

# 2016-2022年中国B2B电 子商务商业模式市场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

# 报告报价

《2016-2022年中国B2B电子商务商业模式市场分析与投资前景研究报告》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/chuanmei1510/l09165YCJN.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-10-27

【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

## 报告说明:

博思数据发布的《2016-2022年中国B2B电子商务商业模式市场分析与投资前景研究报告》共十章。报告介绍了B2B电子商务商业模式行业相关概述、中国B2B电子商务商业模式产业运行环境、分析了中国B2B电子商务商业模式行业的现状、中国B2B电子商务商业模式行业竞争格局、对中国B2B电子商务商业模式行业做了重点企业经营状况分析及中国B2B电子商务商业模式产业发展前景与投资预测。您若想对B2B电子商务商业模式产业有个系统的了解或者想投资B2B电子商务商业模式行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

数据显示，2013年中国电子商务市场交易规模达10.2万亿元，同比2012年的8.5万亿元，增长29.9%。

在电子商务各细分行业中，B2B电子商务占比80.4%，2013年交易额达8.2万亿元，同比增长31.2%；网络零售交易规模市场份额占比17.6%，交易规模达18851亿元，同比增长42.8%；网络团购占比0.6%；其他占1.4%。

业内专家指出，2013年各类B2B运营商加速商业模式的探索，这一年的网络零售市场围绕“价格战”“并购”“整合”进行，保持了高速发展态势，从之前的混乱格局逐渐走向清晰。“团购行业经历三年的起伏，2013年国内大型团购网站相继实现盈利共同推动团购市场规模，团购俨然已经成为消费者最主要的消费形式之一。

## 报告目录：

### 第一章 B2B电子商务产业属性研究 1

#### 第一节 产业内涵及外延 1

#### 第二节 产业经济属性 1

##### 一、产业规模经济属性 1

##### 二、产业进入壁垒 2

##### 三、产业退出壁垒 2

##### 四、产业国民经济属性 4

##### 五、产业边际成本属性 4

#### 第三节 产业发展周期研究 5

- 一、发达国家产业生命周期 5
- 二、中国B2B电子商务产业生命周期 5
- 三、产品生命周期 5
- 第四节 产业价值链研究 6
  - 一、产业价值链分析 6
  - 二、产业核心价值分析 6

## 第二章 B2B电子商务商业模式产业链分析 7

- 第一节 产业链组成及责任 7
- 第二节 产业链各环节代表性企业 7
- 第三节 产业链竞争结构钻石模型分析 8
- 第四节 产业链各产业竞争塑造及趋势 10

## 第三章 B2B电子商务产业发展环境研究 11

- 第一节 政策环境 11
- 第二节 技术环境 14
- 第三节 社会环境 15
- 第四节 经济环境 17
- 第五节 资本环境 18

## 第四章 B2B电子商务市场现状及发展趋势 21

- 第一节 美国B2B电子商务市场 21
- 第二节 日本B2B电子商务市场 25
- 第三节 韩国B2B电子商务市场 27
- 第四节 欧洲B2B电子商务市场 31
- 第五节 中国B2B电子商务市场 34

## 第五章 B2B电子商务商业模式分析 42

- 第一节 价值主张分析 42
- 第二节 价值传导过程 43
- 第三节 目标市场组成 44
- 第四节 业务内容分析 45

## 第五节 盈利模式分析 46

## 第六节 收费模式分析 47

## 第七节 营销模式分析 48

## 第八节 其他 48

# 第六章 B2B电子商务商业模式可行性评估 49

## 第一节 商业模式评估体系 49

### 一、商业模式评估标准 49

### 二、商业模式评估内容 50

### 三、商业模式评估方法 51

## 第二节 B2B电子商务商业模式的类型 52

## 第三节 B2B电子商务商业模式各类型评估对比 54

### 一、外部环境 54

### 二、客户价值 56

### 三、持续赢利性 57

### 四、资源整合有效性 59

### 五、创新性 59

### 六、可调整性 61

### 七、运作效率 61

### 八、抗风险性 64

## 第四节 B2B电子商务商业模式等级评估 65

# 第七章 B2B电子商务产业典型商业模式现状研究 66

## 第一节 公共独立平台交易模式 66

### 一、商业模式内涵 66

### 二、商业模式主体 66

### 三、商业模式的发展现状 67

### 四、商业模式面临的问题 67

### 五、商业模式发展前景 67

## 第二节 行业性平台交易模式 68

## 第三节 企业专用平台交易模式 68

## 第八章 国内外B2B电子商务典型商业模式解构 69

### 第一节 阿里巴巴 69

- 一、运营基础 69
- 二、运营环节 70
- 三、模式特色 71
- 四、核心竞争力swot分析 71
- 五、发展现状 72
- 六、发展策略 73

### 第二节 环球资源 73

- 一、运营基础 73
- 二、运营环节 74
- 三、模式特色 75
- 四、核心竞争力swot分析 76
- 五、发展现状 78
- 六、发展策略 78

### 第三节 网盛生意宝 78

- 一、运营基础 78
- 二、运营环节 80
- 三、模式特色 80
- 四、核心竞争力swot分析 81
- 五、发展现状 82
- 六、发展策略 82

### 第四节 焦点科技 82

- 一、运营基础 82
- 二、运营环节 83
- 三、模式特色 83
- 四、核心竞争力swot分析 83
- 五、发展现状 85
- 六、发展策略 86

### 第五节 慧聪国际 86

- 一、运营基础 86
- 二、运营环节 87

三、模式特色 88

四、核心竞争力swot分析 88

五、发展现状 90

六、发展策略 90

## 第九章 国内B2B电子商务商业模式机会与风险研究 91

第一节 优势 91

第二节 劣势 91

第三节 机会 92

第四节 风险 93

## 第十章 B2B电子商务商业模式发展建议 93

第一节 商业模式战略性建议 93

一、客户价值 93

二、发展方向 94

三、产业价值链合作 95

四、商业模式创新 96

五、价值链定位 97

六、盈利模式 99

第二节 商业模式策略性建议 102

一、价值诉求 102

二、营销策略 102

三、品牌策略 105

四、市场开发 106

五、竞争策略 107

第三节 商业模式运营性建议 108

一、产品和服务设计 108

二、运营效率 109

三、业务建模 110

四、渠道组建 112

五、供应链整合 113

六、阶段性运营 114

## 图表目录:

图表1：B2B电子商务流程 1

图表2：电子商务产业进入壁垒 2

图表3：中国电子商务发展阶段 5

图表4：B2B电子商务产业链组成 7

图表5：B2B电子商务产业链各环节企业 8

图表6：波特钻石理论模型 8

图表7：中国电子商务产业链竞争结构钻石模型分析 9

图表8：电子商务类法规 11

图表9：网络购物类法规 12

图表10：电子商务类政策 12

图表11：B2B电子商务整个交易阶段 15

图表12：2012-2014年中国网民规模及增长率 16

图表13：2012-2014年中国电信主要通信能力统计 16

图表14：2015年各省人均GDP与互联网普及率 17

图表15：2012-2015年国内生产总值统计 17

图表16：2012-2015年国内生产总值统计 18

图表17：2012-2015年我国度城乡居民家庭人均收入统计 18

图表18：2012-2015年全社会固定资产投资增长率 19

图表19：2015年电子信息产业固定资产投资分行业完成情况 亿元 19

图表20：2012-2014年韩国B2B电子商务交易额 29

图表21：韩国网络交易各种支付方式交易构成比例 29

图表22：韩国网络交易各种配送方式交易构成比例 30

图表23：韩国电子商务市场商业模式存在的问题 30

图表24：2012-2014年欧洲电子商务市场收入规模 33

图表25：2004-2015年全球网络购物交易规模地区分析 34

图表26：2013-2015年中国电子商务市场规模 35

图表27：2014年B2B电子商务运营商市场份额 36

图表28：2013-2015年中国B2B电子商务交易规模 37

图表29：2013-2015年中国B2B电子商务运营商收费规模 37

图表30：我国B2B网站的盈利模式 38



图表31：B2B产业个环节价值链体现 43

图表32：大客户管理价值主张实现环 43

图表33：B2B价值传导过程流程图 44

图表34：2015年国内B2B电子商务服务企业分布 45

图表35：2015年B2B电子商务用户行业分布 45

图表36：B2B运营企业服务内容 46

图表37：国内四大主流B2B服务模式比较 46

图表38：成功的商业模式的八大要素 50

图表39：中安顾问商业模式评估体系 50

图表40：中国B2B商业模式评估的方法论 51

图表41：中国B2B电子商务商业模式类型分析 52

图表42：客户线上B2B电子商务需求的四个层次 54

图表43：不同营销平台对客户的优劣势分析 57

图表44：B2B电子商务持续盈利性分析 57

图表45：B2B运营企业一体化策略 59

图表46：中国B2B商业模式不利因素的评估与克服 64

图表47：B2B电子商务模式等级评估 65

图表48: 阿里巴巴运营情况 70

图表49：阿里巴巴战略SWOT分析 71

图表50：环球资源拥有国际水准的服务项目 74

图表51：环球资源运营内容 75

图表52：环球资源运营模式 75

图表53：焦点科技核心竞争力SWOT分析 83

图表54：慧聪国际模式特色 88

图表55：客户价值的构成 94

图表56：国内B2B主要电子商务的盈利模式 100

图表57：B2B电子商务的商务链模型 111

图表58：B2B电子商务的业务模型 112

略&hellip;&hellip;

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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/chuanmei1510/I09165YCJN.html>