

2020-2026年中国B2B电子商务行业市场竞争现状 及供需态势分析报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国B2B电子商务行业市场竞争现状及供需态势分析报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201910/790432.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

B2B兴起于2000年前后，以信息交互为主，主要解决企业获取供求信息的途径和及时性问题，被称为B2B1.0模式。当时阿里巴巴、环球资源、慧聪集团、中国制造网、中国化工网等综合型和垂直型B2B平台大量兴起。之后随着信息服务已在较大程度上解决了信息不对称的问题，单纯的商机撮合服务效果逐渐下降，另外同质化问题使得B2B市场竞争激烈，逐步至2011年进入了相对低迷期。至2013年B2B运营模式初显变革。2014年，随着大数据、云计算、物联网等技术的不断应用以及经济周期特别是产业周期的变化，以交易服务、数据服务、物流服务等为主要功能的B2B2.0阶段来临，并于2015年开始进入了高速发展期。B2B1.0模式主要是信息黄页的功能，成为企业间取得交易信息和商机对接的服务平台。B2B1.0并未涉及交易环节，主要价值在于信息交换的商机撮合关系。其盈利模式主要为会员费和广告费。

	经营模式	业务模式
以信息交互为主，线上供需信息展示和商机发布撮合，线下供需对接和营销推广服务。		

	经营模式	业务模式
以信息交互为主，线上供需信息展示和商机发布撮合，线下供需对接和营销推广服务。		

经营模式	业务模式
以信息交互为主，线上供需信息展示和商机发布撮合，线下供需对接和营销推广服务。	

盈利模式 会员费、广告费、技术服务费等 平台类型 综合型 综合型平台提供跨行业和跨品类的供需信息服务，以横向发展为主。其优势是量大面广，容易形成规模，会员数量众多，易于推广；其劣势是服务相对表面，专业性不强，信息质量较差，同质化明显，客户粘性不够。代表企业：阿里巴巴、慧聪集团、中国制造网、国联资源网等 垂直型 垂直型平台专注于某一具体行业的供需信息服务，以纵向发展为主。其优势是服务相对深入，专业性强，信息质量较高，差异化明显，客户粘性较高；其劣势是行业单一，会员规模发展受限，进入门槛较高，专业人员成本较高，且容易受行业的周期影响。代表企业：我的钢铁网、中国化工网、维库电子网、全球五金网、环球塑化网、华强电子网、中国鞋网等

数据来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2020-2026年中国B2B电子商务行业市场竞争现状及供需态势分析报告》共八章。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电子商务相关概述

1.1B2B电子商务介绍

1.1.1电子商务的概念及分类

1.1.2B2B电子商务的定义

1.1.3B2B电子商务的常规流程

1.2B2B电子商务的基本模式

1.2.1垂直B2B模式

1.2.2综合B2B模式

1.2.3自建B2B模式

1.2.4关联行业B2B模式

1.3中国B2B电子商务的发展阶段

1.3.1培育阶段

1.3.2成长阶段

1.3.3发展阶段

1.3.4成熟阶段

第二章2015-2019年B2B电子商务行业面临的发展环境

2.1政策环境

2.1.1中国电子商务政策法规体系简述

2.1.2政府积极引导电子商务行业有序发展

2.1.3我国加强网络商品交易服务行为管理

2.1.4政府规范第三方电子商务交易平台发展

2.1.5我国电子商务行业“十三五”政策导向分析

2.2经济环境

2.2.12019年中国宏观经济运行状况

2.2.22019年中国国民经济运行情况

2.2.3我国积极推进经济结构转型升级

2.2.4中国宏观经济“十三五”发展形势分析

2.3社会环境

2.3.1中国互联网络发展状况

2.3.2我国网商队伍不断发展壮大

2.3.3社会信用体系建设已初见成效

2.4行业环境

2.4.1中国电子商务行业发展现状

2.4.2国内电子商务市场发展特征

2.4.3国内电子商务物流行业发展态势

2.4.4我国第三方支付市场特征及规模分析

第三章2015-2019年B2B电子商务行业发展分析

3.1国内外B2B电子商务的发展比较

3.1.1基础设施

3.1.2文化和社会差异

3.1.3企业政策

3.2中国B2B电子商务发展综述

3.2.1我国B2B电子商务行业发展简况

3.2.2中国B2B电子商务快速发展的原因

3.2.3我国B2B电子商务发展势头良好

3.2.4国内B2B企业发展模式不断创新

3.2.5我国B2B电子商务的SWOT分析

3.32015-2019年B2B电子商务市场的发展

3.3.12019年中小企业B2B电子商务市场规模

3.3.22019年中国B2B电子商务企业发展态势

3.3.32019年中国B2B电子商务市场稳健发展

3.3.42019年中国B2B电子商务市场发展形势

3.42015-2019年B2B电子商务行业竞争分析

3.4.1国内B2B市场的竞争格局

3.4.2B2B市场掀起新一轮洗牌

3.4.3我国B2B行业主要竞争手段分析

3.4.4B2B电子商务渠道竞争分析

3.5B2B电子商务发展中存在的问题

3.5.1B2B电子商务基础环境不完善

3.5.2中小企业对电子商务的认知尚浅

3.5.3中小企业电子商务人才的缺乏

3.5.4B2B电子商务平台的风险控制亟需加强

3.6促进B2B电子商务发展的的对策措施

3.6.1发展中国B2B电子商务行业的策略

3.6.2实现B2B电子商务良性发展的对策

3.6.3企业开展B2B电子商务的措施建议

3.6.4中小企业开展B2B电子商务的模式分析

第四章2015-2019年B2B电子商务平台发展分析

4.12015-2019年中国B2B电子商务平台发展现状

4.1.1中国B2B服务平台持续快速发展

4.1.2国内B2B电子商务平台发展格局生变

4.1.3我国B2B平台价值服务回归特征渐显

4.1.4不同类型B2B电子商务平台发展状况

4.1.5国内B2B平台主要经营模式介绍

4.22015-2019年垂直类B2B电子商务平台的发展

4.2.1垂直类B2B电子商务网站的专业性

4.2.2垂直类B2B电子商务平台发展综述

4.2.3发展垂直类B2B电子商务平台的措施

4.2.4垂直类B2B电子商务平台的发展潜力

4.3B2B电子商务平台的盈利模式

4.3.1B2B网站的盈利模式简析

4.3.2B2B网站盈利模式的创新

4.3.3主要B2B网站盈利模式及其特点

4.4B2B电子商务平台服务质量分析

4.4.1电子商务平台服务质量概述

4.4.2B2B电子商务平台服务质量要素

4.4.3B2B电子商务平台服务质量评价模型

4.5B2B平台存在的问题及对策建议

4.5.1制约B2B电子商务平台发展的因素

4.5.2B2B电子商务网站运营存在的误区

4.5.3促进B2B电子商务平台发展的措施

4.5.4国内B2B电子商务平台的运营策略

第五章2015-2019年B2B电子商务行业关键因素分析

5.1B2B电商物流

5.1.1我国B2B电商第三方物流发展简况

5.1.2我国B2B电商第四方物流发展综述

5.1.3B2B电商物流配送体系亟待健全

5.1.4B2B电商物流管理模式的创新

5.2B2B电子支付

5.2.1中国B2B电子支付发展概况

5.2.2第三方支付介入B2B市场

5.2.3发展B2B电子支付面临的挑战

5.2.4促进B2B电子支付发展的策略

5.3B2B网络融资

5.3.1B2B网络融资的发展阶段

5.3.2B2B电商巨头纷纷涉足网络融资

5.3.3B2B企业网络融资服务规模分析

5.4B2B电子商务的信用管理

5.4.1我国电子商务的信用现状

5.4.2国内B2B电子商务的诚信困局

5.4.3改善B2B电子商务信用环境的意义

5.4.4第三方信用机制将助力B2B健康发展

第六章2015-2019年B2B电子商务在不同行业的应用

6.1医药B2B电子商务

6.1.1我国B2B医药电子商务的主要类型

6.1.2我国B2B医药电子商务的商业模式

6.1.3药企进入医药B2B领域的机遇及风险

6.1.4我国积极探索医药流通B2B平台发展模式

6.2工业品B2B电子商务

6.2.1新型工业品B2B平台发展迅猛

6.2.2工业品B2B电子商务市场竞争激烈

6.2.3我国工业品B2B平台面临洗牌

6.2.4工业品B2B电子商务的营销特点

6.3服装B2B电子商务

6.3.1电子商务在服装企业中的应用

6.3.2国内服装B2B市场集中度提高

6.3.3中小服装企业发展B2B的对策措施

6.4食品饮料B2B电子商务

6.4.1食品饮料行业的特点

6.4.2我国食品行业电子商务价值链分析

6.4.3国内食品饮料B2B市场发展势头良好

第七章 B2B电子商务行业重点企业运营状况

7.1环球资源

7.1.1公司简介

7.1.2环球资源经营状况

7.2阿里巴巴

7.2.1公司简介

7.2.2阿里巴巴经营状况

7.2.3阿里巴巴战略动向

7.3慧聪网有限公司

7.3.1公司简介

7.3.2慧聪网经营状况分析

7.4焦点科技股份有限公司

7.4.1公司简介

7.4.2焦点科技经营状况分析

7.5浙江网盛生意宝股份有限公司

7.5.1公司简介

7.5.2生意宝经营状况分析

7.6上海钢联电子商务股份有限公司

7.6.1公司简介

7.6.2上海钢联经营状况分析

7.7其他B2B电子商务企业

7.7.1金银岛（北京）网络科技股份有限公司

7.7.2北京铭万智达科技有限公司

7.7.3敦煌网

第八章B2B电子商务行业发展前景及趋势分析（ZY KT）

8.1中国B2B电子商务行业前景展望

8.1.1B2B电子商务市场发展潜力巨大

8.1.2中国B2B电子商务行业将持续增长

8.1.3我国B2B商业搜索市场发展前景乐观

8.1.42020-2026年中国B2B电子商务市场预测分析

8.2B2B电子商务未来发展趋势

8.2.1中国B2B电子商务市场发展趋势

8.2.2B2B电子商务将向纵深化方向发展

8.2.3提升服务将成B2B电子商务发展重点（ZY KT）

部分图表目录：

图表2015-2019年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表2015-2019年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表2015-2019年固定资产投资（不含农户）增速（累计同比）

图表2015-2019年房地产开发投资增速（累计同比）

图表2015-2019年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）

图表2015-2019年居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表2015-2019年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

图表2015-2019年城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比）

图表2015-2019年农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）

图表网商发展指数前10名得分表

图表网商发展三个梯队的全国分布

图表2009-2019年中国主要中小企业B2B电子商务交易规模情况

图表2019年中国主要B2B电子商务运营商营收规模市场份额

图表2015-2019年中国B2B电子商务市场营收规模增长情况

图表2019年中国主要B2B电子商务运营商营收份额情况

图表2015-2019年中国B2B电子商务市场营收规模增长情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201910/790432.html>