第二节电子商务运作环境分析17

一、B2B电子商务运作微观环境17

二、B2B电子商务运作宏观环境20

三、B2B电子商务运作企业环境29

第三节中国企业电子商务应用环境30

一、中小企业数量及发展规模30

二、电子商务企业应用情况分析31

三、企业电子商务交易规模分析34

四、企业B2B电商交易规模分析37

第四节汽车配件企业B2B电子商务网络环境37

一、网民基本情况分析37

(一) 总体网民规模分析37

截至2015年12月，我国网民规模达6.88亿，全年共计新增网民3951万人。互联网普及率为50.3%，较2014年底提升了2.4个百分点。 2005-2015年中国网民规模及互联网普及率

(二) 分省网民规模分析38

(三) 手机网民规模分析40

(四) 网民属性结构分析40

二、网民互联网应用状况42

(一) 信息获取情况分析42

(二) 商务交易发展情况43

(三) 交流沟通现状分析43

(四) 网络娱乐应用分析43

第三章汽车配件行业市场规模与电商空间预测45

第一节汽车配件市场发展现状分析45

一、汽车配件行业产业政策分析45

二、汽车配件行业发展现状分析50

三、汽车配件行业市场规模分析51

四、汽车配件行业重点企业分析53

五、汽车配件行业市场竞争格局61

第二节汽车配件行业发展前景预测分析61

一、影响行业发展有利因素61

二、影响行业发展不利因素62

三、汽车配件市场前景预测分析63

第三节汽车配件电商市场规模与渗透率64

一、汽车配件电商总体开展情况64

二、汽车配件电商渠道渗透率分析66

第四节 电商行业未来前景及趋势预测67

一、汽车配件电商行业市场空间测算67

二、汽车配件电商市场规模预测分析67

三、汽车配件电商发展趋势预测分析70

第四章 汽车配件行业电子商务B2B模式分析72

第一节 汽车配件电子商务B2B市场概况72

第二节 汽车配件电子商务B2B盈利模式74

第三节 汽车配件电子商务B2B运营模式76

第四节 汽车配件电子商务B2B的供应链78

第五章 汽车配件企业B2B电子商务开展条件及障碍80

第一节 汽车配件企业的B2B电子商务开展条件分析80

一、企业发展B2B电商的外部环境80

二、企业发展B2B电商的内部条件81

三、企业发展B2B电商的机遇分析81

四、企业发展B2B电商的挑战分析83

第二节 汽车配件企业开展B2B电子商务业务流程环节84

一、企业内转型84

二、供应链集成85

三、增值网集成87

四、战略性转变88

第三节 汽车配件企业开展B2B电子商务遇到的障碍90

一、接受障碍90

二、业务流程各环节障碍90

三、制度环境障碍91

第六章 汽车配件企业B2B电商战略体系构建及平台选择93

第一节 汽车配件企业转型电商构建分析93

一、汽车配件企业B2B电商关键环节分析93

(一) 产品采购与组织93

(二) 电商网站建设95

(三) 网站品牌建设及营销	96
(四) 服务及物流配送体系	101
(五) 网站增值服务	102
二、汽车配件企业B2B电商网站构建	103
(一) 网站域名申请	103
(二) 网站运行模式	103
(三) 网站开发规划	104
(四) 网站需求规划	105
第二节汽车配件企业B2B电子商务运行模式选择	106
一、模式一：企业B2B网站	106
二、模式二：综合型B2B市场	106
三、模式三：垂直型B2B市场	107
四、模式四：交易型B2B市场	107
第三节汽车配件企业转型电商平台选择分析	110
一、汽车配件企业B2B电商建设模式	110
二、自建商城网店平台	110
(一) 自建商城概况分析	110
(二) 自建商城优势分析	111
三、借助第三方网购平台	112
(一) 电商平台的优劣势	112
(二) 电商平台盈利模式	112
四、电商服务外包模式分析	114
(一) 电商服务外包的优势	114
(二) 电商服务外包可行性	115
(三) 电商服务外包前景	119
第四节汽车配件企业电商平台选择策略	120
第七章汽车配件行业B2B网站平台及企业入驻选择	124
第一节巴图鲁	124
(1) 企业发展简况分析	
(2) 企业经营情况分析	
(3) 企业经营优劣势分析	

第二节 诸葛修车网127

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第三节 中驰车福网128

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第四节 正时汽车131

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第五节 66公里132

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第八章 汽车配件企业进入B2B领域市场策略分析134(AKWZY)

第一节 汽车配件企业电子商务市场投资要素134

- 一、企业自身发展阶段的认知分析134
- 二、企业开展电子商务目标的确定135
- 三、企业电子商务发展的认知确定135
- 四、企业转型电子商务的困境分析135

第二节 汽车配件企业转型B2B电商物流策略分析139

- 一、汽车配件企业电商自建物流分析139
 - (一) 电商自建物流的优势分析139
 - (二) 电商自建物流的负面影响140
- 二、汽车配件企业电商外包物流分析141

第三节 汽车配件企业B2B电商市场前景及策略分析143

- 一、汽车配件企业B2B电商前景分析143
- 二、汽车配件企业B2B电商策略分析144

部分图表目录：

图表1中国网民规模和互联网普及率37

图表22015年中国内地分省网民规模及互联网普及率38

图表3中国手机网民规模及其占网民比例40

图表4中国网民性别结构41

图表5中国网民年龄结构41

图表6中国网民学历结构42

图表72011-2016年我国汽车配件b2b行业销售收入及增长情况51

图表82011-2016年我国汽车配件b2b行业销售收入及增长对比51

图表92017-2022年中国汽车配件b2b行业销售收入预测图67

图表10汽车配件电子商务B2B流向72

图表11配件经销商流通关系73

图表12市场现有问题74

图表13B2B电商未来方向81

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/283289.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。