

2020-2026年中国B2B电 子商务市场运行态势分析与前景发展战略建议报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2020-2026年中国B2B电子商务市场运行态势分析与前景发展战略建议报告》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.abaogao.com/b/maoyi/Y161892EGE.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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。2010-2017跨境出口B2B电商交易规模增速智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国B2B电子商务市场运行态势分析与前景发展战略建议报告》共十一章。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2019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2015-2019年B2B电子商务行业国际概况第一节2015-2019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2015-2019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2020-2026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2015-2019年中国B2B电子商务市场深度分析第一节2015-2019年中国B2B电子商务市场的发展一、2019年中国B2B电子商务市场行业特征二、2019年B2B电子商务将进入黄金发展时期三、2019年中国电子商务市场猜想四、2019年B2B电子商务网络营销发展状况第二节2015-2019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、2019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2017年上半年B2B电商相关上市企业营业收入第四章2015-2019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 2015-2019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 2020-2026年中国重点电子商务企业竞争力分析

第一节 环球资源一、企业基本概况二、2019年企业经营状况分析三、环球资源经营结构调整解读四、环球资源涉足中国国内贸易面临的问题及解决对策

第二节 亚马逊公司一、企业基本概况二、企业发展历程三、企业营销策略四、企业相关服务五、企业发展命脉六、2019年企业经营状况分析七、亚马逊拓展中国市场的举措

第三节 阿里巴巴一、企业基本概况二、2019年企业经营状况分析三、阿里巴巴运营模式成功原因分析

第四节 中国制造网一、企业基本概况二、2019年企业经营状况分析三、经营原则四、产品服务五、服务价值

第五节 浙江网盛生意宝股份有限公司一、公司概况二、公司发展历程三、公司产品与服务四、2019年公司财务状况

第六节 慧聪国际一、公司概况二、公司发展历程三、公司产品与服务四、公司销售渠道五、公司经营状况

第七节 淘宝网一、企业概况二、企业主营业务及收入三、企业财务分析四、企业发展战略及动态五、淘宝网的娱乐营销策略六、淘宝网店发展火热的原因分析七、存在的问题

第八节 EBAY易趣一、企业概况二、2020-2026年企业经营状况分析三、易趣与淘宝的区别四、易趣在与淘宝经营模式比较

第九节 广州唯品会信息科技有限公司一、企业概况二、企业主营业务及收入三、企业财务分析四、企业发展战略及动态

第十节 当当网一、企业概况二、企业主营业务及收入三、企业财务分析四、企业发展战略及动态

第七章 2015-2019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2020-2026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2020-2026年中国B2B电子商务市场前景及供需预测

第一节2020-2026年B2B电子商务市场前景预测一、2020-2026年电子商务市场发展潜力二、2020-2026年电子商务市场发展前景展望三、2020-2026年B2B电子商务行业发展前景分析

第二节2020-2026年B2B电子商务市场发展趋势预测一、2020-2026年B2B电子商务行业发展趋势二、2020-2026年电子商务市场规模预测三、2020-2026年电子商务行业应用趋势预测四、2020-2026年细分市场发展趋势预测

第十章2020-2026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2020-2026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2020-2026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12：2012-2019年中国网民规模及增长率图表13：2012-2019年中国电信主要通信能力统计图表14：2019年各省人均GDP与互联网普及率图表15：2012-2019年国内生产总值统计图表16：2012-2019年国内生产总值统计图表17：2012-2019年我国度城乡居民家庭人均收入统计图表18：2012-2019年全社会固定资产投资增长率图表19：2019年电子信息产业固定资产投资分行业完成情况图表20：2012-2019年韩国B2B电子商务交易额图表21：韩国网络交易各种支付方式交易构成比例图表22：韩国网络交易各种配送方式交易构成比例图表23：韩国电子商务市场商业模式存在的问题图表24：2012-2019年欧洲电子商务市场收入规模图表25：2012-2019年全球网络购物交易规模地区分析图表26：2012-2019年中国电子商务市场规模图表27：2019年B2B电子商务运营商市场份额图表28：2012-2019年中国B2B电子商务交易规模图表29：2012-2019年中国B2B电子商务运营商收费规模图表30：我国B2B网站的盈利模式图表31：B2B产业个环节价值链体现图表32：大客户管理价值主张实现环图表33：B2B价值传导过程流程图图表34：2019年国内B2B电子商务服务企业分布图表35：2019年B2B电子商务用户行业分布图表36：B2B运营企业服务内容图表37：国内四大主流B2B服务模式比较图表38：成功的商业模式的八大要素图表39：中安顾问商业模式评估体系图表40：中国B2B商业模式评估的方法论图表41：中国B2B电子商务商业模式类型分析图表42：客户线上B2B电子商务需求的四个层次图表43：不同营销平台对客户的优劣势分析图表44：B2B电子商务持续盈利性分析图表45：B2B运营企业一体化策略图表46：中国B2B商业模式不利因素的评估与克服图表47：B2B电子商务模式等级评估图表48:图表49：阿里巴巴战略SWOT分析图表50：环球资源拥有国际水准的服务项目图表51：环球资源运营内容图表52：环球资源运营模式图表53：焦点科技核心竞争力SWOT分析图表54：慧聪国际模式特色图表55：客户价值的构成图表56：国内B2B主要电子商务的盈利模式图表57：B2B电子商务的商务链模型图表58：B2B电子商务的业务模型

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/Y161892EGE.html>