

2007-2008年中国电子商务 行业研究及前景预测报告

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

《2007-2008年中国电子商务行业研究及前景预测报告》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/200806/1777.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

第一章 电子商务行业基本概述

一、电子商务基本概念

(一) 电子商务概念界定

(二) 电子商务VS电子业务

1、电子业务

2、电子商务

(三) 电子商务特性

二、电子商务应用功能

(一) 电子商务应用

1、企业商务过程

2、传统商务与电子商务运作过程的区别

(二) 电子商务功能

1、广告宣传

2、咨询洽谈

3、网上订购

4、网上支付

5、电子帐户

6、服务传递

7、意见征询

8、交易管理

(三) 电子商务的影响

第二章 国际电子商务发展状况分析

一、2007年国际电子商务发展整体情况分析

二、国际互联网商务新模式与技术进展

三、国际上信息化和电子政务方面的发展

四、国际电子商务的法律和文化因素分析

五、国际电子商务发展特点分析

六、全球电子商务市场发展综述

(一) 全球电子商务市场发展规模

1、全球电子商务市场分析

2、全球电子商务贸易额预测

(二) 全球各地区(国家) B2B电子商务市场情况

1、全球各地区电子商务发展

2、全球各国电子商务发展

3、全球电子商务发展趋向

(三) 国际企业互联网应用状况调查分析

第三章 2007中国电子商务发展现状分析

一、中国电子商务宏观环境状况

(一) 中国电子商务运行环境

(二) 中国电子商务政策法律环境

(三) 中国电子商务人才环境

二、电子商务的产生和发展

(一) 计算机的广泛应用

(二) 网络的普及和成熟

(三) 信用卡的普及应用

(四) 电子安全交易协议的制定

(五) 政府的支持与推动

三、电子商务发展的两个阶段

四、2007电子商务发展现状

(一) 我国电子商务发展现状

(二) 我国电子商务发展特点

第四章 2007年中国电子商务市场运行情况

一、中国互联网和电子商务市场发展综述

(一) 市场规模

(二) 中国电子商务网站发展情况

(三) 2007年中国电子商务网站地域分布

(四) 发展开始迈入实质性阶段

二、传统企业与电子商务研究

三、中国B2C电子商务市场发展综述

(一) 中国B2C电子商务市场规模及特点

1、 B2C电子商务在中国的发展

2、 B2C市场规模及特点

(二) 中国电子商务个人消费市场研究

1、 用户认为互联网对其在如下几方面的影响

2、 用户认为目前网上交易存在的最大问题

3、 网络用户消费偏好分布

4、 电子商务个人消费市场研究

四、 中国B2B电子商务市场发展综述

(一) 中国B2B电子商务市场规模及特点

1、 企业对互联网和电子商务需求

2、 企业电子商务网站发展现状

3、 企业网站行业分布

4、 企业网站发展情况

(二) 中国B2B网站行业发展现状

1、 中国网站行业发展综述

2、 网站行业内部竞争的主要领域

3、 B2B网站行业的寿命周期及目前所处的阶段

4、 产业关联度

5、 B2B电子商务发展的瓶颈因素

6、 B2B电子商务发展前景分析

第五章 电子商务技术支持与物流配送调查分析

一、 电子商务市场技术环境

(一) CA发展概述

(二) PKI体系及周边国家建设状况

1、 PKI概念

2、 PKI体系结构

3、 PKI立法

4、 PKI标准化

(三) cnXML - 电子商务标准

二、 物流配送系统与供应链

(一) 物流业发展概述

- 1、传统产业的需求
 - 2、物流企业自身生存和发展的需要
 - 3、电子商务发展
 - 4、WTO的影响
 - 5、西部大开发
- (二) 物流产业和物流管理
- (三) 物流业在电子商务发展中面临的课题

第六章中国电子商务发展面临的问题与对策研究

- 一、中国电子商务市场中亟待解决的问题
- (一) 中国电子商务的“五重五轻”;
- (二) 制约传统企业电子商务发展的因素
- 二、中国电子商务市场发展的对策与方向
- (一) 中国电子商务市场发展的对策
- 1、改善电子商务支付环境
 - 2、加快物流配送体系建设
 - 3、进一步创新人才培养方式
- (二) 中国电子商务市场发展的方向

第七章 细分行业电子商务模式选择与评价

- 一、农业
- (一) 农业信息化发展概述
- 1、农业信息化探索和起步阶段
 - 2、农业信息化迅速发展时期
- (二) 农业电子商务发展模式
- (三) 农业电子商务化发展中存在的问题
- (四) 农业电子商务的发展规划
- 1、加大政府支持力度
 - 2、加强管理，规范农业信息服务，保护农民利益
 - 3、统一技术标准，加快信息共享，提高服务效率
 - 4、因地制宜
- (五) 农业电子商务呼唤第三方平台

二、电子通讯行业

（一）电信业发展电子商务的意义

（二）电信业发展电子商务现状

- 1、传输网络建设
- 2、互联网络建设
- 3、互联互通工作
- 4、改善电信服务
- 5、推进信息网络化
- 6、启动三大上网工程

三、汽车行业

（一）汽车产业的网络化生存效益

- 1、灵活的商品目录管理功能
- 2、网上洽谈功能
- 3、订单管理功能
- 4、基于角色的权限和个性化页面

（二）汽车行业电子商务发展模式

（三）汽车行业电子商务案例：长安汽车

四、医药行业

（一）医药电子商务的分类

（二）医药行业电子商务应用

- 1、电子商务在医药行业中的优越性
- 2、国内外医药行业电子商务发展迅速
- 3、制约中国医药电子商务发展的原因
- 4、医药企业电子商务应注意的三个阶段

（三）医药行业电子商务模式

- 1、医药行业电子商务模式
- 2、医药电子商务试点单位

（四）电子商务在医药行业中的案例分析

- 1、上海医药商务网电子商务应用
- 2、海虹医药电子商务应用

（五）医药行业的电子商务前景展望

- 1、医药产品网上销售

2、国际上的各种尝试

3、医药企业实施电子商务应注意的三个阶段

五、日用消费品及零售行业

(一) 零售百货开展电子商务的可能性以及优越性探析

(二) 中国零售业电子商务发展中存在的问题

(三) 中国零售业电子商务发展的主要思路

(四) 中国网络零售业的发展趋势

六、物流行业

(一) 我国物流业发展现状

(二) WTO和电子商务对物流业的双重挑战

1、WTO对我国物流业的挑战

2、电子商务对我国物流业的挑战

3、WTO加速了电子商务对物流的间接挑战

(三) 我国物流业发展对策

1、加强物流基础设施的建设

2、充分利用现代高科技手段

3、建立和完善物流的法律法规和标准

4、提供多功能、全球性、一流的服务

5、大力发展第三方物流，促进物流一体化

6、积极开展教育培训，转变观念，培养人才

第八章 企业电子商务应用状况研究

一、企业ERP实施和信息化建设现状

(一) 企业信息化建设现状

(二) 企业信息化的渠道和方式

(三) 我国企业ERP应用现状

二、企业营销新模式：网络营销

(一) 网络营销发展模式

(二) 网络营销的行业分布与导向

1、IT业

2、旅行旅游行业

3、国际贸易

4、新闻、出版服务

5、信息服务业

(三) 网络营销8大策略分析

(四) 网络拓新营销要素

1、开放联合增加产品宽度

2、服务为王

3、品牌具有巨大的优势

4、多层配送体系的便利性

(五) 网络营销发展前景

第九章 电子商务网站典型案例分析

一、雅虎

(一) 雅虎基本情况简介

(二) 雅虎综合在线市场营销策略——“一站式”的解决方案

1、百事可乐与雅虎携手共创互联网营销

2、福特与雅虎合作，开辟在线服务

3、追求业务多元化，编织新业务门户网站

二、Amazon

(一) Amazon简介

(二) Amazon网络营销的优势

(三) 会员制营销与佣金

三、8848网站

(一) 8848网站简介

(二) 数据分析

(三) 8848网站体系构成

1、购货体系

2、结算体系

3、配送体系

(四) “8848”整体策划的成功

四、电子商务网站企业盈利策略

(一) B To B电子商务企业的盈利策略

1、企业间电子商务的效益来源

2、企业间电子商务盈利案例

(二) B to C电子商务企业盈利策略

- 1、 廉价策略
- 2、 运用网络营销，延伸销售渠道
- 3、 销售专业产品
- 4、 选择适当的经营项目
- 5、 应用Internet强化客户服务
- 6、 应用广告媒体，打开网站知名度

第十章 WTO对中国电子商务发展影响

一、WTO对我国电子商务领域的影响

- (一) 电子商务形式
- (二) 电子商务行为
- (三) 电子商务文化
- (四) 电子商务内容
- (五) 电子商务用户
- (六) 电子商务骨干设施
- (七) 电子商务跨国联盟
- (八) 电子商务国际贸易
- (九) 电子商务就业
- (十) 电子商务对民族产业升级

二、WTO将促进我国电子商务发展

三、我国电子商务接轨WTO和e WTO

- (一) 企业应加速“信息化”改造
 - (二) 加快企业网络的综合建设
 - (三) 政府应尽快确定统一标准和相关法律，为企业扫清路障
 - (四) 制定好电子商务的基本政策
 - (五) 组织“产学研”联合攻关和行业协同整合
- 1、 在技术上联合攻关
 - 2、 在经济上协同整合

第十一章 “十一五规划”对中国电子商务发展动向的影响

一、2007年中国电子商务概况

(一) 总体概况

(二) 电子商务的三种主要运营模式概况

1、B2B电子商务发展概况

2、B2C电子商务发展概况

3、C2C电子商务发展概况

二、主要电子商务网站运营状况

(一) 阿里巴巴

(二) 慧聪网

(三) 金银岛

(四) 买麦网

(五) 当当网

(六) 卓越网

(七) 贝塔斯曼

(八) 淘宝网

(九) EBAY易趣网

三、“十一规划”对电子商务的发展期望

(一)“十一五规划”对电子商务的机遇和挑战

(二) 第九届中国国际电子商务大会将召开

第十二章 2007-2010年中国电子商务发展趋势分析与前景预测

一、全球电子商务发展趋势

(一) 总体发展趋势

(二) 互联网站和B2B电子商务网站发展趋势

1、互联网络发展趋势

2、全球B to B电子商务发展趋势

二、中国电子商务发展趋势

(一)“十一五”规划给电子商务带来发展机遇

(二) 中国电子商务发展目前存在的问题

(三) 我国电子商务发展对策

(四) 我国电子商务发展前景展望

三、电子商务网站发展预测

(一) 网站由水平门户向垂直门户发展的趋势

(二) 电子商务站点从模式到商务的运作转变

(三) 我国电子商务网站发展总体趋势

1、专一化趋势

2、融合化趋势

3、区域化趋势

4、大众化趋势

5、延伸化趋势

6、国际化趋势

四、企业电子商务发展前景

(一) 企业电子商务的流程

(二) 企业电子商务关键点：供应链、客户关系

(三) 企业电子商务发展内容预测

1、网上分销：网上进行分销商或代理商的销售

2、网上采购

3、客户关系管理系统

图表目录（部分）：

图表：电子商务的主要内容和典范服务功能

图表：全球电子商务增长情况(单位:亿美元)

图表：全球各地区B2B电子商务收入（单位：十亿美元）

图表：全球各地区B2B电子商务收入增长率

图表：全球电子商务经济指数（GNEI）前五位排名及中国排名

图表：全球11国家家庭宽带上网的百分比

图表：2006年-2007年上半年美国各产业企业间电子商务交易市场规模

图表：主要国家企业互联网应用状况

图表：主要国家企业如何应用互联网（回答者的百分比）

图表：中国电子商务市场发展历程

图表：2007年我国网站数量增长情况

图表：中国与世界中等发达国家指标比较

图表：用户认为互联网对其在如下几方面的影响

图表：用户认为目前网上交易存在的最大问题

图表：网络用户消费偏好分布

图表：各行业建网情况

图表：企业网站行业分布

图表：1980—2007年城镇居民和农村居民收入水平趋势表

图表：医药电子商务B2B医药交易场

图表：医药电子商务试点单位

图表：大型企业信息化系统应用现状

图表：当前ERP的主要实施方式

图表：成功实施ERP可带来的好处

图表：网络用户消费偏好分布

图表：美国2006年圣诞节最大的网上零售商（包括家庭和工作用户）

图表：8848购物流程

图表：2006年全球主要国家宽带数用户数量统计

图表：2007-2010年部分量化指标预测值

图表：2007-2010年企业电子商务发展预测

图表：2007-2010年全球电子商务贸易额预测

图表：2007-2010年我国电子商务行业发展趋势图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200806/1777.html>