

2022-2028年中国B2B电 子商务市场深度分析与未来前景预测报告

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B2B电子商务市场深度分析与未来前景预测报告》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.cction.com/report/202203/274400.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。

B2B2.0模式是以在线交易为主，通过人工撮合与互联网技术的有机结合，将信息流、订单流、物流、资金流通过B2B平台整合实现。随着B2B电子商务的高速发展，其内涵已从在线交易扩展到物流配送、供应链管理、线上线下融合、SaaS服务等范畴。其盈利模式主要是交易服务费、自营交易差价、物流服务等。经营模式 撮合交易、自营交易、SaaS服务、电商物流等 盈利模式 交易服务费、自营交易差价等 平台类型 综合型 综合型B2B企业，因其量大面广，对行业上下游不够深入，服务相对表层，因此较难直接达成交易，一般以搜索、撮合和供应链服务为主。代表企业：阿里巴巴的1688和一达通、焦点科技、金银岛、敦煌网、一呼百应、马可波罗等 垂直型 垂直型B2B平台更加深入行业，对行业上下游和产业链条更加熟悉，理解行业痛点，熟知行业资源环节和流程管控，因此在降低交易成本和提高交易效率方面更有优势，是B2B高速发展的主要推动力量。代表企业：上海钢联的钢银电商、找钢网、科通芯城、慧聪集团的买化塑、国联股份的涂多多、中农网、中商惠民、美菜等 数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国B2B电子商务市场深度分析与未来前景预测报告》共十四章。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电子商务行业发展综述

1.1B2B电子商务行业定义及分类

1.1.1行业定义

1.1.2行业主要产品分类

1.1.3行业主要商业模式

1.2B2B电子商务行业特征分析

1.2.1产业链分析

1.2.2B2B电子商务行业在国民经济中的地位

1.2.3B2B电子商务行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) B2B电子商务行业生命周期

1.3最近3-5年中国B2B电子商务行业经济指标分析

1.3.1赢利性

1.3.2成长速度

1.3.3附加值的提升空间

1.3.4进入壁垒 / 退出机制

1.3.5风险性

1.3.6行业周期

1.3.7竞争激烈程度指标

1.3.8行业及其主要子行业成熟度分析

第二章B2B电子商务行业运行环境分析

2.1B2B电子商务行业政治法律环境分析

2.1.1行业管理体制分析

2.1.2行业主要法律法规

2.1.3行业相关发展规划

2.2B2B电子商务行业经济环境分析

2.2.1国际宏观经济形势分析

2.2.2国内宏观经济形势分析

2.2.3产业宏观经济环境分析

2.3B2B电子商务行业社会环境分析

2.3.1B2B电子商务产业社会环境

2.3.2社会环境对行业的影响

2.3.3B2B电子商务产业发展对社会发展的影响

2.4B2B电子商务行业技术环境分析

2.4.1B2B电子商务技术分析

2.4.2B2B电子商务技术发展水平

2.4.3行业主要技术发展趋势

第三章我国B2B电子商务所属行业运行分析

3.1我国B2B电子商务行业发展状况分析

3.1.1我国B2B电子商务行业发展阶段

3.1.2我国B2B电子商务行业发展总体概况

3.1.3我国B2B电子商务行业发展特点分析

3.22015-2019年B2B电子商务行业发展现状中国电子商务交易规模持续扩大，稳居全球网络零售市场首位，跨境电子商务再上新台阶。2019年全国电子商务交易额为34.81万亿元，比上年增长6.7%。其中商品、服务类电商交易额33.76万亿元，增长6.6%；合约类电商交易额1.05万亿元，增长10.1%。2012-2019年中国电子商务交易总额数据来源：公开资料整理

3.2.12015-2019年我国B2B电子商务行业市场规模

3.2.22015-2019年我国B2B电子商务行业发展分析

3.2.32015-2019年中国B2B电子商务企业发展分析

3.3区域市场分析

3.3.1区域市场分布总体情况

3.3.22015-2019年重点省市市场分析

3.4B2B电子商务细分产品/服务市场分析

3.4.1细分产品/服务特色

3.4.22015-2019年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3重点细分产品/服务市场前景预测

3.5B2B电子商务产品/服务价格分析

3.5.12015-2019年B2B电子商务价格走势

3.5.2影响B2B电子商务价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.5.3 2022-2028年B2B电子商务产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要B2B电子商务企业价位及价格策略

第四章我国B2B电子商务所属行业整体运行指标分析

4.1 2015-2019年中国B2B电子商务所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 所属行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2015-2019年中国B2B电子商务所属行业产销情况分析

4.2.1 我国B2B电子商务所属行业工业总产值

4.2.2 我国B2B电子商务所属行业工业销售产值

4.2.3 我国B2B电子商务所属行业产销率

4.3 2015-2019年中国B2B电子商务所属行业财务指标总体分析

4.3.1 所属行业盈利能力分析

4.3.2 所属行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章我国B2B电子商务行业供需形势分析

5.1 B2B电子商务行业供给分析

5.1.1 2015-2019年B2B电子商务行业供给分析

5.1.2 2022-2028年B2B电子商务行业供给变化趋势

5.1.3 B2B电子商务行业区域供给分析

5.2 2015-2019年我国B2B电子商务行业需求情况

5.2.1 B2B电子商务行业需求市场

5.2.2 B2B电子商务行业客户结构

5.2.3 B2B电子商务行业需求的地区差异

5.3 B2B电子商务市场应用及需求预测

5.3.1 B2B电子商务应用市场总体需求分析

(1) B2B电子商务应用市场需求特征

(2) B2B电子商务应用市场需求总规模

5.3.2 2022-2028年B2B电子商务行业领域需求量预测

(1) 2022-2028年B2B电子商务行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2022-2028年B2B电子商务行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业B2B电子商务产品/服务需求分析预测

第六章B2B电子商务行业产业结构分析

6.1 B2B电子商务产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析(所有制结构)

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国B2B电子商务行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 产业结构调整方向分析

第七章我国B2B电子商务行业产业链分析

7.1 B2B电子商务行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 B2B电子商务上游行业分析

7.2.1 B2B电子商务产品成本构成

7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状

7.2.3 2022-2028年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对B2B电子商务行业的影响

7.3 B2B电子商务下游行业分析

7.3.1B2B电子商务下游行业分布

7.3.22015-2019年下游行业发展现状

7.3.32022-2028年下游行业发展趋势

7.3.4下游需求对B2B电子商务行业的影响

第八章我国B2B电子商务行业渠道分析及策略

8.1B2B电子商务行业渠道分析

8.1.1渠道形式及对比

8.1.2各类渠道对B2B电子商务行业的影响

8.1.3主要B2B电子商务企业渠道策略研究

8.1.4各区域主要代理商情况

8.2B2B电子商务行业用户分析

8.2.1用户认知程度分析

8.2.2用户需求特点分析

8.2.3用户购买途径分析

8.3B2B电子商务行业营销策略分析

8.3.1中国B2B电子商务营销概况

8.3.2B2B电子商务营销策略探讨

8.3.3B2B电子商务营销发展趋势

第九章我国B2B电子商务行业竞争形势及策略

9.1行业总体市场竞争状况分析

9.1.1B2B电子商务行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2B2B电子商务行业企业间竞争格局分析

9.1.3B2B电子商务行业集中度分析

9.1.4B2B电子商务行业SWOT分析

9.2中国B2B电子商务行业竞争格局综述

9.2.1B2B电子商务行业竞争概况

- (1) 中国B2B电子商务行业竞争格局
- (2) B2B电子商务行业未来竞争格局和特点
- (3) B2B电子商务市场进入及竞争对手分析

9.2.2中国B2B电子商务行业竞争力分析

- (1) 我国B2B电子商务行业竞争力剖析
- (2) 我国B2B电子商务企业市场竞争的优势
- (3) 国内B2B电子商务企业竞争能力提升途径

9.2.3B2B电子商务市场竞争策略分析

第十章B2B电子商务行业领先企业经营形势分析

10.1环球资源

10.1.1企业概况

10.1.2企业优势分析

10.1.3产品/服务特色

10.1.4公司经营状况

10.1.5公司发展规划

10.2阿里巴巴

10.2.1企业概况

10.2.2企业优势分析

10.2.3产品/服务特色

10.2.4公司经营状况

10.2.5公司发展规划

10.3慧聪网有限公司

10.3.1企业概况

10.3.2企业优势分析

10.3.3产品/服务特色

10.3.4公司经营状况

10.3.5公司发展规划

10.4浙江网盛生意宝股份有限公司

10.4.1企业概况

10.4.2企业优势分析

10.4.3产品/服务特色

10.4.4公司经营状况

10.4.5公司发展规划

10.5焦点科技股份有限公司

10.5.1企业概况

10.5.2企业优势分析

10.5.3产品/服务特色

10.5.4公司经营状况

10.5.5公司发展规划

第十一章2022-2028年B2B电子商务行业投资前景

11.12022-2028年B2B电子商务市场发展前景

11.1.12022-2028年B2B电子商务市场发展潜力

11.1.22022-2028年B2B电子商务市场发展前景展望

11.1.32022-2028年B2B电子商务细分行业发展前景分析

11.22022-2028年B2B电子商务市场发展趋势预测

11.2.12022-2028年B2B电子商务行业发展趋势

11.2.22022-2028年B2B电子商务市场规模预测

11.2.32022-2028年B2B电子商务行业应用趋势预测

11.2.42022-2028年细分市场发展趋势预测

11.32022-2028年中国B2B电子商务行业供需预测

11.3.12022-2028年中国B2B电子商务行业供给预测

11.3.22022-2028年中国B2B电子商务行业需求预测

11.3.32022-2028年中国B2B电子商务供需平衡预测

11.4影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1市场整合成长趋势

11.4.2需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3企业区域市场拓展的趋势

11.4.4科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章2022-2028年B2B电子商务行业投资机会与风险

12.1B2B电子商务行业投融资情况

12.1.1行业资金渠道分析

12.1.2固定资产投资分析

12.1.3兼并重组情况分析

12.22022-2028年B2B电子商务行业投资机会

12.2.1产业链投资机会

12.2.2细分市场投资机会

12.2.3重点区域投资机会

12.32022-2028年B2B电子商务行业投资风险及防范

12.3.1政策风险及防范

12.3.2技术风险及防范

12.3.3供求风险及防范

12.3.4宏观经济波动风险及防范

12.3.5关联产业风险及防范

12.3.6产品结构风险及防范

12.3.7其他风险及防范

第十三章B2B电子商务行业投资战略研究

13.1B2B电子商务行业发展战略研究

13.1.1战略综合规划

13.1.2技术开发战略

13.1.3业务组合战略

13.1.4区域战略规划

13.1.5产业战略规划

13.1.6营销品牌战略

13.1.7竞争战略规划

13.2对我国B2B电子商务品牌的战略思考

13.2.1B2B电子商务品牌的重要性

13.2.2B2B电子商务实施品牌战略的意义

13.2.3B2B电子商务企业品牌的现状分析

13.2.4我国B2B电子商务企业的品牌战略

- 13.2.5B2B电子商务品牌战略管理的策略
- 13.3B2B电子商务经营策略分析
 - 13.3.1B2B电子商务市场细分策略
 - 13.3.2B2B电子商务市场创新策略
 - 13.3.3品牌定位与品类规划
 - 13.3.4B2B电子商务新产品差异化战略
- 13.4B2B电子商务行业投资战略研究
 - 13.4.12019年B2B电子商务行业投资战略
 - 13.4.22022-2028年B2B电子商务行业投资战略
 - 13.4.32022-2028年细分行业投资战略

第十四章研究结论及投资建议（ ）

- 14.1B2B电子商务行业研究结论
- 14.2B2B电子商务行业投资价值评估
- 14.3B2B电子商务行业投资建议
 - 14.3.1行业发展策略建议
 - 14.3.2行业投资方向建议
 - 14.3.3行业投资方式建议（ ）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/274400.html>