

2017-2022年中国B2B电子商务市场竞争态势及市场竞争态势报告

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《2017-2022年中国B2B电子商务市场竞争态势及市场竞争态势报告》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/283395283395.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

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%。

2014-2016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

2010-2017跨境出口B2B电商交易规模增速

中国报告网发布的《2017-2022年中国B2B电子商务市场竞争态势及市场竞争态势报告》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。

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。

第一章 2016年中国B2B电子商务行业概述

第一节 B2B电子商务的概念

一、B2B概念

二、B2B三要素

三、成本构成

第二节 B2B的商业模式

一、垂直模式

二、综合模式

三、自建模式

四、关联模式

第三节 B2B的发展阶段分析

- 一、发展现状
- 二、存在的问题
- 三、发展趋势

第二章 2014-2016年B2B电子商务行业国际概况

第一节 2014-2016年世界B2B电子商务产业发展综述

- 一、世界B2B电子商务产业运行特点分析
- 二、世界B2B电子商务平台分析
- 三、世界B2B电子商务竞争格局分析

第二节 2014-2016年国内外B2B电子商务现状与差异

- 一、基础设施
- 二、文化和社会差异
- 三、企业政策
- 四、中国B2B电子商务发展前景展望

第三节 2017-2022年全球B2B电子商务发展趋势

- 一、B2B电子商务交易平台凸显行业特性
- 二、行业B2B联盟迅速发展
- 三、B2B网站市场前景看好
- 四、继续完善产品交易规则
- 五、交易配套服务将趋于更加完善
- 六、开展差异化竞争
- 七、从信息提供向服务提供平台转变

第三章 2014-2016年中国B2B电子商务市场深度分析

第一节 2014-2016年中国B2B电子商务市场的发展

- 一、2016年中国B2B电子商务市场行业特征
- 二、2016年B2B电子商务将进入黄金发展时期
- 三、2016年中国电子商务市场猜想
- 四、2016年B2B电子商务网络营销发展状况

第二节 2014-2016年中国B2B电子商务市场运行分析

- 一、B2B电子商务市场由"大而全"向"深而精"
- 二、我国B2B电子商务企业数量已突破万家
- 三、2016年B2B电子商务五大销售趋势

第三节 中国的B2B电子商务市场交易规模

- 一、B2B市场交易规模
- 二、B2B企业数量规模

三、B2B电子商务营收规模

第四章 2014-2016年中国电子商务市场竞争分析

第一节 电子商务的应用模式

- 一、企业内部商务模式
- 二、企业与消费者间商务模式
- 三、企业间电子商务模式
- 四、税收电子化商务模式
- 五、政府采购电子化商务模式

第二节 电子商务的竞争优势

- 一、电子商务能提高商务活动的效率
- 二、电子商务能提高工作质量，扩大市场
- 三、电子商务可降低成本，有利于提高企业利润
- 四、提供新的商业模式和商业机会

第三节 电子商务对企业的要求

- 一、构建电子商务环境，适应电子商务的发展
- 二、企业必须规范业务流程，以适应电子商务的发展
- 三、构建电子商务环境下的会计理论和会计实务
- 四、加强培养电子商务人才

第五章 2014-2016年中国电子商务其他经营模式运行态势分析

第一节 B2C（企业对消费者）

- 一、B2C模式概述
- 二、中国B2C电子商务市场分析
- 三、中国B2C电子商务盈利模式
- 四、中国B2C电子商务目标市场
- 五、中国B2C电子商务采购特征
- 六、中国B2C电子商务物流特征
- 七、中国B2C电子商务成本分析
- 八、中国B2C电子商务存在的问题及对策

第二节 C2C（消费者对消费者）

- 一、C2C网站现有盈利模式
- 二、中国C2C电子商务市场分析
- 三、中国C2C电子商务盈利模式
- 四、中国C2C电子商务目标客户
- 五、中国C2C电子商务购物流程
- 六、中国C2C电子商务物流特征

七、中国C2C电子商务成本分析

八、中国C2C电子商务存在的问题及对策

第三节 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

第四节 其他电子商务模式

一、B2G电子商务模式

二、C2G电子商务模式

三、B2M电子商务模式

四、M2C电子商务模式

五、O2O电子商务模式

六、社交电子商务模式

第六章中国重点电子商务企业竞争力分析

第一节 环球资源

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二节 亚马逊公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 阿里巴巴

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 中国制造网

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 浙江网盛生意宝股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第六节 慧聪国际

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第七章 2014-2016年中国电子商务在不同行业的应用走势分析

第一节 农业电子商务

一、农业电子商务主要运行模式分析

二、中国农业电子商务的应用与发展分析

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

第二节 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

第三节 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分析

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

第四节 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分析
- 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

第五节 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

第六节 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

第八章 2017-2022年B2B电子商务行业投资经济及政策环境

第一节 电子商务行业政治法律环境

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

第二节 行业经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、恩格尔系数
- 三、对外贸易&进出口
- 四、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析

- 一、社会环境对行业的影响
- 三、电子商务产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析

- 一、电子商务技术分析

二、电子商务技术发展水平

三、B2B电子商务技术分析

第九章 2017-2022年中国B2B电子商务市场前景及供需预测

第一节 2017-2022年B2B电子商务市场前景预测

一、2017-2022年电子商务市场发展潜力

二、2017-2022年电子商务市场发展前景展望

三、2017-2022年B2B电子商务行业发展前景分析

第二节 2017-2022年B2B电子商务市场发展趋势预测

一、2017-2022年B2B电子商务行业发展趋势

二、2017-2022年电子商务市场规模预测

三、2017-2022年电子商务行业应用趋势预测

四、2017-2022年细分市场发展趋势预测

第十章 2017-2022年B2B电子商务投资战略研究

第一节 B2B电子商务行业投资特性分析

一、电子商务行业进入壁垒分析

二、电子商务行业盈利因素分析

三、电子商务行业盈利模式分析

第二节 2017-2022年B2B电子商务行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 2017-2022年B2B电子商务行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

四、新进入者应注意的障碍因素

第四节 电子商务行业盈利模式分析

一、电子商务企业主要盈利模式

二、中国网络团购网站盈利模式分析

三、电子商务行业盈利因素分析

第五节 电子商务行业融资现状及前景

一、电子商务行业融资现状分析

二、B2B电子商务行业融资前景预测

第十一章 B2B电子商务项目总体评价及建议

第一节 B2B电子商务行业研究结论及建议

一、整合并购将持续

二、政府监管将收紧

三、盈利拐点

四、精细化管理

五、技术驱动

六、电商"冲击"物流

七、移动电商加速

八、O2O突围

九、微电商创新活跃

十、营销模式创新深化

第二节 B2B电子商务子行业研究结论及建议

第三节 电子商务行业投资建议

图表目录：

图表 1：B2B电子商务流程

图表 2：电子商务产业进入壁垒

图表 3：中国电子商务发展阶段

图表 4：B2B电子商务产业链组成

图表 5：B2B电子商务产业链各环节企业

图表 6：波特钻石理论模型

图表 7：中国电子商务产业链竞争结构钻石模型分析

图表 8：电子商务类法规

图表 9：网络购物类法规

图表 10：电子商务类政策

图表 11：B2B电子商务整个交易阶段

图表 12：中国网民规模及增长率

图表 13：中国电信主要通信能力统计

图表 14：2016年各省人均GDP与互联网普及率

图表 15：国内生产总值统计

图表 16：国内生产总值统计

图表 17：我国度城乡居民家庭人均收入统计

图表 18：全社会固定资产投资增长率

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

图表 20：韩国B2B电子商务交易额

(GYZX)

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行

年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/283395283395.html>