

2021-2027年中国B2B电 子商务市场评估与发展前景报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国B2B电子商务市场评估与发展前景报告》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.cction.com/report/202107/227482.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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兴起于2000年前后，以信息交互为主，主要解决企业获取供求信息的途径和及时性问題，被称为B2B1.0模式。当时阿里巴巴、环球资源、慧聪集团、中国制造网、中国化工网等综合型和垂直型B2B平台大量兴起。之后随着信息服务已在较大程度上解决了信息不对称的问题，单纯的商机撮合服务效果逐渐下降，另外同质化问题使得B2B市场竞争激烈，逐步至2011年进入了相对低迷期。至2013年B2B运营模式初显变革。2014年，随着大数据、云计算、物联网等技术的不断应用以及经济周期特别是产业周期的变化，以交易服务、数据服务、物流服务等为主要功能的B2B2.0阶段来临，并于2015年开始进入了高速发展期。B2B1.0模式主要是信息黄页的功能，为企业间取得交易信息和商机对接的服务平台。B2B1.0并未涉及交易环节，主要价值在于信息交换的商机撮合关系。其盈利模式主要为会员费和广告费。

经营模式 业务模式 以信息交互为主，线上供需信息展示和商机发布撮合，线下供需对接和营销推广服务。
经营模式 业务模式 以信息交互为主，线上供需信息展示和商机发布撮合，线下供需对接和营销推广服务。
盈利模式 会员费、广告费、技术服务费等
平台类型 综合型 综合型平台提供跨行业和跨品类的供需信息服务，以横向发展为主。其优势是量大面广，容易形成规模，会员数量众多，易于推广；其劣势是服务相对表面，专业性不强，信息质量较差，同质化明显，客户粘性不够。代表企业：阿里巴巴、慧聪集团、中国制造网、国联资源网等
垂直型 垂直型平台专注于某一具体行业的供需信息服务，以纵向发展为主。其优势是服务相对深入，专业性强，信息质量较高，差异化明显，客户粘性较高；其劣势是行业单一，会员规模发展受限，进入门槛较高，专业人员成本较高，且容易受行业的周期影响。代表企业：我的钢铁网、中国化工网、维库电子网、全球五金网、环球塑化网、华强电子网、中国鞋网等
数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2021-2027年中国B2B电子商务市场评估与发展前景报告》共八章。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B2B电子商务相关概述

1.1B2B电子商务介绍

1.1.1电子商务的概念及分类

1.1.2B2B电子商务的定义

1.1.3B2B电子商务的常规流程

1.2B2B电子商务的基本模式

1.2.1垂直B2B模式

1.2.2综合B2B模式

1.2.3自建B2B模式

1.2.4关联行业B2B模式

1.3中国B2B电子商务的发展阶段

1.3.1培育阶段

1.3.2成长阶段

1.3.3发展阶段

1.3.4成熟阶段

第二章2015-2019年B2B电子商务行业面临的发展环境

2.1政策环境

2.1.1中国电子商务政策法规体系简述

2.1.2政府积极引导电子商务行业有序发展

2.1.3我国加强网络商品交易服务行为管理

2.1.4政府规范第三方电子商务交易平台发展

2.1.5我国电子商务行业“十三五”政策导向分析

2.2经济环境

2.2.12019年中国宏观经济运行状况

2.2.22019年中国国民经济运行情况

2.2.3我国积极推进经济结构转型升级

2.2.4中国宏观经济“十三五”发展形势分析

2.3社会环境

2.3.1中国互联网络发展状况

2.3.2我国网商队伍不断发展壮大

2.3.3社会信用体系建设已初见成效

2.4行业环境

2.4.1中国电子商务行业发展现状

2.4.2国内电子商务市场发展特征

2.4.3国内电子商务物流行业发展态势

2.4.4我国第三方支付市场特征及规模分析

第三章2015-2019年B2B电子商务行业发展分析

3.1国内外B2B电子商务的发展比较

3.1.1基础设施

3.1.2文化和社会差异

3.1.3企业政策

3.2中国B2B电子商务发展综述

3.2.1我国B2B电子商务行业发展简况

3.2.2中国B2B电子商务快速发展的原因

3.2.3我国B2B电子商务发展势头良好

3.2.4国内B2B企业发展模式不断创新

3.2.5我国B2B电子商务的SWOT分析

3.32015-2019年B2B电子商务市场的发展

3.3.12019年中小企业B2B电子商务市场规模

3.3.22019年中国B2B电子商务企业发展态势

3.3.32019年中国B2B电子商务市场稳健发展

3.3.42019年中国B2B电子商务市场发展形势

3.42015-2019年B2B电子商务行业竞争分析

3.4.1国内B2B市场的竞争格局

3.4.2B2B市场掀起新一轮洗牌

3.4.3我国B2B行业主要竞争手段分析

3.4.4B2B电子商务渠道竞争分析

3.5B2B电子商务发展中存在的问题

3.5.1B2B电子商务基础环境不完善

3.5.2中小企业对电子商务的认知尚浅

- 3.5.3中小企业电子商务人才的缺乏
- 3.5.4B2B电子商务平台的风险控制亟需加强
- 3.6促进B2B电子商务发展的的对策措施
 - 3.6.1发展中国B2B电子商务行业的策略
 - 3.6.2实现B2B电子商务良性发展的对策
 - 3.6.3企业开展B2B电子商务的措施建议
 - 3.6.4中小企业开展B2B电子商务的模式分析

第四章2015-2019年B2B电子商务平台发展分析

- 4.12015-2019年中国B2B电子商务平台发展现状
 - 4.1.1中国B2B服务平台持续快速发展
 - 4.1.2国内B2B电子商务平台发展格局生变
 - 4.1.3我国B2B平台价值服务回归特征渐显
 - 4.1.4不同类型B2B电子商务平台发展状况
 - 4.1.5国内B2B平台主要经营模式介绍
- 4.22015-2019年垂直类B2B电子商务平台的发展
 - 4.2.1垂直类B2B电子商务网站的专业性
 - 4.2.2垂直类B2B电子商务平台发展综述
 - 4.2.3发展垂直类B2B电子商务平台的措施
 - 4.2.4垂直类B2B电子商务平台的发展潜力
- 4.3B2B电子商务平台的盈利模式
 - 4.3.1B2B网站的盈利模式简析
 - 4.3.2B2B网站盈利模式的创新
 - 4.3.3主要B2B网站盈利模式及其特点
- 4.4B2B电子商务平台服务质量分析
 - 4.4.1电子商务平台服务质量概述
 - 4.4.2B2B电子商务平台服务质量要素
 - 4.4.3B2B电子商务平台服务质量评价模型
- 4.5B2B平台存在的问题及对策建议
 - 4.5.1制约B2B电子商务平台发展的因素
 - 4.5.2B2B电子商务网站运营存在的误区
 - 4.5.3促进B2B电子商务平台发展的措施

4.5.4国内B2B电子商务平台的运营策略

第五章2015-2019年B2B电子商务行业关键因素分析

5.1B2B电商物流

5.1.1我国B2B电商第三方物流发展简况

5.1.2我国B2B电商第四方物流发展综述

5.1.3B2B电商物流配送体系亟待健全

5.1.4B2B电商物流管理模式的创新

5.2B2B电子支付

5.2.1中国B2B电子支付发展概况

5.2.2第三方支付介入B2B市场

5.2.3发展B2B电子支付面临的挑战

5.2.4促进B2B电子支付发展的策略

5.3B2B网络融资

5.3.1B2B网络融资的发展阶段

5.3.2B2B电商巨头纷纷涉足网络融资

5.3.3B2B企业网络融资服务规模分析

5.4B2B电子商务的信用管理

5.4.1我国电子商务的信用现状

5.4.2国内B2B电子商务的诚信困局

5.4.3改善B2B电子商务信用环境的意义

5.4.4第三方信用机制将助力B2B健康发展

第六章2015-2019年B2B电子商务在不同行业的应用

6.1医药B2B电子商务

6.1.1我国B2B医药电子商务的主要类型

6.1.2我国B2B医药电子商务的商业模式

6.1.3药企进入医药B2B领域的机遇及风险

6.1.4我国积极探索医药流通B2B平台发展模式

6.2工业品B2B电子商务

6.2.1新型工业品B2B平台发展迅猛

6.2.2工业品B2B电子商务市场竞争激烈

- 6.2.3我国工业品B2B平台面临洗牌
- 6.2.4工业品B2B电子商务的营销特点
- 6.3服装B2电子商务
 - 6.3.1电子商务在服装企业中的应用
 - 6.3.2国内服装B2B市场集中度提高
 - 6.3.3中小服装企业发展B2B的对策措施
- 6.4食品饮料B2B电子商务
 - 6.4.1食品饮料行业的特点
 - 6.4.2我国食品行业电子商务价值链分析
 - 6.4.3国内食品饮料B2B市场发展势头良好

第七章 B2B电子商务行业重点企业运营状况

- 7.1环球资源
 - 7.1.1公司简介
 - 7.1.2环球资源经营状况
- 7.2阿里巴巴
 - 7.2.1公司简介
 - 7.2.2阿里巴巴经营状况
 - 7.2.3阿里巴巴战略动向
- 7.3慧聪网有限公司
 - 7.3.1公司简介
 - 7.3.2慧聪网经营状况分析
- 7.4焦点科技股份有限公司
 - 7.4.1公司简介
 - 7.4.2焦点科技经营状况分析
- 7.5浙江网盛生意宝股份有限公司
 - 7.5.1公司简介
 - 7.5.2生意宝经营状况分析
- 7.6上海钢联电子商务股份有限公司
 - 7.6.1公司简介
 - 7.6.2上海钢联经营状况分析
- 7.7其他B2B电子商务企业

7.7.1金银岛（北京）网络科技股份有限公司

7.7.2北京铭万智达科技有限公司

7.7.3敦煌网

第八章B2B电子商务行业发展前景及趋势分析

8.1中国B2B电子商务行业前景展望

8.1.1B2B电子商务市场发展潜力巨大

8.1.2中国B2B电子商务行业将持续增长

8.1.3我国B2B商业搜索市场发展前景乐观

8.1.42021-2027年中国B2B电子商务市场预测分析

8.2B2B电子商务未来发展趋势

8.2.1中国B2B电子商务市场发展趋势

8.2.2B2B电子商务将向纵深化方向发展

8.2.3提升服务将成B2B电子商务发展重点

部分图表目录：

图表2015-2019年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表2015-2019年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表2015-2019年固定资产投资（不含农户）增速（累计同比）

图表2015-2019年房地产开发投资增速（累计同比）

图表2015-2019年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）

图表2015-2019年居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表2015-2019年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

图表2015-2019年城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比）

图表2015-2019年农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）

图表网商发展指数前10名得分表

图表网商发展三个梯队的全国分布

图表2009-2019年中国主要中小企业B2B电子商务交易规模情况

图表2019年中国主要B2B电子商务运营商营收规模市场份额

图表2015-2019年中国B2B电子商务市场营收规模增长情况

图表2019年中国主要B2B电子商务运营商营收份额情况

图表2015-2019年中国B2B电子商务市场营收规模增长情况

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202107/227482.html>