

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

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>