

2017-2022年中国B2B电 子商务行业深度研究与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国B2B电子商务行业深度研究与投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/D04382SDLV.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

B2B电子商务即企业对企业的电子商务，也称批发电子商务。B2B电子商务的涉及面十分广泛是指企业通过信息平台 and 外部网站将面向上游供应商的采购业务和面向下游代理商的销售有机的联系在一起，从而降低彼此之间的交易成本，提高客户满意度的商务模式。B2B电子商务是目前电子商务市场的主流部分。

2015年，中国B2B电子商务市场交易额达13.9万亿元，同比增长39%，增幅上升17%。

2011-2016年中国B2B电子商务市场交易额

2015年中国电子商务市场交易规模细分行业构成

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国B2B电子商务行业深度研究与投资前景预测报告》共十一章。首先介绍了B2B电子商务行业市场发展环境、B2B电子商务整体运行态势等，接着分析了B2B电子商务行业市场运行的现状，然后介绍了B2B电子商务市场竞争格局。随后，报告对B2B电子商务做了重点企业经营状况分析，最后分析了B2B电子商务行业发展趋势与投资预测。您若想对B2B电子商务产业有个系统的了解或者想投资B2B电子商务行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 2016年中国B2B电子商务行业概述 1

第一节 B2B电子商务的概念 1

一、B2B概念 1

二、B2B三要素 1

三、成本构成 1

第二节 B2B的商业模式 2

一、垂直模式 2

二、综合模式 3

三、自建模式 3

四、关联模式 3

第三节 B2B的发展阶段分析 4

一、发展现状 4

二、存在的问题 5

三、发展趋势 7

第二章 2015-2016年B2B电子商务行业国际概况 9

第一节 2015-2016年世界B2B电子商务产业发展综述 9

一、世界B2B电子商务产业运行特点分析 9

二、世界B2B电子商务平台分析 9

三、世界B2B电子商务竞争格局分析 13

第二节 2015-2016年国内外B2B电子商务现状与差异 18

一、基础设施 18

二、文化和社会差异 19

三、企业政策 21

四、中国B2B电子商务发展前景展望 22

第三节 2017-2022年全球B2B电子商务发展趋势 23

一、B2B电子商务交易平台凸显行业特性 23

二、行业B2B联盟迅速发展 23

三、B2B网站市场前景看好 23

四、继续完善产品交易规则 23

五、交易配套服务将趋于更加完善 24

六、开展差异化竞争 24

七、从信息提供向服务提供平台转变 24

第三章 2015-2016年中国B2B电子商务市场深度分析 25

第一节 2015-2016年中国B2B电子商务市场的发展 25

一、2016年中国B2B电子商务市场行业特征 25

二、2016年B2B电子商务将进入黄金发展时期 26

三、2016年中国电子商务市场猜想 28

四、2016年B2B电子商务网络营销发展状况 32

第二节 2015-2016年中国B2B电子商务市场运行分析 35

一、B2B电子商务市场由“大而全”向“深而精” 35

二、我国B2B电子商务企业数量已突破万家 37

三、2016年B2B电子商务五大销售趋势 38

第三节 中国的B2B电子商务市场交易规模 40

一、B2B市场交易规模 40

二、B2B企业数量规模 40

三、B2B电子商务营收规模 41

第四章 2015-2016年中国电子商务市场竞争分析 43

第一节 电子商务的应用模式 43

一、企业内部商务模式 43

二、企业与消费者间商务模式 43

三、企业间电子商务模式 43

四、税收电子化商务模式 44

五、政府采购电子化商务模式 44

第二节 电子商务的竞争优势 44

一、电子商务能提高商务活动的效率 44

二、电子商务能提高工作质量，扩大市场 45

三、电子商务可降低成本，有利于提高企业利润 45

四、提供新的商业模式和商业机会 45

第三节 电子商务对企业的要求 46

一、构建电子商务环境，适应电子商务的发展 46

二、企业必须规范业务流程，以适应电子商务的发展 47

三、构建电子商务环境下的会计理论和会计实务 47

四、加强培养电子商务人才 47

第五章 2015-2016年中国电子商务其他经营模式运行态势分析 49

第一节 B2C（企业对消费者） 49

一、B2C模式概述 49

二、中国B2C电子商务市场分析 49

三、中国B2C电子商务盈利模式 52

四、中国B2C电子商务目标市场 54

五、中国B2C电子商务采购特征 56

六、中国B2C电子商务物流特征	56
七、中国B2C电子商务成本分析	58
八、中国B2C电子商务存在的问题及对策	61
第二节 C2C（消费者对消费者）	69
一、C2C网站现有盈利模式	69
二、中国C2C电子商务市场分析	70
三、中国C2C电子商务盈利模式	71
四、中国C2C电子商务目标客户	72
五、中国C2C电子商务购物流程	73
六、中国C2C电子商务物流特征	75
七、中国C2C电子商务成本分析	78
八、中国C2C电子商务存在的问题及对策	78
第三节 C2B（消费者对企业）	83
一、C2B电子商务模式的概念	83
二、C2B电子商务模式产生的基础	83
三、C2B电子商务模式的应用	83
四、C2B延伸内涵逐渐在中国兴起	84
五、电子商务C2B营销新模式发展探析	84
六、C2B电子商务模式发展展望	87
第四节 其他电子商务模式	88
一、B2G电子商务模式	88
二、C2G电子商务模式	88
三、B2M电子商务模式	90
四、M2C电子商务模式	90
五、O2O电子商务模式	91
六、社交电子商务模式	96
第六章 2017-2022年中国重点电子商务企业竞争力分析	106
第一节 环球资源	106
一、企业基本概况	106
二、2016年企业经营状况分析	106
三、环球资源经营结构调整解读	109

四、环球资源涉足中国国内贸易面临的问题及解决对策 110

第二节 亚马逊公司 111

一、企业基本情况 111

二、企业发展历程 111

三、企业营销策略 113

四、企业相关服务 115

五、企业发展命脉 116

六、2016年企业经营状况分析 119

七、亚马逊拓展中国市场的举措 120

第三节 阿里巴巴 121

一、企业基本情况 121

二、2016年企业经营状况分析 122

三、阿里巴巴运营模式成功原因分析 126

第四节 中国制造网 127

一、企业基本情况 127

二、2016年企业经营状况分析 128

三、经营原则 130

四、产品服务 131

五、服务价值 132

第五节 浙江网盛生意宝股份有限公司 133

一、公司概况 133

二、公司发展历程 134

三、公司产品与服务 135

四、2016年公司财务状况 138

第六节 慧聪国际 142

一、公司概况 142

二、公司发展历程 143

三、公司产品与服务 143

四、公司销售渠道 145

五、公司经营状况 146

第七节 淘宝网 148

一、企业概况 148

二、企业主营业务及收入	150
三、企业财务分析	150
四、企业发展战略及动态	151
五、淘宝网的娱乐营销策略	154
六、淘宝网发展火热的原因分析	155
七、存在的问题	156
第八节 EBAY易趣	157
一、企业概况	157
二、2017-2022年企业经营状况分析	158
三、易趣与淘宝的区别	162
四、易趣在与淘宝经营模式比较	163
第九节 广州唯品会信息科技有限公司	165
一、企业概况	165
二、企业主营业务及收入	165
三、企业财务分析	166
四、企业发展战略及动态	167
第十节 当当网	169
一、企业概况	169
二、企业主营业务及收入	170
三、企业财务分析	170
四、企业发展战略及动态	173
第七章 2015-2016年中国电子商务在不同行业的应用走势分析	174
第一节 农业电子商务	174
一、农业电子商务主要运行模式分析	174
二、中国农业电子商务的应用与发展分析	177
三、农业电子商务期待建立第三方平台	178
四、发展农业电子商务的举措	182
五、中国农业电子商务发展潜力巨大	183
第二节 零售业电子商务	186
一、电子商务给零售业带来的影响	186
二、零售行业涉足B2C电子商务的机遇和挑战	187

- 三、电子商务提高零售行业核心竞争水平 188
- 四、国内零售业加快布局电子商务领域步伐 190
- 五、中国零售业应用电子商务的主要障碍 191
- 六、中国零售业电子商务发展的策略 193
- 第三节 医药电子商务 195
 - 一、中国医药行业电子商务应用状况 195
 - 二、中国主要医药电子商务企业收入来源分析 196
 - 三、3G时代或促使医药流通变革电子商务成趋势 199
 - 四、中国医药电子商务发展落后 201
 - 五、医药电子商务发展面临的问题 202
 - 六、实施医药电子商务的注意事项 203
 - 七、医药行业发展电子商务机遇良好 205
 - 八、中国医药行业引入电子商务是必然趋势 206
- 第四节 汽车零部件业电子商务 207
 - 一、电子商务给汽车零部件业发展带来的好处 207
 - 二、国际汽车零部件业电子商务发展分析 208
 - 三、中国汽车零部件电子商务应用状况 208
 - 四、中国汽车零部件业需要发展电子商务 210
 - 五、国内汽车零部件业推广电子商务存在的问题及对策 211
 - 六、汽车零部件企业发展电子商务的策略 215
- 第五节 旅游业的电子商务 218
 - 一、电子商务渐成熟旅游业需创新争夺市场 218
 - 二、中国旅游业电子商务存在的问题 219
 - 三、推动中国旅游业电子商务发展的策略 220
- 第六节 物流业电子商务 223
 - 一、电子商务与现代物流的关系 223
 - 二、中国电子商务物流业总体概况 225
 - 三、电子商务企业物流管理中的技术应用 226
 - 四、中国电子商务物流业发展中的问题 227
 - 五、电子商务时代对现代物流的要求及解决策略 228
 - 六、电子商务物流业的发展趋势 229

第八章 2017-2022年B2B电子商务行业投资经济及政策环境 232

第一节 电子商务行业政治法律环境 232

- 一、行业管理体制分析 232
- 二、行业主要法律法规 234
- 三、电子商务行业标准 234
- 四、行业相关发展规划 239
- 五、政策环境对行业的影响 241

第二节 行业经济环境分析 241

- 一、国民经济运行情况GDP 241
 - 二、恩格尔系数 246
 - 三、对外贸易&进出口 247
- 2010-2017跨境出口B2B电商交易规模增速

四、宏观经济环境对行业的影响分析 248

第三节 行业社会环境分析 252

- 一、社会环境对行业的影响 252
- 三、电子商务产业发展对社会发展的影响 262

第四节 行业技术环境分析 264

- 一、电子商务技术分析 264
- 二、电子商务技术发展水平 265
- 三、B2B电子商务技术分析 266

第九章 2017-2022年中国B2B电子商务市场前景及供需预测 268

第一节 2017-2022年B2B电子商务市场前景预测 268

- 一、2017-2022年电子商务市场发展潜力 268
- 二、2017-2022年电子商务市场发展前景展望 269
- 三、2017-2022年B2B电子商务行业发展前景分析 273

第二节 2017-2022年B2B电子商务市场发展趋势预测 274

- 一、2017-2022年B2B电子商务行业发展趋势 274
- 二、2017-2022年电子商务市场规模预测 276
- 三、2017-2022年电子商务行业应用趋势预测 276
- 四、2017-2022年细分市场发展趋势预测 279

第十章 2017-2022年B2B电子商务投资战略研究	281
第一节 B2B电子商务行业投资特性分析	281
一、电子商务行业进入壁垒分析	281
二、电子商务行业盈利因素分析	282
三、电子商务行业盈利模式分析	284
第二节 2017-2022年B2B电子商务行业发展的影响因素	286
一、有利因素	286
二、不利因素	289
第三节 2017-2022年B2B电子商务行业投资价值评估分析	292
一、行业投资效益分析	292
二、产业发展的空白点分析	296
三、投资回报率比较高的投资方向	297
四、新进入者应注意的障碍因素	301
第四节 电子商务行业盈利模式分析	302
一、电子商务企业主要盈利模式	302
二、中国网络团购网站盈利模式分析	304
三、电子商务行业盈利因素分析	306
第五节 电子商务行业融资现状及前景	308
一、电子商务行业融资现状分析	308
二、B2B电子商务行业融资前景预测	314
第十一章 B2B电子商务项目总体评价及建议	318 (ZY GXH)
第一节 B2B电子商务行业研究结论及建议	318
一、整合并购将持续	318
二、政府监管将收紧	318
三、盈利拐点	319
四、精细化管理	319
五、技术驱动	319
六、电商“冲击”物流	320
七、移动电商加速	320
八、O2O突围	321

九、微电商创新活跃 321

十、营销模式创新深化 322

第二节 B2B电子商务子行业研究结论及建议 322

第三节 电子商务行业投资建议 323 (ZY GXH)

图表目录：

图表 1：B2B电子商务流程 1

图表 2：电子商务产业进入壁垒 2

图表 3：中国电子商务发展阶段 5

图表 4：B2B电子商务产业链组成 7

图表 5：B2B电子商务产业链各环节企业 8

图表 6：波特钻石理论模型 8

图表 7：中国电子商务产业链竞争结构钻石模型分析 9

图表 8：电子商务类法规 11

图表 9：网络购物类法规 12

图表 10：电子商务类政策 12

图表 11：B2B电子商务整个交易阶段 15

图表 12：2012-2016年中国网民规模及增长率 16

图表 13：2012-2016年中国电信主要通信能力统计 16

图表 14：2016年各省人均GDP与互联网普及率 17

图表 15：2012-2016年国内生产总值统计 17

图表 16：2012-2016年国内生产总值统计 18

图表 17：2012-2016年我国度城乡居民家庭人均收入统计 18

图表 18：2012-2016年全社会固定资产投资增长率 19

图表 19：2016年电子信息产业固定资产投资分行业完成情况 亿元 19

图表 20：2012-2016年韩国B2B电子商务交易额 29

图表 21：韩国网络交易各种支付方式交易构成比例 29

图表 22：韩国网络交易各种配送方式交易构成比例 30

图表 23：韩国电子商务市场商业模式存在的问题 30

图表 24：2012-2016年欧洲电子商务市场收入规模 33

图表 25：2012-2016年全球网络购物交易规模地区分析 34

图表 26：2012-2016年中国电子商务市场规模 35

图表 27：2016年B2B电子商务运营商市场份额 36

图表 28：2012-2016年中国B2B电子商务交易规模 37

图表 29：2012-2016年中国B2B电子商务运营商收费规模 37

图表 30：我国B2B网站的盈利模式 38

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/D04382SDLV.html>