

2011-2015年中国B2B电 子商务行业市场分析与投资策略研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国B2B电子商务行业市场分析与投资策略研究报告》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.bosidata.com/chuanmei1009/J94380296B.html>

【报告价格】纸介版**6800**元 电子版**7000**元 纸介+电子**7200**元

【出版日期】2010-09-26

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

近几年，我国移动电子商务市场所蕴藏的巨大商机已被越来越多的人所关注，甚至最近有媒体描述说中国的电子商务已成井喷之势。而这样的描述其实并不为过，有数据显示：2009年，中国移动电子商务用户规模已达到3668.4万，同比增长117.7%；中国移动电子商务实物交易用户规模已达到159.7万，较2008年增长187.0%，增幅高于移动电子商务整体用户规模的增长。

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国B2B电子商务市场运营态势与投资战略咨询报告》共十章。首先介绍了B2B电子商务相关概述、产业运行环境等，接着分析了中国B2B电子商务产业的现状，然后介绍了中国B2B电子商务行业市场运行态势。随后，报告对中国重点电子商务做了企业经营状况分析，最后分析了中国B2B电子商务产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。

第一章 B2B电子商务相关概述

第一节 B2B电子商务介绍

一、B2B电子商务的定义

二、B2B的发展阶段分析

第二节 B2B的意义

第三节 B2B的两种模式

一、行业B2B

二、区域B2B

第二章 2010年中国B2B电子商务产业运行环境分析

第一节 2010年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2010年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2010年中国B2B电子商务产业政策环境分析

一、电子商务立法的核心部分

二、中国电子商务立法的问题及策略

三、电子商务行业的具体政策法规

第二章 2010年世界B2B电子商务产业运行状况分析

第一节 2010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

四、国内外B2B电子商务现状与差异

第二节 2010年世界主要国家B2B电子商务产业发展情况分析

一、美国

二、日本

三、加拿大

第三节 2011-2015年世界B2B电子商务产业发展趋势分析

第四章 2010年中国B2B电子商务产业运行形势分析

第一节 2010年国内外B2B电子商务比较

一、基础设施

二、文化和社会差异

三、企业政策

第二节 2010年中国B2B电子商务主要营销策略分析

第三节 亚洲流派的B2B平台比较

第四节 2010年中国B2B电子商务的问题及解决策略

一、综合类B2B企业所存在的问题

二、B2B电子商务网站优化中存在的问题

三、中国B2B电子商务模式发展策略分析

四、B2B电子商务网站的优化策略

五、B2B企业成功运营的准则

六、中国B2B电子商务深陷诚信困扰

第五章 2010年中国B2B电子商务行业市场运行态势分析

第一节 2010年中国B2B电子商务市场的发展

一、中国B2B电子商务市场回顾

二、2010年首季我国B2B电子商务市场发展概况

三、2010年传统企业纷纷涉水B2B电子商务市场

第二节 2010年中国B2B电子商务市场竞争分析

一、B2B行业主要竞争手段分析

二、B2B电子商务渠道竞争分析

三、中国B2B市场主要企业竞争状况

四、“B2B+搜索”竞争新模式探析

五、2010年国内B2B电子商务市场竞争升级

第六章 2010年中国网上支付市场运行动态分析

第一节 2010年中国网上支付发展概述

一、网上支付需满足的需求

二、实现网上支付的必要条件

三、网上支付系统典型流程

第二节 2010年中国网上支付用户的调研情况

一、网民在网络支付中的态度及分布

二、网民了解网上支付的渠道及方式

三、网民未来网上支付计划

第三节 2010年中国网络购物市场网上支付分析

一、2008中国网络购物市场分析

二、电子支付是网络购物的主要支付方式

第四节 2010年中国航空客票市场网上支付分析

一、电子客票网上支付颠覆机票代理模式

二、电子客票的网上支付存在的隐患

三、网上支付漏洞成电子机票普及障碍

第五节 2010年中国网上银行分析

一、中国网上银行产业链结构

二、中国网上银行的发展现状

三、中国网上银行的特点

四、中国网上银行存在的问题及发展策略

五、未来中国网上银行用户规模预测

第七章 2010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、B2C电子商务模式具体分类

三、B2C模式电子商务的顾客满意度解析

四、中国B2C电子商务迎来快速发展期

五、2008年中国电子商务B2C市场发展分析

六、B2C电子商务经营状况分析

七、我国B2C电子商务发展瓶颈及其突破点

第二节 C2C（消费者对消费者）

一、C2C的概念

二、C2C电子商务模式发展环境及特征解析

三、中国C2C电子商务发展概况

四、2008年中国电子商务C2C市场发展状况

五、中国主要C2C企业经营状况分析

六、中国C2C电子商务存在的问题

七、盈利模式模糊给C2C产业发展带来压力

八、中国C2C电子商务市场发展趋势解析

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

第八章 2010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、2010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、2010年企业经营状况分析

三、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、2010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、2010年企业经营状况分析

三、中国制造网引领中国电子商务发展

四、中国制造网把握机会发展获得高额利润

第五节 浙江网盛生意宝股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 慧聪国际

一、企业基本概况

二、2010年企业经营状况分析

三、2008年慧聪“金榜题名”产品面世

第七节 淘宝网

一、企业基本概况

二、淘宝网的产品与服务

三、淘宝在国内零售业影响力巨大

四、2010年企业经营状况分析

五、淘宝网的娱乐营销策略

第八节 EBAY易趣

一、企业基本概况

二、2010年企业经营状况分析

三、易趣的商业模式和市场推广策略

四、易趣在与淘宝竞争中的失误决策

第九节 万国商业网

一、企业基本概况

二、2010年企业经营状况分析

第十节 当当网

一、企业基本概况

二、2010年企业经营状况分析

第九章 2010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

第十章 2011-2015年中国B2B电子商务产业发展趋势与投资预测分析

第一节 2011-2015年中国电子商务产业运行前景分析

一、中国电子商务总体发展趋势解析

二、中国专业电子商务网站的发展趋势

三、电子商务+SaaS的发展空间广阔

第二节 2011-2015年中国B2B电子商务市场前景预测分析

一、B2B电子商务市场规模预测

二、B2B电子商务市场竞争格局预测分析

第三节 2011-2015年中国B2B电子商务市场投资机会分析

第四节 2011-2015年中国B2B电子商务市场投资风险分析

第五节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表：浙江网盛生意宝股份有限公司主要经济指标走势图

图表：浙江网盛生意宝股份有限公司经营收入走势图

图表：浙江网盛生意宝股份有限公司盈利指标走势图

图表：浙江网盛生意宝股份有限公司负债情况图

图表：浙江网盛生意宝股份有限公司负债指标走势图

图表：浙江网盛生意宝股份有限公司运营能力指标走势图

图表：浙江网盛生意宝股份有限公司成长能力指标走势图

图表：中国三大旅带网站情况比较表

图表：2007-2008年中国B2B电子商务运营商营业收入规模

图表：2008年2季度中国B2B电子商务运营商营业收入份额比较

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1009/J94380296B.html>