

2021-2026年中国木材B2B行业发展监测及投资战略 规划研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国木材B2B行业发展监测及投资战略规划研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/building/748097.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

木材是能够次级生长的植物，如乔木和灌木，所形成的木质化组织。这些植物在初生生长结束后，根茎中的维管形成层开始活动，向外发展出韧皮，向内发展出木材。

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电子商务的分类

第三节 B2B电子商务的特点

第四节 B2B网站的交易流程

第五节 B2B电子商务系统分析

第二章 木材行业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

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

第三节 中国B2B电子商务发展分析

一、B2B交易规模分析

二、B2B企业规模分析

三、B2B市场营收分析

四、B2B市场份额分析

五、B2B用户规模分析

第四节 木材企业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

（二）手机网民规模

（三）城乡网民规模

（四）非网民现状分析

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）网络金融应用分析

（五）网络娱乐应用分析

（六）公共服务应用分析

第三章 木材行业市场规模与电商空间预测

第一节 木材市场发展现状分析

一、木材行业发展现状分析

二、中国木材产品产量分析

三、中国木材原木产量分析

四、中国木材原木需求分析

五、木制品行业市场规模分析

六、木制品行业销售收入分析

七、木材行业发展取得阶段性成果

第二节 木材行业发展前景预测分析

一、影响未来木材需求的主要因素

二、各类木材产品未来发展展望

三、中国木材原木产量预测分析

四、中国木材原木需求预测分析

五、中国木制品行业市场规模预测

六、中国木制品行业销售收入预测

第三节 木材电商市场规模与渗透率

一、木材电商总体开展情况

二、传统木材存在的消费痛点

三、木材电商市场规模分析

四、木材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、木材电商行业市场空间测算

二、木材电商市场规模预测分析

三、木材电商行业发展机遇分析

四、木材电商发展趋势预测分析

第四章 木材行业电子商务B2B模式分析

第一节 电子商务B2B发展阶段分析

第二节 木材电子商务B2B盈利模式

第三节 木材电子商务B2B商业模式

第四节 木材电子商务B2B的供应链

第五章 木材企业B2B电子商务开展条件及障碍

第一节 木材企业的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电商的有利因素

四、企业发展B2B电商的制约因素

第二节 木材企业开展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 木材企业开展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 木材企业B2B电商战略体系构建及平台选择

第一节 木材企业转型电商构建分析

一、木材企业B2B电商关键环节分析

（一）电商网站建设

（二）网站品牌建设及营销

（三）网站增值服务

二、木材企业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 木材企业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 木材企业转型电商平台选择分析

一、木材企业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 木材企业电商平台选择策略

第七章 木材行业B2B网站平台及企业入驻选择

第一节 阿里巴巴

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 中国供应商网

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 慧聪网

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 世界工厂网

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

第五节 八方资源网

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

第六节 中国商品网

- 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

第七节 中国制造网

- 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

第八节 中国木材网

- 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

第九节 我的木材网

- 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

第十节 中国木材行业供应商网

- 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

第八章 木材企业进入B2B领域市场策略分析

第一节 木材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「AK LT」
- 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 木材企业转型B2B电商物流策略分析

- 一、木材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、木材企业电商外包物流分析
 - (一) 快递业务量完成情况
 - (二) 快递业务的收入情况
 - (三) 快递业竞争格局分析
- 三、木材电商物流构建策略分析

第三节 木材企业B2B电商市场前景及策略分析

一、木材企业B2B电商前景分析

二、木材企业B2B电商策略分析

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/building/748097.html>