



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007 - 2008年中国制造业 电子商务市场研究年度报告

## 一、调研说明

《2007 - 2008年中国制造业电子商务市场研究年度报告》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/37855.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

2007年，中国制造业电子商务市场继续保持了稳定增长的势头，电子商务成为中国制造业与国际接轨、提升竞争力的关键因素。实际上，制造业电子商务随着我国“十一五”制造业信息化科技工程的实施逐步向深入开展，制造业电子商务的发展将为整个中国电子商务的发展注入新的活力，同时也将有助于提升我国制造业信息化的整体水平。

从整体市场来看，制造业电子商务市场主要由综合类电子商务市场、垂直门户类电子商务市场、企业自建电子商务市场、系统集成商及设备提供商市场共同构成。他们分别从不同层次、不同程度为制造业的采购、销售、生产等提供了具有不同效应的电子商务服务。第三方平台、系统集成商、自建平台等都得到了长足发展，第三方平台仍占市场主导地位，其中B2B规模达到81.3%，但自建平台已经显现出快速发展的态势。展望2008年，制造业电子商务市场的深度竞争将持续进行。

面对竞争与市场的变化和挑战，《2007-2008年中国制造业电子商务市场研究年度报告》，将从以下方面帮助业界厂商、投资者、产业链条更精确地把握中国制造业电子商务市场发展脉动、更深入地梳理细分应用价值变迁轨迹——

翔实的市场描述数据，从品牌结构、区域结构、应用结构、平台结构等多个角度刻画年度发展变化，洞察行业发展动向。

精炼主要品牌2007年竞争表现，从细分市场份额、竞争格局、竞争策略评述等多个维度总结企业成败得失，评点市场领先要素。

对未来市场的深度量化预测，就整体和细分市场展开建模回归与专家校验，得出有价值的趋势分析与定量结果。

细分市场的驱动力与阻碍因素，以及市场需求的多维剖析。

【 目录 】

## 一、2007年全球制造行业电子商务市场发展概述

### (一) 市场规模与特点

- 1、2007年市场规模与增长
- 2、2007年市场特点

## 3、制造行业电子商务商业模式

### (二) 主要国家与地区

- 1、美国
- 2、欧洲

## 二、2007年中国制造行业电子商务应用概述

### (一) 市场规模与特点

- 1、2004 - 2007年市场规模与增长
- 2、2007年市场特点
- 3、制造行业电子商务发展阶段

### (二) 中国制造行业电子商务应用模式

- 1、制造行业产业链分析
- 2、制造行业电子商务应用现状

## 三、2008 - 2012年中国制造行业电子商务市场预测

### (一) 影响制造行业电子商务市场的因素分析

### (二) 2007 - 2012年中国制造行业电子商务市场规模预测

### (三) 2007 - 2012年中国制造行业电子商务市场结构预测

- 1、品牌结构
- 2、区域结构
- 3、应用结构
- 4、平台结构

## 四、2008 - 2010年中国制造行业电子商务市场趋势分析

- 1、应用趋势分析
- 2、盈利趋势分析
- 3、服务趋势分析
- 4、竞争趋势分析

## 五、细分中国制造行业电子商务市场研究

### (一) 综合类制造行业电子商务网站

#### 1、盈利模式

2、盈利状况

3、竞争格局

4、主力厂商

### (二) 垂直行业类制造行业电子商务网站

#### 1、盈利模式

2、盈利状况

3、竞争格局

4、主力厂商

### (三) 自建门户类制造行业电子商务网站

#### 1、盈利模式

2、盈利状况

3、竞争格局

4、主力厂商

### (四) 系统集成商及设备提供商市场

#### 1、竞争格局

2、主力厂商

## 六、中国制造行业电子商务市场需求研究

### (一) 个人用户

### (二) 企业用户（电子商务平台使用企业）

### (三) 政府用户

## 七、建议

## 表目录

制造行业销售渠道类型

2007年阿里巴巴主要竞争策略

2007年慧聪买卖通主要竞争策略

2007年中国制造网主要竞争策略  
2007年当当网主要竞争策略  
2007年中国电子政务网主要竞争策略

.....

## 图目录

2002 - 2007年世界制造业电子商务交易额及增长  
2002 - 2007年全球制造业规模及增长  
制造业电子商务普及情况对比  
2000 - 2007年美国制造业电子商务交易额规模及增长  
2002 - 2007年欧盟制造业电子商务交易规模及增长  
2004 - 2007年中国制造行业整体电子商务交易规模  
2005 - 2007年中国制造行业在电子商务上的投资额及增长  
制造行业电子商务模式比例  
制造行业电子商务网站整体竞争格局

.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37855.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](http://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。