

# 中国B2B电子商务市场运营潜力与 投资契机分析报告（2011-2015年）

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《中国B2B电子商务市场运营潜力与投资契机分析报告（2011-2015年）》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/201103/63346.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

### 【报告目录】

#### 第一章 B2B电子商务相关概述 8

##### 第一节 B2B电子商务介绍 8

###### 一、B2B电子商务的定义 8

###### 二、B2B的发展阶段分析 8

##### 第二节 B2B的意义 9

##### 第三节 B2B的两种模式 9

###### 一、行业B2B 9

###### 二、区域B2B 10

#### 第二章 2010年世界B2B电子商务产业运行状况分析 11

##### 第一节 2010年世界B2B电子商务产业发展综述 11

###### 一、世界B2B电子商务产业运行特点分析 11

###### 二、世界B2B电子商务平台分析 11

###### 三、世界B2B电子商务竞争格局分析 13

###### 四、国内外B2B电子商务现状与差异 18

##### 第二节 2010年世界主要国家B2B电子商务产业发展情况分析 21

###### 一、美国 21

###### 二、日本 22

###### 三、欧洲 22

##### 第三节 2011-2015年世界B2B电子商务产业发展趋势分析 24

#### 第三章 2010年中国B2B电子商务产业运行环境分析 25

##### 第一节 2010年中国宏观经济环境分析 25

###### 一、中国GDP分析 25

###### 二、消费价格指数分析 25

###### 三、城乡居民收入分析 26

###### 四、社会消费品零售总额 28

###### 五、全社会固定资产投资分析 29

###### 六、进出口总额及增长率分析 29

##### 第二节 2010年中国B2B电子商务产业政策环境分析 30

###### 一、电子商务立法的核心部分 30

|                              |    |
|------------------------------|----|
| 二、中国电子商务立法的问题及策略             | 31 |
| 三、电子商务行业的具体政策法规              | 31 |
| 第三节 2010年中国B2B电子商务产业社会环境分析   | 32 |
| 一、人口环境分析                     | 32 |
| 二、教育、文化环境分析                  | 34 |
| 三、生态环境分析                     | 36 |
| 第四章 2010年中国B2B电子商务产业运行形势分析   | 38 |
| 第一节 2010年国内外B2B电子商务比较        | 38 |
| 一、基础设施                       | 38 |
| 二、文化和社会差异                    | 39 |
| 三、企业政策                       | 40 |
| 第二节 2010年中国B2B电子商务主要营销策略分析   | 41 |
| 第三节 亚洲流派的B2B平台比较             | 43 |
| 第四节 2010年中国B2B电子商务的问题及解决策略   | 44 |
| 一、综合类B2B企业所存在的问题             | 44 |
| 二、B2B电子商务网站优化中存在的问题          | 46 |
| 三、中国B2B电子商务模式发展策略分析          | 47 |
| 四、B2B电子商务网站的优化策略             | 47 |
| 五、B2B企业成功运营的准则               | 49 |
| 六、中国B2B电子商务深陷诚信困扰            | 50 |
| 第五章 2010年中国B2B电子商务行业市场运行态势分析 | 52 |
| 第一节 2010年中国B2B电子商务市场的发展      | 52 |
| 一、中国B2B电子商务市场回顾              | 52 |
| 二、2010年首季我国B2B电子商务市场发展概况     | 53 |
| 三、2010年传统企业纷纷涉水B2B电子商务市场     | 54 |
| 第二节 2010年中国B2B电子商务市场竞争分析     | 54 |
| 一、B2B行业主要竞争手段分析              | 54 |
| 二、B2B电子商务渠道竞争分析              | 56 |
| 三、中国B2B市场主要企业竞争状况            | 56 |
| 四、“B2B+搜索”竞争新模式探析            | 57 |
| 五、2010年国内B2B电子商务市场竞争升级       | 58 |
| 第六章 2010年中国网上支付市场运行动态分析      | 60 |

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 第一节2010年中国网上支付发展概述         | 60 |
| 一、网上支付需满足的需求               | 60 |
| 二、网上支付的发展                  | 60 |
| 三、网上支付结构                   | 61 |
| 四、网上支付系统典型流程               | 63 |
| 第二节2010年中国网上支付用户的调研情况      | 65 |
| 一、网民在网络支付中的态度及分布           | 65 |
| 二、网民网上支付的渠道及方式             | 66 |
| 三、网民未来网上支付计划               | 68 |
| 第三节2010年中国网络购物市场网上支付分析     | 68 |
| 一、2010年第三季度中国网络购物市场分析      | 68 |
| 二、电子支付是网络购物的主要支付方式         | 70 |
| 第四节 2010年中国航空客票市场网上支付分析    | 71 |
| 一、电子客票网上支付颠覆机票代理模式         | 71 |
| 二、电子客票的网上支付存在的隐患           | 72 |
| 三、网上支付漏洞成电子机票普及障碍          | 72 |
| 第五节2010年中国网上银行分析           | 73 |
| 一、中国网上银行产业链结构              | 73 |
| 二、中国网上银行的发展现状              | 73 |
| 三、中国网上银行的特点                | 74 |
| 四、中国网上银行存在的问题及发展策略         | 75 |
| 五、未来中国网上银行用户规模预测           | 77 |
| 第七章2010年中国电子商务其他经营模式运行态势分析 | 78 |
| 第一节 2010年B2C（企业对消费者）       | 78 |
| 一、2010年B2C模式概述             | 78 |
| 二、2010年B2C电子商务模式具体分类       | 79 |
| 三、2010年B2C模式电子商务的顾客满意度解析   | 81 |
| 四、2010年B2C电子商务市场竞争格局       | 82 |
| 五、中国电子商务B2C市场发展分析          | 83 |
| 六、B2C电子商务经营状况分析            | 84 |
| 七、我国B2C电子商务发展瓶颈及其突破点       | 85 |
| 第二节 2010年C2C（消费者对消费者）      | 86 |

- 一、2010年C2C的概念 86
- 二、2010年C2C电子商务模式发展环境及特征解析 87
- 三、2010年中国C2C网上零售市场分析 87
- 四、2010年中国主要C2C企业经营状况分析 87
- 五、2010年中国C2C电子商务存在的问题 88
- 六、2010年盈利模式模糊给C2C产业发展带来压力 90
- 七、2010年中国C2C电子商务市场发展趋势解析 92
- 第三节 2010年C2B（消费者对企业） 93
  - 一、C2B电子商务模式的概念 93
  - 二、C2B电子商务模式产生的基础 93
  - 三、C2B电子商务模式的应用 94
  - 四、C2B延伸内涵逐渐在中国兴起 95
  - 五、电子商务C2B营销新模式发展探析 96
  - 六、C2B电子商务模式发展展望 97
- 第八章 2010年中国重点电子商务企业竞争力分析 98
  - 第一节 环球资源 98
    - 一、企业基本概况 98
    - 二、2010年企业经营状况分析 98
    - 三、环球资源经营结构调整解读 98
    - 四、环球资源涉足中国国内贸易面临的问题及解决对策 99
  - 第二节 亚马逊公司 99
    - 一、企业基本概况 99
    - 二、2010年企业经营状况分析 100
    - 三、亚马逊拓展中国市场的举措 100
  - 第三节 阿里巴巴 100
    - 一、企业基本概况 100
    - 二、2010年企业经营状况分析 101
    - 三、阿里巴巴运营模式成功原因分析 101
  - 第四节 中国制造网 105
    - 一、企业基本概况 105
    - 二、2010年企业经营状况分析 106
    - 三、中国制造网引领中国电子商务发展 106

## 第五节 浙江网盛生意宝股份有限公司 106

### 一、企业概况 106

### 二、企业主要财务指标 107

### 三、企业成长性指标 107

### 四、企业经营能力指标 108

### 五、企业盈利能力指标 108

### 六、企业偿债能力 108

## 第六节 慧聪国际 109

### 一、企业基本概况 109

### 二、2010年企业经营状况分析 109

### 三、慧聪“金榜题名”产品面世 109

## 第七节 淘宝网 110

### 一、企业基本概况 110

### 二、淘宝网的产品与服务 110

### 三、淘宝在国内零售业影响力巨大 110

### 四、2010年企业经营状况分析 111

### 五、淘宝网的娱乐营销策略 115

## 第八节 EBAY易趣 123

### 一、企业基本概况 124

### 二、企业经营状况分析 124

### 三、易趣的商业模式和市场推广策略 124

### 四、易趣在与淘宝竞争中的失误决策 126

## 第九节 万国商业网 127

### 一、企业基本概况 127

### 二、2010年企业经营状况分析 127

## 第十节 当当网 128

### 一、企业基本概况 128

### 二、2010年企业经营状况分析 128

## 第九章 2010年中国电子商务在不同行业的应用走势分析 130

### 第一节 农业电子商务 130

#### 一、农业电子商务主要运行模式分析 130

#### 二、中国农业电子商务的应用与发展分析 132

- 三、农业电子商务期待建立第三方平台 135
- 四、发展农业电子商务的举措 136
- 五、中国农业电子商务发展潜力巨大 137
- 第二节 零售业电子商务 138
  - 一、电子商务给零售业带来的影响 138
  - 二、零售行业涉足B2C电子商务的机遇和挑战 140
  - 三、电子商务提高零售行业核心竞争水平 145
  - 四、国内零售业加快布局电子商务领域步伐 150
  - 五、中国零售业应用电子商务的主要障碍 150
  - 六、中国零售业电子商务发展的策略 151
- 第三节 医药电子商务 153
  - 一、中国医药行业电子商务应用状况 153
  - 二、中国主要医药电子商务企业收入来源分析 155
  - 三、3G时代或促使医药流通变革电子商务成趋势 156
  - 四、中国医药电子商务发展落后 158
  - 五、医药电子商务发展面临的问题 159
  - 六、实施医药电子商务的注意事项 160
  - 七、医药行业发展电子商务机遇良好 161
  - 八、中国医药行业引入电子商务是必然趋势 163
- 第四节 汽车零部件业电子商务 164
  - 一、电子商务给汽车零部件业发展带来的好处 164
  - 二、国际汽车零部件业电子商务发展分析 165
  - 三、中国汽车零部件电子商务应用状况 166
  - 四、中国汽车零部件业需要发展电子商务 166
  - 五、国内汽车零部件业推广电子商务存在的问题及对策 167
  - 六、汽车零部件企业发展电子商务的策略 170
- 第五节 旅游业的电子商务 171
  - 一、电子商务渐成熟旅游业需创新争夺市场 171
  - 二、中国旅游业电子商务存在的问题 173
  - 三、推动中国旅游业电子商务发展的策略 175
- 第六节 物流业电子商务 176
  - 一、电子商务与现代物流的关系 176

|                                    |     |
|------------------------------------|-----|
| 二、中国电子商务物流业总体概况                    | 177 |
| 三、电子商务企业物流管理中的技术应用                 | 179 |
| 四、中国电子商务物流业发展中的问题                  | 181 |
| 五、电子商务时代对现代物流的要求及解决策略              | 183 |
| 六、电子商务物流业的发展趋势                     | 186 |
| 第十章 2011-2015年中国B2B电子商务市场投资机会与风险分析 | 188 |
| 第一节 2011-2015年中国B2B电子商务市场投资环境分析    | 188 |
| 第二节 2011-2015年中国B2B电子商务市场投资机会分析    | 190 |
| 一、投资吸引力分析                          | 190 |
| 二、投资潜力分析                           | 190 |
| 第三节 2011-2015年中国B2B电子商务市场投资风险分析    | 191 |
| 一、市场竞争风险                           | 191 |
| 二、政策风险                             | 192 |
| 三、进入退出风险                           | 193 |
| 四、技术风险                             | 195 |
| 第四节 专家建议                           | 195 |
| 第十一章 2011-2015年中国B2B电子商务产业发展趋势预测分析 | 197 |
| 第一节 2011-2015年中国电子商务产业运行前景分析       | 197 |
| 一、中国电子商务总体发展趋势解析                   | 197 |
| 二、中国专业电子商务网站的发展趋势                  | 198 |
| 三、电子商务+SaaS的发展空间广阔                 | 199 |
| 第二节 2011-2015年中国B2B电子商务市场前景预测分析    | 199 |
| 一、B2B电子商务市场规模预测                    | 199 |
| 二、B2B电子商务市场竞争格局预测分析                | 200 |
| 第三节 2011-2015年中国B2B电子商务市场盈利预测分析    | 201 |

## 【图表目录】

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| 图表 1 B2B供应链平台                    | 10 |
| 图表 2 2000-2010年第二季度中国GDP及其增长率统计表 | 24 |
| 图表 3 2008-2010年6月中国价格指数统计表       | 24 |
| 图表 4 1978-2009年中国居民收入及恩格尔系数统计表   | 25 |
| 图表 5 2003-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图  | 27 |

- 图表 6 2003-2010年11月中国社会固定资产投资额增长 28
- 图表 7 2000-2009年中国货物进出口额统计表 28
- 图表 8 1978-2009年中国人口构成统计表 31
- 图表 9 1990-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率 32
- 图表 10 1978-2009年我国总人口增长趋势图 32
- 图表 11 2001-2008年我国教育经费增长趋势图 34
- 图表 12 2003-2008年我国各类教育招生人数 34
- 图表 13 企业盈利模式 47
- 图表 14 2007-2012年中国B2B市场交易规模 50
- 图表 15 2009-2014年中国中小企业B2B电子商务交易规模 51
- 图表 16 2010年第一季度电子商务市场交易额细分行业构成 52
- 图表 17 2007-2012年中国B2B电子商务企业规模 54
- 图表 18 2010年中国B2B电子商务企业市场占有率 55
- 图表 19 网民在网络支付中的态度及分布 64
- 图表 20 2008-2009年中国网上支付用户在各应用领域分布状况 65
- 图表 21 2009-2010年第三季度中国网络购物市场交易规模增长趋势图 66
- 图表 22 2010年1-3季度中国网络购物交易额市场份额情况 67
- 图表 23 网民网络购物支付方式 68
- 图表 24 电子客票购买流程 69
- 图表 25 中国网上银行产业链结构图 71
- 图表 26 B-B-C模型图 75
- 图表 27 注册为立体市场客户与不注册的区别 76
- 图表 28 B2C电子商务顾客满意度评价指标体系 79
- 图表 29 2010年中国网上零售企业市场交易规模占有率 82
- 图表 30 2007-2012年中国B2C、C2C电子商务企业规模 85
- 图表 31 2003-2010年第三季度浙江网盛生意宝股份有限公司主要财务指标表 104
- 图表 32 2003-2009年浙江网盛生意宝股份有限公司成长性指标表 105
- 图表 33 2002-2009年浙江网盛生意宝股份有限公司经营能力指标表 105
- 图表 34 2002-2009年浙江网盛生意宝股份有限公司盈利能力指标表 106
- 图表 35 2002-2009年浙江网盛生意宝股份有限公司偿债能力指标表 106
- 图表 36 2006-2010年淘宝交易额增长趋势 108
- 图表 37 2002-2012年中国付费使用电子商务平台进行进出口贸易的中小企业分析 186

图表 38 2011-2015年中国电子商务市场规模增长趋势 196

图表 39 中国电子商务发展地区分布 198

图表 40中国电子商务发展梯队示意图 198

图表 41 不同规模中小企业接入互联网比例 199

图表 42 中小企业网络营销方式选择 200

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201103/63346.html>