

2022-2028年中国电商B2B市场评估与投资方向研究报告

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

《2022-2028年中国电商B2B市场评估与投资方向研究报告》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/202204/286246.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电子商务是电子商务按交易对象分类的一种模式。它指的是通过因特网、外联网、内联网或者私有网络，以电子化方式在企业间进行的交易。这种交易可能是在企业及其供应链成员间进行的，也可能是在企业和任何其他企业间进行的。这里的企业可以指代任何组织，包括私人的或者公共的，营利性的或者非营利性的。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。B2B商务模式

1

面向制造业或面向商业的垂直。

B2B垂直B2B可以分为两个方向，即上游和下游。生产商或商业零售商可以与上游的供应商之间的形成供货关系。生产商与下游的经销商可以形成销货关系。

2

面向中间交易市场的B2B。

这种交易模式是水平B2B，它是将各个行业中相近的交易过程集中到一个场所，为企业的采购方和供应方提供了一个交易的机会。B2B只是企业实现电子商务的一个开始，它的应用将会得到不断发展和完善，并适应所有行业的企业的需要。 中企顾问网发布的《2022-2028年中国电商B2B市场评估与投资方向研究报告》共八章。首先介绍了中国电商B2B行业市场发展环境、电商B2B整体运行态势等，接着分析了中国电商B2B行业市场运行的现状，然后介绍了电商B2B市场竞争格局。随后，报告对电商B2B做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国电商B2B行业发展趋势与投资预测。您若想对电商B2B产业有个系统的了解或者想投资中国电商B2B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电子商务概述

第一节B2B电子商务的概念

第二节b2b电子商务的特点

第三节b2b网站的交易流程

第四节b2b电子商务系统分析

第二章电商行业b2b运作环境分析

第一节中国电子商务规模分析

一、电子商务交易规模分析

网购规模增速走势2016年电商件占比达到72%，近10年CAGR≈60%，同期非电商快递CAGR≈29%。中性预期下，未来5年我国电商快递件量有望翻倍。未来5年我国电商件数量有望翻倍（亿件）

二、电子商务市场结构分析

1、电子商务市场结构

2、电子商务区域结构

三、电子商务从业人员规模

四、电子商务相关融合产业

第二节电子商务运作环境分析

一、b2b电子商务运作微观环境

二、b2b电子商务运作宏观环境

三、b2b电子商务运作企业环境

第三节中国企业电子商务应用环境

一、中小企业数量及发展规模

二、电子商务企业应用情况分析

三、企业电子商务交易规模分析

四、企业b2b电商交易规模分析

第四节电商企业b2b电子商务网络环境

一、网民基本情况分析

1、总体网民规模分析

2、分省网民规模分析

3、手机网民规模分析

4、网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

1、信息获取情况分析

2、商务交易发展情况

3、网络金融类应用分析

4、网络娱乐应用分析

第三章电商所属行业市场规模与电商空间预测

第一节电商市场发展现状分析

一、电商行业产业政策分析

二、电商行业发展现状分析

三、电商行业市场规模分析

四、电商行业重点企业分析

五、电商行业市场竞争格局

第二节电商所属行业发展前景预测分析

一、影响行业发展有利因素

二、影响行业发展不利因素

三、电商市场前景预测分析

第三节电商所属行业市场规模与渗透率

一、电商总体开展情况

二、电商渠道渗透率分析

第四节电商所属行业未来前景及趋势预测

一、电商行业市场空间测算

二、电商市场规模预测分析

三、电商发展趋势预测分析

第四章电商行业电子商务b2b模式分析

第一节电子商务b2b市场概况

第二节电子商务b2b盈利模式

第三节电子商务b2b运营模式

第四节电子商务b2b的供应链

第五章电商企业b2b电子商务开展条件及障碍

第一节电商企业的b2b电子商务开展条件分析

一、企业发展b2b电商的外部环境

二、企业发展b2b电商的内部条件

三、企业发展b2b电商的机遇分析

四、企业发展b2b电商的挑战分析

第二节电商企业开展b2b电子商务业务流程环节65

一、企业内转型

二、供应链集成

三、增值网集成

四、战略性转变

第三节电商企业开展b2b电子商务遇到的障碍

一、存在的问题

1、企业信息化建设较为落后

2、缺乏专业的信息技术人才

3、物流体系尚不完善

二、促进电子商务发展的对策

1、加强对基础设施的完善

2、优化电子商务网络运行环境

3、加强物流体系的建设和管理

4、加强计算机专业人才与营销专业的融合

第六章电商企业b2b电商战略体系构建及平台选择

第一节电商企业转型电商构建分析

一、电商企业b2b电商关键环节分析

1、产品采购与组织

2、电商网站建设

3、网站品牌建设及营销

4、服务及物流配送体系

5、网站增值服务

二、电商企业b2b电商网站构建

1、网站域名申请

2、网站运行模式

3、网站开发规划

4、网站需求规划

第二节电商企业b2b电子商务运行模式选择

一、模式一：企业b2b网站

二、模式二：综合型b2b市场

三、模式三：垂直型b2b市场

四、模式四：交易型b2b市场

第三节电商企业转型电商平台选择分析

一、电商企业b2b电商建设模式

二、自建商城网店平台

1、自建商城概况分析

2、自建商城优势分析

三、借助第三方网购平台

1、电商平台的优劣势

2、电商平台盈利模式

四、电商服务外包模式分析

1、电商服务外包的优势

2、电商服务外包可行性

3、电商服务外包前景

第四节企业电商平台选择策略

第七章电商行业b2b网站平台及企业入驻选择

第一节上海钢联电子商务股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节卓尔智联集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节冠福控股股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节慧聪集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节北京国联视讯信息技术股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节b2b电商企业排名

一、主要从事b2b电商企业

二、b2b食品电商市场现状

第八章电商企业进入b2b领域市场策略分析（）

第一节电商企业电子商务市场投资要素

一、企业自身发展阶段的认知分析

二、企业开展电子商务目标的确定

三、企业电子商务发展的认知确定

四、企业转型电子商务的困境分析

第二节电商企业转型b2b电商物流策略分析

一、电商企业电商自建物流分析

1、电商自建物流的优势分析

2、电商自建物流的负面影响（）

二、电商企业电商外包物流分析

第三节电商企业b2b电商市场前景及策略分析

一、电商企业b2b电商前景分析

二、电商企业b2b电商策略分析

图表目录

图表：b2b电子商务交易流程

图表：2015-2019年中国电子商务交易总额

图表：2015-2019年中国网络零售交易总额

图表：2015-2019年中国跨进光电子商务零售进出口额

图表：2015-2019年中国电子商务市场结构

图表：2015-2019年各省市电子商务发展指数

图表：2015-2019年中国电子商务就业规模

图表：非银行机构发生的网络支付金额

图表：全国快递服务企业业务量

图表：2015-2019年国内企业数量

图表：中国电子商务b2b市场交易规模

图表：2015-2019年我国网民数

图表：中国内地分省网民规模及互联网普及率

图表：2015-2019年我国手机网民数

图表：网民性别结构

图表：网民年龄结构

图表：网民学历结构

图表：2015-2019年即时通信/手机即时通信用户规模及使用率

图表：2015-2019年搜索/手机搜索用户规模及使用率

图表：2015-2019年网络新闻/手机收集网络新闻用户规模及使用率

图表：典型社交应用使用率

图表：2015-2019年网络购物/手机收集网络购物用户规模及使用率

图表：2015-2019年网上外卖/手机网上外卖购物用户规模及使用率

图表：2015-2019年在线旅行预订/手机在线旅行预订用户规模及使用率

图表：2015-2019年互联网理财用户规模及使用率

图表：2015-2019年网络支付/手机网络支付用户规模及使用率

图表：2015-2019年网络音乐/手机网络音乐用户规模及使用率

图表：2015-2019年网络文学/手机网络文学用户规模及使用率

图表：2015-2019年网络游戏/手机网络游戏用户规模及使用率

图表：2015-2019年网络视频/手机网络视频用户规模及使用率

图表：2015-2019年网络直播使用率

图表：电子商务相关的主要法律法规和政策

图表：电子商务交易总额

图表：电商服务市场的付费渗透率

图表：中国电子商务交易总额预测（单位：万亿元）

图表：中国b2b电子商务市场发展阶段

图表：b2b1.0模式

图表：b2b2.0模式

图表：2015-2019年上半年企业主营构成

图表：上海钢联电子商务股份有限公司营业收入

图表：卓尔智联集团有限公司营收分析

图表：2015-2019年冠福控股股份有限公司主营业务构成

图表：冠福控股股份有限公司营收分析

图表：2015-2019年慧聪集团有限公司各业务收入

图表：慧聪集团业务分布

图表：北京国联视讯信息技术股份有限公司主营业务

图表：北京国联视讯信息技术股份有限公司资产负债表（单位：万元）

图表：北京国联视讯信息技术股份有限公司财务指标

图表：北京国联视讯信息技术股份有限公司利润表（单位：万元）

图表：主要b2b企业营收情况

图表：中国b2b电商市场营收规模

图表：2015-2019年中国b2b电商平台市场份额（按净额确认营收的方法）

图表：2015-2019年中国食品（农产品）交易top5排名

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/286246.html>