



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2010年中国B2B电子商务产业市场调查及投资预测报告

一、调研说明

《2009-2010年中国B2B电子商务产业市场调查及投资预测报告》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/98370.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

第一章 B2B电子商务相关概述

一、B2B电子商务介绍

(一) B2B电子商务的定义

(二) B2B的发展阶段

二、B2B的意义

三、B2B的两种模式

(一) 行业B2B

(二) 区域B2B

第二章 2008-2009年全球B2B电子商务产业运行状况

一、2008-2009年全球B2B电子商务产业发展综述

(一) 全球B2B电子商务产业运行特点

(二) 全球B2B电子商务平台

(三) 全球B2B电子商务竞争格局

二、2008-2009年全球主要国家B2B电子商务产业发展情况

(一) 美国

(二) 日本

(三) 加拿大

三、2009-2012年全球B2B电子商务产业发展趋势

第三章 2008-2009年中国B2B电子商务产业运行环境

一、2008年中国经济发展环境

(一) 2008年中国宏观经济运行情况

(二) 全球金融危机对中国产业格局影响

(三) 中国应对金融危机的措施

二、2008-2009年中国B2B电子商务产业政策环境

(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

三、2008-2009年中国B2B电子商务产业社会环境

第四章 2008-2009年中国B2B电子商务产业运行形势

一、2008-2009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

二、2008-2009年中国B2B电子商务主要营销策略

三、亚洲流派的B2B平台比较

四、2008-2009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
- (四) B2B电子商务网站的优化策略
- (五) B2B企业成功运营的准则

第五章 2008-2009年中国网上支付市场运行动态

一、2008-2009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

二、2008-2009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

三、2008-2009年中国网络购物市场网上支付

- (一) 2008中国网络购物市场
- (二) 电子支付是网络购物的主要支付方式

四、2008-2009年中国航空客票市场网上支付

- (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

五、2008-2009年中国网上银行

- (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

第六章 2008-2009年中国电子商务其他经营模式运行态势

一、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
- (六) B2C电子商务经营状况
- (七) 我国B2C电子商务发展瓶颈及其突破点

二、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
- (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

三、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

第七章 2008-2009年中国B2B电子商务产业市场竞争格局

一、2008-2009年中国B2B电子商务竞争

- (一) B2B行业主要竞争手段
- (二) B2B电子商务渠道竞争
- (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

二、2008-2009年中国主要地区B2B电子商务产业格局

- (一) 湖南
- (二) 广州
- (三) 福州
- (四) 重庆

三、2008-2009年中国B2B电子商务产业提升竞争力策略

第八章 中国重点电子商务企业简介

一、环球资源

- (一) 企业基本概况
- (二) 环球资源经营结构调整解读
- (三) 环球资源涉足中国国内贸易面临的问题及解决对策

二、亚马逊公司

- (一) 企业基本概况
- (二) 亚马逊拓展中国市场的举措

三、阿里巴巴

- (一) 企业基本概况
- (二) 阿里巴巴运营模式成功原因

四、中国制造网

- (一) 企业基本概况
- (二) 中国制造网引领中国电子商务发展
- (三) 中国制造网把握机会发展获得高额利润

五、浙江网盛生意宝股份有限公司

- (一) 企业基本概况
- (二) 企业发展战略

六、慧聪国际

- (一) 企业基本概况

(二) 2008年慧聪"金榜题名"产品面世

七、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) 淘宝网的娱乐营销策略

八、EBAY易趣

(一) 企业基本概况

(二) 易趣的商业模式和市场推广策略

(三) 易趣在与淘宝竞争中的失误决策

九、万国商业网

(一) 企业基本概况

(二) 企业发展战略

十、当当网

(一) 企业基本概况

(二) 企业发展战略

第九章 2008-2009年中国电子商务在不同行业的应用走势

一、农业电子商务

(一) 农业电子商务主要运行模式

(二) 中国农业电子商务的应用与发展

(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

二、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

三、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
- (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

四、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
- (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

五、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

六、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 2009-2012年中国B2B电子商务产业发展前景及投资预测

一、2009-2012年中国电子商务产业运行前景

- (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

二、2009-2012年中国B2B电子商务市场规模预测

三、2009-2012年中国B2B电子商务市场投资

(一) 中国B2B电子商务市场投资环境

(二) 中国B2B电子商务市场投资机会

(三) 中国B2B电子商务市场投资风险

图表目录 (部分) :

图表 : 2008年中国GDP增长情况

图表 : 2001-2008年中国工业增加值与发电量

图表 : 2005-2008年中国投资、消费、出口走势

图表 : 2001-2008年中国CPI、PPI走势

图表 : 2001-2008年中国进出口走势

图表 : 2001-2008年中国失业率走势

图表 : 2007-2008年中国货币供应量

图表 : 2008年1-9月份我国部分行业调整变化 (同比增长率%)

图表 : 2008年1-9月份我国周期性行业调整变化 (同比增长率%)

图表 : 2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长 (同比增长率%)

图表 : 近期公布的刺激经济的政策一览表

图表 : 提高出口退税率的清单

图表 : 略……

更多图表见报告正文

详细请访问 : <https://www.icandata.com/view/98370.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。