



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007 - 2008年中国制造业 电子商务市场研究年度报告

一、调研说明

《2007 - 2008年中国制造业电子商务市场研究年度报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/37855.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

2007年，中国制造业电子商务市场继续保持了稳定增长的势头，电子商务成为中国制造业与国际接轨、提升竞争力的关键因素。实际上，制造业电子商务随着我国“十一五”制造业信息化科技工程的实施逐步向深层开展，制造业电子商务的发展将为整个中国电子商务的发展注入新的活力，同时也将有助于提升我国制造业信息化的整体水平。

从整体市场来看，制造业电子商务市场主要由综合类电子商务市场、垂直门户类电子商务市场、企业自建电子商务市场、系统集成商及设备提供商市场共同构成。他们分别从不同层次、不同程度为制造业的采购、销售、生产等提供了具有不同效应的电子商务服务。第三方平台、系统集成商、自建平台等都得到了长足发展，第三方平台仍占市场主导地位，其中B2B规模达到81.3%，但自建平台已经显现出快速发展的态势。展望2008年，制造业电子商务市场的深度竞争将持续进行。

面对竞争与市场的变化和挑战，《2007-2008年中国制造业电子商务市场研究年度报告》，将从以下方面帮助业界厂商、投资者、产业链条更精确地把握中国制造业电子商务市场发展脉动、更深入地梳理细分应用价值变迁轨迹——

翔实的市场描述数据，从品牌结构、区域结构、应用结构、平台结构等多个角度刻画年度发展变化，洞察行业发展动向。

精炼主要品牌2007年竞争表现，从细分市场份额、竞争格局、竞争策略评述等多个维度总结企业成败得失，评点市场领先要素。

对未来市场的深度量化预测，就整体和细分市场展开建模回归与专家校验，得出有价值的趋势分析与定量结果。

细分市场的驱动力与阻碍因素，以及市场需求的多维剖析。

【 目录 】

一、2007年全球制造行业电子商务市场发展概述

(一) 市场规模与特点

1、2007年市场规模与增长

2、2007年市场特点

3、制造行业电子商务商业模式

(二) 主要国家与地区

1、美国

2、欧洲

二、2007年中国制造行业电子商务应用概述

(一) 市场规模与特点

1、2004 - 2007年市场规模与增长

2、2007年市场特点

3、制造行业电子商务发展阶段

(二) 中国制造行业电子商务应用模式

1、制造行业产业链分析

2、制造行业电子商务应用现状

三、2008 - 2012年中国制造行业电子商务市场预测

(一) 影响制造行业电子商务市场的因素分析

(二) 2007 - 2012年中国制造行业电子商务市场规模预测

(三) 2007 - 2012年中国制造行业电子商务市场结构预测

1、品牌结构

2、区域结构

3、应用结构

4、平台结构

四、2008 - 2010年中国制造行业电子商务市场趋势分析

1、应用趋势分析

2、盈利趋势分析

3、服务趋势分析

4、竞争趋势分析

五、细分中国制造行业电子商务市场研究

(一) 综合类制造行业电子商务网站

1、盈利模式

2、盈利状况

3、竞争格局

4、主力厂商

(二) 垂直行业类制造行业电子商务网站

1、盈利模式

2、盈利状况

3、竞争格局

4、主力厂商

(三) 自建门户类制造行业电子商务网站

1、盈利模式

2、盈利状况

3、竞争格局

4、主力厂商

(四) 系统集成商及设备提供商市场

1、竞争格局

2、主力厂商

六、中国制造行业电子商务市场需求研究

(一) 个人用户

(二) 企业用户（电子商务平台使用企业）

(三) 政府用户

七、建议

表目录

制造行业销售渠道类型

2007年阿里巴巴主要竞争策略

2007年慧聪买卖通主要竞争策略

2007年中国制造网主要竞争策略
2007年当当网主要竞争策略
2007年中国电子政务网主要竞争策略

.....

图目录

2002 - 2007年世界制造业电子商务交易额及增长
2002 - 2007年全球制造业规模及增长
制造业电子商务普及情况对比
2000 - 2007年美国制造业电子商务交易额规模及增长
2002 - 2007年欧盟制造业电子商务交易规模及增长
2004 - 2007年中国制造行业整体电子商务交易规模
2005 - 2007年中国制造行业在电子商务上的投资额及增长
制造行业电子商务模式比例
制造行业电子商务网站整体竞争格局

.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37855.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。