

2024-2030年中国中小企业 B2B电子商务行业发展趋势与行业前景预测报告

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

《2024-2030年中国中小企业B2B电子商务行业发展趋势与行业前景预测报告》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.cction.com/report/202312/430361.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国中小企业B2B电子商务行业发展趋势与行业前景预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录：

第一章 中国中小企业发展分析 第一节 中国中小企业发展现状 一、我国中小企业发展概况 二、我国中小企业的管理现状 三、中小企业发展分析 四、中央财政对中小企业的扶持政策 五、工业和信息化部五措施保持中小企业平稳较快发展 第二节 部分地区中小企业发展状况 一、浙江中小企业发展状况及政府扶持政策 二、广东银行加大对中小企业的支持力度 三、江苏出台优惠政策扶持中小企业发展 四、福建扶持中小企业发展的政策措施 五、辽宁省成长型中小企业发展计划 第三节 中小企业发展存在的问题、对策及机遇分析 一、融资是中小企业发展突出问题 二、破解中小企业融资困难的对策 三、日本发展中小企业经验对我国的启示 四、中小企业迎来新的发展机遇 第二章 中小企业B2B电子商务发展分析 第一节 中小企业B2B电子商务概述 一、电子商务对中小企业发展的有利影响 二、发展电子商务是中小企业的重要竞争战略 三、中小企业发展电子商务的主要条件 四、电子商务企业较传统企业的比较优势 第二节 中小企业B2B电子商务发展概况 一、电子商务是中小企业信息化发展必然 二、中小企业B2B电子商务应用快速增长 三、中小企业B2B电子商务应用现状 四、我国中小企业B2B电子商务迈入系统化整合时代 第三节 我国中小企业B2B电子商务发展分析 一、2017 电子商务是中小企业发展的最佳选择 二、中小企业B2B电子商务应用状况 三、电子商务助力中小企业分享内需“大餐” 四、中小企业开展电子商务的新特点 五、中小企业借力电子商务冲出危机遭遇的问题及对策 六、中小企业利用电子商务发展建议 第四节 中小企业B2B电子商务模式分析 一、电子商务应用模式的分类 二、我国中小企业B2B电子商务模式的创新 三、中小企业在不同阶段运用电子商务应用模式的发展对策 第五节 电子商务相关企业针对中小企业的发展动态 一、Google与中企动力携手推出外贸电子商务解决方案 二、联想与两巨头联手推出电子商务解决方案 三、金蝶友商网全程电子商务助力中小企业度过危机 四、一呼百应大规模升级助推中小企业B2B电子商务应用 第六节 中小企业B2B电子商务应用发展存在的问题 一、我国中小企业运用电子商务面临的问题 二、我国中小企业B2B电子商务应用推广的主要制约因素 三、我国中小企业发展电子商务面临的内外部障碍 四、中小企业网络营销中的主要误区 第七节 中小企业B2B电子商务发展对策 一、我国中小企业B2B电子商务应用推广的发展对策 二、中小企业发展电子商务企业与政府应齐出力 三、中小企业发展电子商务营销的主要突破口 四、信息传播是中小企业B2B电子商务发展的关键 五、中小企

业B2B电子商务应用的建议 六、中小企业开展电子商务的基本策略和步骤 七、发达国家扶持中小企业B2B电子商务应用的可借鉴经验 第三章 中小企业B2B电子商务 第一节 中小企业B2B电子商务概述 一、B2B电子商务的定义 二、B2B电子商务的分类 三、中国中小企业B2B电子商务发展阶段 第二节 中国B2B电子商务发展分析 一、中国B2B电子商务市场概况 二、我国B2B电子商务平台市场格局 三、中国B2B电子商务市场发展分析 四、金融危机对B2B电子商务的影响分析 第三节 中小企业B2B电子商务发展分析 一、B2B模式成中小企业开展电子商务首选 二、中国中小企业B2B交易规模情况 三、中国中小企业B2B电子商务市场发展状况 四、中小企业B2B电子商务借力搜索引擎 五、专业B2B商业搜索更能满足中小企业需求 第四节 金融危机下中小企业B2B电子商务应用分析 一、B2B业务成中小企业应对危机的利器 二、金融危机导致中小企业B2B电子商务市场需求大增 三、金融危机下中国B2B运营商与中小企业应互助发展 第五节 中小企业实施B2B电子商务存在的问题及对策 一、中小企业应用B2B电子商务的制约因素及发展瓶颈 二、中小企业实施B2B电子商务的五大问题及对策 三、中小企业对B2B平台的选择策略分析 四、中小企业运用B2B营销策略分析 第六节 中小企业B2B市场前景趋势分析 一、中小企业B2B应用走向专业化 二、B2B搜索引擎为中小企业带来大商机 三、中国中小企业B2B市场潜力巨大 四、中国中小企业B2B电子商务市场发展趋势分析 五、中小企业B2B电子商务竞争趋势分析 第四章 中小企业B2C电子商务分析 第一节 中小企业B2C电子商务概述 一、B2C模式概念 二、中小企业B2C主要形态及成功运营模式 三、专业B2C网络交易平台优势及劣势 第二节 中国B2C电子商务发展状况 一、中国B2C电子商务迎来快速发展期 二、中国电子商务B2C市场发展分析 三、我国B2C电子商务发展瓶颈及其突破点 第三节 中小企业B2C发展分析 一、中小企业B2C发展概况 二、金融危机下中小企业应开展B2C整合营销 三、B2C成为中小企业盈利的突破口 四、部分中小企业B2C商务实践情况 第五章 主要地区中小企业B2B电子商务发展分析 第一节 浙江 一、浙江中小企业B2B电子商务应用情况 二、浙江中小企业积极开展电子商务 三、浙江省3000万元助中小企业发展电子商务 四、电子商务助浙江中小企业度过危机 五、义乌中小企业B2B电子商务发展状况分析 第二节 广东 一、广东中小企业发展电子商务正当其时 二、广东资助中小企业开展电子商务 三、深圳中小企业B2B电子商务应用状况 四、深圳中小企业B2B电子商务发展步入新纪元 五、中山建成首个网上产业集群平台助中小企业过冬 第三节 其他地区 一、山东中小企业信息化调查情况 二、山东降低中小企业B2B电子商务与物流应用门槛 三、金融危机下福建企业网上交易悄然兴起 四、重庆建中小企业B2B电子商务平台应对危机 五、云南与UNSCAP签订建设GMS中小企业B2B电子商务平台协议 六、攀枝花中小企业B2B电子商务应用现况 第六章 中小企业B2B电子商务应用解决方案主要提供商 第一节 IBM 一、公司简介 二、IBM的电子商务解决方案 三、IBM电子商务解决方案综合评价及适用范围 四、IBM针对中小企业开展电子商务 第二节

ORACLE 一、公司简介 二、Oracle的电子商务解决方案 三、Oracle电子商务解决方案综合评价及适用范围 第三节 SAP 一、公司简介 二、SAP电子商务解决方案主要产品 三、SAP电子商务解决方案综合评价及适用范围 第四节 微软 一、公司简介 二、微软电子商务应用解决方案 三、微软与阿里巴巴联手开拓中小企业B2B电子商务 四、微软推出中小企业C2B电子商务用户到企业平台 第七章 中小企业B2B电子商务应用第三方电子商务网站 第一节 阿里巴巴 一、公司简介 二、阿里巴巴SWOT分析 三、阿里巴巴经营状况 四、阿里巴巴经营状况 五、阿里巴巴与如家合作拓展中小企业B2B电子商务市场 六、阿里巴巴计划在江苏扶持5万家中小企业开展电子商务 第二节 慧聪网 一、公司简介 二、慧聪主营业务范围 三、慧聪经营状况分析 四、慧聪经营状况分析 五、慧聪网为中小企业B2B电子商务打造良好平台 第三节 买麦网 一、公司简介 二、买麦网推出“买麦之音”服务频道 三、买麦网推出“V计划”助中小企业过冬 四、买麦网发展战略 第八章 中小企业B2B电子商务前景趋势分析 第一节 中小企业B2B电子商务前景分析 一、中小企业掌握电子商务的未来 二、中小企业应用电子商务前景广阔 三、我国中小企业移动电子商务将加速发展 第二节 中小企业应用电子商务趋势分析 一、中小企业B2B电子商务应用主要发展趋势分析 二、企业搭建行业电子商务网趋势分析 三、中小企业B2B电子商务平台发展趋势分析 四、中小企业B2B电子商务平台的发展方向 第九章 电子商务行业投资机会与风险防范 第一节 电子商务行业投融资情况 一、行业资金渠道分析 二、固定资产投资分析 三、兼并重组情况分析 四、电子商务行业投资现状分析 第二节 电子商务行业投资机会 一、产业链投资机会 二、重点区域投资机会 三、电子商务行业投资机遇 第三节 电子商务行业投资风险及防范 一、政策风险及防范 二、技术风险及防范 三、供求风险及防范 四、宏观经济波动风险及防范 五、关联产业风险及防范 六、产品结构风险及防范 七、其他风险及防范 第四节 中国电子商务行业投资建议 一、电子商务行业未来发展方向 二、电子商务行业主要投资建议 三、中国电子商务企业融资分析 第六部分 发展战略研究 第十章 电子商务行业发展战略研究 第一节 电子商务行业发展战略研究 一、战略综合规划 二、技术开发战略 三、业务组合战略 四、区域战略规划 五、产业战略规划 六、营销品牌战略 七、竞争战略规划 第二节 对我国电子商务品牌的战略思考 一、电子商务品牌的重要性 二、电子商务实施品牌战略的意义 三、电子商务企业品牌的现状分析 四、我国电子商务企业的品牌战略 五、电子商务品牌战略管理的策略 第三节 电子商务经营策略分析 一、电子商务市场细分策略 二、电子商务市场创新策略 三、品牌定位与品类规划 四、电子商务新产品差异化战略 第四节 电子商务行业投资战略研究 第十一章 研究结论及发展建议 第一节 电子商务行业研究结论及建议 第二节 电子商务关联行业研究结论及建议 第三节 中国电子商务行业发展建议 一、行业发展策略建议 二、行业投资方向建议 三、行业投资方式建议 附录 附录一：广东省电子商务交易条例 附录二：广州市中小企

业B2B电子商务应用扶持资金管理暂行办法 附录三：上海市促进电子商务发展规定

略••••完整报告请咨询客服 图表目录 图表：电子商务按交易主体分类 图表：B2B电子商务分类（按贸易类型） 图表：B2B电子商务分类（按贸易主导主体类型） 图表：中国中小企业B2B电子商务三个发展阶段 图表：中国电子商务B2B市场交易额及增长 图表：中国B2B电子商务服务市场品牌格局 图表：中小企业总体数量规模 图表：我国B2B电子商务发展地区分布情况 图表：中国第三方B2B电子商务平台营收份额 图表：影响中国中小企业B2B电子商务发展主要因素 图表：中国中小企业B2B电子商务交易规模 图表：中国电子商务B2C市场交易额及增长 图表：中国B2C网上销售平台品牌格局 图表：浙江电子商务应用状况 图表：微软电子商务应用解决方案

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/430361.html>