



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国线上B2B电子商务市场年度综合报告2007

一、调研说明

《中国线上B2B电子商务市场年度综合报告2007》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/42308.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

〔 描述 〕

线上B2B电子商务已经成为我国国民经济增长的重要驱动力之一。线上B2B电子商务作为我国经济新的增长点和增长动力，以相对低廉的交易成本、简化的贸易流程和由此带来的巨大利润，正成为国民经济领域的另一热点，显示出了极强的生命力。同时，线上B2B电子商务的发展还能够直接拉动IT产业、信息服务业以及现代物流业的快速发展，成为经济新的驱动力。另外，线上B2B电子商务也有助于提升我国对外贸易的规模和实力。

根据统计，2006年我国线上B2B电子商务市场增长迅速，全年交付价值规模达到17.96亿元，季度平均增长率达到24.11%，呈现旺盛的发展势头。线上B2B电子商务市场规模的扩大，一方面源于企业电子商务意识的提升及从线上B2B电子商务获得了实际的效果，使线上B2B电子商务的用户基础进一步扩大；另一方面，企业用户对于付费线上B2B电子商务的接纳与认可也在逐渐提升。而随着支付、物流和信用环节的逐步完善，也为线上B2B电子商务的发展提供了更好的产业环境。

2006年，我国线上B2B电子商务的交易规模和账户规模也在稳步提升。其中交易规模在2006年首次超过1万亿人民币，季度平均增长率超过15%。注册账户规模则超过1700万，季度平均增长率同样超过15%。显示出线上B2B电子商务具有不断增长的需求。另外，值得一提的是，2006年我国线上B2B电子商务付费账户数增长率也超过了10%，用户正逐步接受更高质量的付费在线B2B电子商务服务。

外贸服务占据了我国线上B2B电子商务交易的重要组成部分，尽管其交易规模仍未超过内贸，但其增长率要高出内贸近一个百分点。易观国际认为，未来线上B2B电子商务外贸市场份额将进一步提升。

线上B2B电子商务发展的三要素——信息平台、电子支付和物流体系分别有所提高。但除信息平台发展迅速外，电子支付在线上B2B电子商务方面的应用尚未形成规模，而物流体系则仍然与我国高速发展的，包括B2B在内的电子商务服务行业有一定的差距。

用户对线上B2B电子商务的需求并不单纯局限于接受基本的供需信息服务，用户对其贸易对象诚信度及资质信息的需求非常强烈。从长期看，用户对线上B2B电子商务平台能否提供的贸易帮助工具及外部资源，以及线上B2B电子商务平台能否提供营销管理整合工具也有所需求。

收费会员服务仍然是线上B2B电子商务平台主要的盈利模式，另外，营销服务也能够为线上B2B电子商务平台获得一定的收入，但交易提成模式则未成为各线上B2B电子商务的主流盈利模式。

尽管2006年线上B2B电子商务在总体盈利模式没有发生显著变化，但存在商业模式变化的趋势，这些趋势在于：线上B2B电子商务平台将进一步完善对买卖双方的支撑服务，逐步丰富贸易辅助服务，以及从线上B2B电子商务服务平台向企业电子商务综合运营平台的角色转变。

从线上B2B电子商务市场的发展趋势看，该市场的集中度将进一步提升，各平台也将进一步寻求差异化竞争优势。此外，综合与行业线上B2B电子商务将相互借鉴发展，用户信用认证也将成为线上B2B电子商务近期发展热点。

到2010年，线上B2B电子商务的交付价值规模将达到80亿元，超过2006年4倍。

【 目 录 】

1线上B2B电子商务定义、分类及研究范畴

1.1线上B2B电子商务定义

1.2线上B2B电子商务的分类

1.3研究范畴

1.4专业术语

2中国线上B2B电子商务产业市场分析

2.1中国线上B2B电子商务市场状况

2.1.1中国线上B2B电子商务的重要价值

2.1.2中国线上B2B电子商务市场特点

2.2中国线上B2B电子商务发展三要素现状

2.2.1信息平台

2.2.2支付服务

2.2.3物流服务

2.3中国线上B2B电子商务市场规模及份额

2.3.12006年中国线上B2B电子商务交付价值规模及份额

2.3.22006年中国线上B2B电子商务交易规模

2.3.32006年中国线上B2B电子商务账户规模

3中国线上B2B电子商务市场用户分析及预测

3.1用户对线上B2B电子商务的四个层次需求

3.2线上B2B电子商务服务对用户价值

3.3用户对线上B2B电子商务平台商的关键选择因素

3.4B2B主要业务平台的优劣势对比

3.4.1线上B2B电子商务平台的优势与局限性

3.4.2展会的优势与局限性

3.4.3行业信息出版物的优势与局限性

4中国线上B2B电子商务商业模式现状和趋势

4.1中国线上B2B电子商务商业模式现状

4.1.1会员服务

4.1.2营销服务

4.1.3交易提成

4.2中国线上B2B电子商务商业模式发展趋势

4.2.1线上B2B电子商务商业模式演进路径

4.2.2线上B2B电子商务商业模式趋势

4.3中国B2B市场发展趋势

4.3.1中国线上B2B电子商务市场整体展望

4.3.2线上B2B电子商务市场集中度将提升

4.3.3综合与行业线上B2B电子商务将相互借鉴发展

4.3.4各线上B2B电子商务平台进一步寻求差异化竞争优势

4.3.5用户信用认证将成为线上B2B电子商务近期发展热点

4.4我国线上B2B电子商务发展规模预测

4.4.1我国线上B2B电子商务发展的促进因素

4.4.2我国线上B2B电子商务发展的阻碍因素

4.4.3我国线上B2B电子商务规模预测2006-2010

5中国B2B市场竞争分析

5.1中国线上B2B电子商务主要厂商分析

5.1.1阿里巴巴

5.1.2环球资源

5.1.3慧聪网

5.1.4中国化工网

5.1.5铭万网

5.1.6中国制造网

5.1.7海虹医药网

5.1.8金银岛

5.1.9商格里拉

5.2中国线上B2B电子商务平台商实力矩阵

5.3中国线上B2B电子商务平台商业务综合对比

6中国线上B2B电子商务平台商策略建议

6.1提升用户基数策略

6.2提升用户质量策略

6.3外部资源合作策略

6.4平台多元化策略

6.5营销多样化策略

附录1：中国市场主要B2B服务提供商信息

附录2：易观数据采集流程和方法论

1总体介绍

2消费者市场的研究方法

3不同类型企业市场的研究方法

4数据分析流程与方法

图目录

图1-1B2B服务模式

图2-1中国GDP增长状况

图2-2中国出口总额增长状况

图2-32002年-2006年B2B网站数量

图2-4B2B用户信息搜索工具使用习惯分布

图2-5互联网及搜索引擎用户情况

图2-6各搜索引擎提供的B2B供需信息被检索量

图2-72006年中国线上B2B电子商务市场规模

图2-82006年中国线上B2B电子商务市场内外贸交易份额

图2-92006年中国线上B2B电子商务厂商市场份额

图2-102006年中国线上B2B电子商务市场交易规模

图2-112006年中国线上B2B电子商务厂商注册用户数

图2-122006年中国线上B2B电子商务厂商付费用户数

图3-1用户线上B2B电子商务需求的四个层次

图3-2典型的B2B服务价值链

图3-3垂直与综合线上B2B电子商务厂商优势分析

图3-4B2B网站SWOT分析

图3-5B2B展会服务SWOT分析

图3-6B2B展会信息出版物SWOT分析

图4-1线上B2B电子商务资源路径

图4-2线上B2B电子商务跃迁模型

图4-3B2B业务的市场集中度

图4-4综合与垂直B2B的发展趋势

图4-5阿里巴巴买家选择供应商倾向

图4-6中国线上B2B电子商务交付价值规模预测

图4-7中国线上B2B电子商务内外贸交付价值规模预测

图4-8中国线上B2B电子商务市场注册账户规模预测

图4-9中国线上B2B电子商务市场付费账户规模预测

图5-12006年阿里巴巴注册账户数

图5-22006年阿里巴巴付费账户数

图5-32006年阿里巴巴交付价值规模
图5-42006年环球资源网注册账户数
图5-52006年环球资源网付费账户数
图5-62006年环球资源交付价值规模
图5-72006年慧聪网注册账户数
图5-82006年慧聪网付费账户数
图5-92006年慧聪网交付价值规模
图5-102006年中国化工网注册账户数
图5-112006年中国化工网付费账户数
图5-122006年中国化工网交付价值规模
图5-132006年铭万网注册账户数
图5-142006年中国制造网注册账户规模
图5-152006年海虹医药网注册账户规模
图5-162006年海虹医药网付费账户规模
图5-172006年海虹医药网交付价值规模
图5-182006年金银岛网交所注册账户规模
图5-192006年金银岛网交所付费账户规模
图5-202006年金银岛网交所交付价值规模
图5-212006年商格里拉网注册账户规模
图5-22我国线上B2B电子商务平台商“魔力四象限”分析
图6-1不同平台营销的特点

表目录

表2-12006线上B2B电子商务交付价值季度规模
表2-22006年各季度中国线上B2B电子商务市场交易规模
表2-32006年各季度中国线上B2B电子商务市场账户规模
表4-1线上B2B电子商务付费服务和免费服务对比
表5-1阿里巴巴主要发展事件
表5-2慧聪网主要发展事件
表5-3中国化工网主要发展事件
表5-4中国制造网主要发展事件
表5-5金银岛网交所主要发展事件

表5-6中国线上B2B电子商务市场主要竞争者业务对比

表6-1中国线上B2B电子商务厂商策略优劣势分析"

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42308.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提供专业投资咨询报告、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。