

# 2021-2027年中国汽车配件 B2B市场评估与投资前景分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2021-2027年中国汽车配件B2B市场评估与投资前景分析报告》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/202103/209097.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

B2B（也有写成 BTB，是Business-to-Business的缩写）是指企业与企业之间通过专用网络或Internet，进行数据信息的交换、传递，开展交易活动的商业模式。它将企业内部网和企业的产品及服务，通过 B2B 网站或移动客户端与客户紧密结合起来，通过网络的快速反应，为客户提供更好的服务，从而促进企业的业务发展。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国汽车配件B2B市场评估与投资前景分析报告》共八章。首先介绍了汽车配件B2B行业市场发展环境、汽车配件B2B整体运行态势等，接着分析了汽车配件B2B行业市场运行的现状，然后介绍了汽车配件B2B市场竞争格局。随后，报告对汽车配件B2B做了重点企业经营状况分析，最后分析了汽车配件B2B行业发展趋势与投资预测。您若想对汽车配件B2B产业有个系统的了解或者想投资汽车配件B2B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电子商务概述第一节 b2b电子商务的概念第二节 b2b电子商务的特点第三节 b2b网站的交易流程第四节 b2b电子商务系统分析

第二章 汽车配件行业b2b电子商务运作环境分析第一节 中国电子商务规模分析一、电子商务交易规模分析二、电子商务市场结构分析（一）电子商务市场结构（二）电子商务区域结构三、电子商务从业人员规模四、电子商务相关融合产业第二节 电子商务运作环境分析一、b2b电子商务运作微观环境二、b2b电子商务运作宏观环境三、b2b电子商务运作企业环境第三节 中国企业电子商务应用环境一、中小企业数量及发展规模二、电子商务企业应用情况分析三、企业电子商务交易规模分析四、企业b2b电商交易规模分析第四节 汽车配件企业b2b电子商务网络环境一、网民基本情况分析（一）总体网民规模分析（二）分省网民规模分析（三）手机网民规模分析（四）网民属性结构分析二、网民互联网应用状况（一）信息获取情况分析（二）商务交易发展情况（三）交流沟通现状分析（四）网络娱乐应用分析

第三章 汽车配件行业市场规模与电商空间预测第一节 汽车配件市场发展现状分析一、汽车配件行业产业政策分析二、汽车配件行业发展现状分析三、汽车配件行业市场规模分析四、汽车配件行业重点企业分析五、汽车配件行业市场竞争格局第二节 汽车配件行业发展前景预

测分析一、影响行业发展有利因素二、影响行业发展不利因素三、汽车配件市场前景预测分析  
第三节 汽车配件电商市场规模与渗透率一、汽车配件电商总体开展情况二、汽车配件电商渠道渗透率分析  
第四节 电商行业未来前景及趋势预测一、汽车配件电商行业市场空间测算二、汽车配件电商市场规模预测分析三、汽车配件电商发展趋势预测分析

第四章 汽车配件行业电子商务b2b模式分析第一节 汽车配件电子商务b2b市场概况第二节 汽车配件电子商务b2b盈利模式  
第三节 汽车配件电子商务b2b运营模式第四节 汽车配件电子商务b2b的供应链

第五章 汽车配件企业b2b电子商务开展条件及障碍第一节 汽车配件企业的b2b电子商务开展条件分析一、企业发展b2b电商的外部环境二、企业发展b2b电商的内部条件三、企业发展b2b电商的机遇分析四、企业发展b2b电商的挑战分析  
第二节 汽车配件企业开展b2b电子商务业务流程环节一、企业内转型二、供应链集成三、增值网集成四、战略性转变  
第三节 汽车配件企业开展b2b电子商务遇到的障碍一、接受障碍二、业务流程各环节障碍三、制度环境障碍

第六章 汽车配件企业b2b电商战略体系构建及平台选择第一节 汽车配件企业转型电商构建分析一、汽车配件企业b2b电商关键环节分析（一）产品采购与组织（二）电商网站建设（三）网站品牌建设及营销（四）服务及物流配送体系（五）网站增值服务二、汽车配件企业b2b电商网站构建（一）网站域名申请（二）网站运行模式（三）网站开发规划（四）网站需求规划  
第二节 汽车配件企业b2b电子商务运行模式选择一、模式一：企业b2b网站二、模式二：综合型b2b市场三、模式三：垂直型b2b市场四、模式四：交易型b2b市场  
第三节 汽车配件企业转型电商平台选择分析一、汽车配件企业b2b电商建设模式二、自建商城网店平台（一）自建商城概况分析（二）自建商城优势分析三、借助第三方网购平台（一）电商平台的优劣势（二）电商平台盈利模式四、电商服务外包模式分析（一）电商服务外包的优势（二）电商服务外包可行性（三）电商服务外包前景  
第四节 汽车配件企业电商平台选择策略

第七章 汽车配件行业b2b网站平台及企业入驻选择第一节 巴图鲁一、企业发展简况分析二、企业经营情况分析三、企业经营优劣势分析  
第二节 诸葛修车网一、企业发展简况分析二、企业经营情况分析三、企业经营优劣势分析  
第三节 中驰车福网一、企业发展简况分析二、企业经营情况分析三、企业经营优劣势分析  
第四节 正时汽车一、企业发展简况分析二、企业经营情况分析三、企业经营优劣势分析  
第五节 66公里一、企业发展简况分析二、企业经营情况分析三、企业经营优劣势分析

第八章 汽车配件企业进入b2b领域市场策略分析第一节 汽车配件企业电子商务市场投资要素一、企业自身发展阶段的认知分析二、企业开展电子商务目标的确定三、企业电子商务发展

的认知确定四、企业转型电子商务的困境分析第二节 汽车配件企业转型b2b电商物流策略分析一、汽车配件企业电商自建物流分析（一）电商自建物流的优势分析（二）电商自建物流的负面影响二、汽车配件企业电商外包物流分析第三节 汽车配件企业b2b电商市场前景及策略分析一、汽车配件企业b2b电商前景分析二、汽车配件企业b2b电商策略分析

部分图表目录：图表：中国网民规模和互联网普及率图表：2019年中国内地分省网民规模及互联网普及率图表：中国手机网民规模及其占网民比例图表：中国网民性别结构图表：中国网民年龄结构图表：中国网民学历结构图表：2011-2019年我国汽车配件b2b行业销售收入及增长情况图表：2011-2019年我国汽车配件b2b行业销售收入及增长对比图表：2021-2027年中国汽车配件b2b行业销售收入预测图图表：汽车配件电子商务b2b流向图表：配件经销商流通关系图表：市场现有问题图表：b2b电商未来方向

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202103/209097.html>