

2018年中国B2B电子商务行业分析报告- 市场运营态势与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国B2B电子商务行业分析报告-市场运营态势与投资前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/331761331761.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

政策环境：围绕“互联网+”、供给侧改革、“一带一路”推出的相关政策，为B2B电商市场提供发展空间

供给侧改革，意味着消费在国民经济中所占的比重将越来越高，从而催生产业链下游消费环节向上传导，成为B2B电商发展的契机。供给侧改革，着力点在于供给端提效，更多的传统企业将借力电商渠道实现产业升级。

图：中国B2B电子商务政策环境

“互联网+”行动持续深入，B2B电商市场向细分领域发力，农业和跨境成为重点领域。“互联网+流通”和金融服务领域的政策法规出台，使得电商B2B市场配套设施得到提升。“一带一路”战略推进下，为跨境B2B电商企业开拓新市场营造良好的国际环境

图：政策要点

图：2005-2016年中国GDP规模及增长率

图：2015-2016年中国CPI&PPI指数变化趋势

2016年，中国GDP增长6.7%，宏观经济稳定在合理区间。全国居民消费价格指数（CPI）走势平稳，工业生产者出厂价格指数（PPI）同比增速转正，我国经济呈现实体经济回暖、内需趋稳的发展态势。

从产业链看，国内规模以上企业营业状况回升，行业集中在钢铁、化工和等中上游行业，深化供给侧结构性改革作用明显。传统企业积极在生产、流通、制造等各供应链环节进行改革创新，协同效率得到提高，同时也大大促进电子商务B2B业务在各垂直领域的兴起。

社会环境：日渐成熟的互联网消费环境和企业信息化的普及推进互联网消费环节向产业链上游传导

中国网民规模增幅持续收窄，网购网民随着人口红利耗尽亦迅速步入平稳增长期，更大的市场机会转向互联网对传统产业的再造。截至2016年12月，我国网民规模达7.31亿，互联网普及率达到53.2%。互联网环境重新塑造了消费者的消费方式，并影响着上游制造企业的变革。截至2016年12月，我国网络购物用户规模达到4.67亿，占网民比例为63.8%。网上支付、网络购物等互联网个人消费习惯的形成，奠定了企业互联网服务的基础。

企业信息化全面普及，为企业电子商务B2B的推进奠定了坚实的基础。2016年我国中小企业计算机和互联网使用情况占比持续攀升，分别达到99%和95.6%。企业在线开展销售和采购数量有所提升，但占比不足一半，企业互联网转型道路漫长。

无论是从地域分布、行业布局还是企业规模看，发展水平不均衡，通过信息化实现产业链上下游企业间业务协同的企业总量和协同水平均较低。

图：2011-2016企业计算机使用情况

图：2009-2016中国网民互联网使用情况

技术环境：云计算、大数据、物联网和移动终端技术的应用提升B2B电商企业运营效

图：B2B电商应用领域

图：技术在B2B电商中实际应用

观研天下发布的《2018年中国B2B电子商务行业分析报告-

市场运营态势与投资前景研究

》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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B2B电子商务交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、B2B电子商务T分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国B2B电子商务行业发展概述

第一节 B2B电子商务行业发展情况概述

一、B2B电子商务行业相关定义

二、B2B电子商务行业基本情况介绍

三、B2B电子商务行业发展特点分析

第二节 中国B2B电子商务行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、B2B电子商务行业产业链条分析

三、中国B2B电子商务行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国B2B电子商务行业生命周期分析

一、B2B电子商务行业生命周期理论概述

二、B2B电子商务行业所属的生命周期分析

第四节 B2B电子商务行业经济指标分析

一、B2B电子商务行业的赢利性分析

二、B2B电子商务行业的经济周期分析

三、B2B电子商务行业附加值的提升空间分析

第五节 中国B2B电子商务行业进入壁垒分析

一、B2B电子商务行业资金壁垒分析

二、B2B电子商务行业技术壁垒分析

三、B2B电子商务行业人才壁垒分析

四、B2B电子商务行业品牌壁垒分析

五、B2B电子商务行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球B2B电子商务行业市场发展现状分析

第一节 全球B2B电子商务行业发展历程回顾

第二节 全球B2B电子商务行业市场区域分布情况

第三节 亚洲B2B电子商务行业地区市场分析

一、亚洲B2B电子商务行业市场现状分析

二、亚洲B2B电子商务行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲B2B电子商务行业市场前景分析

第四节 北美B2B电子商务行业地区市场分析

一、北美B2B电子商务行业市场现状分析

二、北美B2B电子商务行业市场规模与市场需求分析

三、北美B2B电子商务行业市场前景分析

第五节 欧盟B2B电子商务行业地区市场分析

一、欧盟B2B电子商务行业市场现状分析

二、欧盟B2B电子商务行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟B2B电子商务行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界B2B电子商务行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球B2B电子商务行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国B2B电子商务产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国B2B电子商务行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国B2B电子商务产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、B2B电子商务环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国B2B电子商务行业运行情况

第一节 中国B2B电子商务行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国B2B电子商务行业市场规模分析

第三节 中国B2B电子商务行业供应情况分析

第四节 中国B2B电子商务行业需求情况分析

第五节 中国B2B电子商务行业供需平衡分析

第六节 中国B2B电子商务行业发展趋势分析

第五章 中国B2B电子商务所属行业运行数据监测

第一节 中国B2B电子商务所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国B2B电子商务所属行业产销与费用分析

- 一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国B2B电子商务所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2015-2017年中国B2B电子商务市场格局分析

第一节 中国B2B电子商务行业竞争现状分析

一、中国B2B电子商务行业竞争情况分析

二、中国B2B电子商务行业主要品牌分析

第二节 中国B2B电子商务行业集中度分析

一、中国B2B电子商务行业市场集中度分析

二、中国B2B电子商务行业企业集中度分析

第三节 中国B2B电子商务行业存在的问题

第四节 中国B2B电子商务行业解决问题的策略分析

第五节 中国B2B电子商务行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2015-2017年中国B2B电子商务行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国B2B电子商务行业消费特点

第二节 中国B2B电子商务行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 B2B电子商务行业成本分析

第三节 B2B电子商务行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第四节 中国B2B电子商务行业价格现状分析

第五节 中国B2B电子商务行业平均价格走势预测

一、中国B2B电子商务行业价格影响因素

二、中国B2B电子商务行业平均价格走势预测

三、中国B2B电子商务行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国B2B电子商务行业区域市场现状分析

第一节 中国B2B电子商务行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区B2B电子商务市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区B2B电子商务市场规模分析

四、华东地区B2B电子商务市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区B2B电子商务市场规模分析

四、华中地区B2B电子商务市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区B2B电子商务市场规模分析

第九章 2015-2017年中国B2B电子商务行业竞争情况

第一节 中国B2B电子商务行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国B2B电子商务行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国B2B电子商务行业竞争环境分析（B2B电子商务T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 B2B电子商务行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国B2B电子商务行业发展前景分析与预测

第一节 中国B2B电子商务行业未来发展前景分析

一、B2B电子商务行业国内投资环境分析

二、中国B2B电子商务行业市场机会分析

三、中国B2B电子商务行业投资增速预测

第二节中国B2B电子商务行业未来发展趋势预测

第三节中国B2B电子商务行业市场发展预测

一、中国B2B电子商务行业市场规模预测

二、中国B2B电子商务行业市场规模增速预测

三、中国B2B电子商务行业产值规模预测

四、中国B2B电子商务行业产值增速预测

五、中国B2B电子商务行业供需情况预测

第四节中国B2B电子商务行业盈利走势预测

一、中国B2B电子商务行业毛利润同比增速预测

二、中国B2B电子商务行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国B2B电子商务行业投资风险与营销分析

第一节 B2B电子商务行业投资风险分析

一、B2B电子商务行业政策风险分析

二、B2B电子商务行业技术风险分析

三、B2B电子商务行业竞争风险分析

四、B2B电子商务行业其他风险分析

第二节 B2B电子商务行业企业经营发展分析及建议

一、B2B电子商务行业经营模式

二、B2B电子商务行业销售模式

三、B2B电子商务行业创新方向

第三节 B2B电子商务行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国B2B电子商务行业发展策略及投资建议

第一节 中国B2B电子商务行业品牌战略分析

一、B2B电子商务企业品牌的重要性

二、B2B电子商务企业实施品牌战略的意义

三、B2B电子商务企业品牌的现状分析

四、B2B电子商务企业的品牌战略

五、B2B电子商务品牌战略管理的策略

第二节中国B2B电子商务行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国B2B电子商务行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国B2B电子商务行业发展策略及投资建议

第一节中国B2B电子商务行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国B2B电子商务行业定价策略分析

第二节中国B2B电子商务行业营销渠道策略

- 一、B2B电子商务行业渠道选择策略
- 二、B2B电子商务行业营销策略

第三节中国B2B电子商务行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国B2B电子商务行业重点投资区域分析
- 二、中国B2B电子商务行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/331761331761.html>