# 电子商务B2B调查报告

来源：网络 作者：繁花落寂 更新时间：2024-06-25

*第一篇：电子商务B2B调查报告对乐山市B2C企业情况的调查报告一个从事B2C商务的企业能够提供服务给世界上任何地方的任何人。但实际上并非如此，很多B2C企业的销售对象一直主要是和公司同在一个地理区域的人们，本人对乐山市的两个B2C企业进入...*

**第一篇：电子商务B2B调查报告**

对乐山市B2C企业情况的调查报告

一个从事B2C商务的企业能够提供服务给世界上任何地方的任何人。但实际上并非如此，很多B2C企业的销售对象一直主要是和公司同在一个地理区域的人们，本人对乐山市的两个B2C企业进入了一次深入的调查，具体情况如下：

一、调查目的：对B2C有一个深入的了解，并能利用B2C的基本知识对不同站点情况进行分析比较。

二、调查对象：海尔冰箱BCD-539WT惠民（市场价：￥4299元）

三、调查方式：采取网上实际操作的调查方式进行实战演练

四、调查时间：2024年10月24日

五、调查内容：调查对象的商店链接、两个站点的地址、企业的名称、销售的商品、商品的价格、物流配送的情况、支付的方式等。

六、调查结果：

（一）企业名称：乐山新视界商贸有限公司

1.商店链接：http:// 4.商品价格：￥3600.00元

5.物流配送情况：主要针对乐山地区的销售服务，所以可以直接通过热线电话、QQ客服直接订货下单后，将立即免费送货上门并安装。

6.支付方式：（1）货到付款；（2）在线支付；（3）转账汇款。

（二）企业名称：四川乐山中百商场连锁有限公司

1.商店链接：http://www.feisuxs/ 2.销售的商品：乐山土特产、家用电器、家居厨卫、电脑办公、手机数码、箱包服饰、食品饮料、麦片/果汁

3.站点的地址：http://www.feisuxs/goods.php?id=372 4.商品的价格：￥3899.00元

5.物流配送的情况：

（1）配送范围：目前暂时只支持中心城区范围内（见区域示意图,红线内区域为配送范围）单笔订单金额大于50元的免费配送。

（2）配送时间

超市，百货类商品：

乐山中心城区的订单，当日晚上20:00前提交订货单（以订单进入出库状态时间点开始计算），当日或次日送达；晚上20:00后提交订货单（以订单进入出库状态时间点开始计算），次日或第三天送达。

家电，数码，通讯类商品：

乐山市中心城区的订单，当日上午11:00前提交订货单（以订单进入出库状态时间点开始计算），次日送达；晚上23:00前提交订货单（以订单进入出库状态时间点开始计算），第三天送达。

\*下单时可以选择“只工作日送货(双休日、假日不用送)”、“工作日、双休日与假日可送货”、“只双休日、假日送货(工作日不用送)”等时间类型，并选择是否提前电话确认。另外，还可以在订单备注里填写更具体的需求。

\*对于特殊情况不能及时送达，将随时电话联系协商送货。6.支付的方式：

（1)实体店自提：如果在网上下了定单，选择的是实体店自提，那么请在48小时内前往方便的相应实体店，报订单号经门店负责人确认后即可完成交易。

（2)货到付款：支付方式为现金。

（3)在线支付：开通了支付宝支付系统，支持多种银联卡的网上支付。温馨提示：如果你选择的是在线支付，因库存及价格变动的原因，下单后24小时内请务必完成网银支付，24小时未完成网银交易的订单系统将自动删除，若仍需购买请重新下单。

七、调查结果分析及体会

一）就模式而言，乐山新视界商贸有限公司属于网络品牌商城，乐山中百商场连锁有限公司属于连锁购销商城，均为“实体+网销”模式。

二）就企业类型而言，新视界商贸是商品制造商，而中百商场是经营着离线商店的零售商。

三）各自优点及缺点：新视界商贸拥有自身产品品牌，产品价格优势明显，对市场反映快速，但商品线单一，毛利非常低，推广成本巨大。中百商场依托传统零销售采购平台与强大供应支撑，有较高品牌信誉度，品牌品类上更丰富，但面临线上线下价格不统一威胁，易冲击现有渠道流通与价格体系，且配送范围仅限市中区，实在过于狭窄，不利于产品的销售。

四）因为都是针对本区域的购物者提供销售服务，所以无论是购买的便捷性还是物流的配送情况，这两个公司都可以做得很好。而且因为销售范围的限制，使得公司对商品销售情况及售后服务情况能很好的掌握，也能得到及时的反馈以便进行改进。

体会：购买时，消费者可以在网上看好物品，然后去实品店进行进一步的考察，这样会节约许多时间，不必一家一家的去看。支付方式多，产品安全性高，售后保障强，对于不想在远隔家乡的网站订购商品而又不想外出购物的消费者是十分好的选择。对消费者而言，消费者购买大件物品时，最关注的是商品的售后服务，而在同区域的商店购买商品也能很好的解决这个问题，完全不必担心物品出现问题时会有不方便修理的难题，这便也使针对本区域销售物品的企业有个更好的发展，易取得消费者的信任，提高企业的信誉度。

**第二篇：电子商务调查报告**

学号：10\*\*\*

姓名：张国志

1.电子商务调查报告

Internet技术的出现，使人们借助互联网络广泛地从事商品与服务的电子化交易成为可能，这不仅大大扩展了交易范围，而且可以有效地缩短交易时间，降低交易成本。在这种背景下，传统企业纷纷应用Internet技术，以实现企业e化和增强企业的市场竞争力。同时，新的商业模式与新的商业机会也不断涌现，电子商务淘金一时间成为整个社会的热潮。基于人们对电子商务概念理解上的不同，电子商务模式也千变万化，这其中夹杂着许许多多电子商务泡沫，造成了社会资源的极大消费。为此，弄清未来社会商业动作模式，把握电子商务的本质是非常必要的。这需要我们从信息技术发展与社会经济发展规律出发进行冷静地思考，以准确把握整个社会的发展过程。

电子商务概念首次引入中国是在1993年，第一笔网上交易发生在1996年。1998年以推动国民经济信息化为目标，企业间电子商务示范项目开始启动。1999年，消费类电子商务市场全面启动。电子商务开始进入市场导入期，呈现出蓬勃发展的势头。

自1999年以来，电子商务在中国开始了由概念阶段向实践的转变，1999年消费类电子商务活动中网上购物总交易额达5500万元。到2024年一季度，消费类（B2C/C2C）电子商务网站即已达1100余家，网民参与网上购物的比例达20.3%。2024年近9成的网民参与了电子商务活动，网上购物总交易额比1999年增长500%以上。

从今年开始，国内的公众投资者对投资电子商务表现出极大的热情，上市公司中，约有¼的公司宣布触网。大型传统企业对投资电子商务的意愿明显增强，海尔、联想、TCL拟定了耗资巨大的电子商务发展计划。国有资本开始表现出投资电子商务强烈的意愿，由国有资本控股的电子商务公司开始纷纷成立。

根据目前的情况,电子商务将按照三个步骤进行发展:

1.简单的个别的网上交易

现在有很多此类的ICP。其中著名的有美国的亚马逊网上书店，国内的有8848珠穆郎玛网上商店，263首都在线等等。在没有良好的交易平台作为技术支持和信誉好的银行作为保障的前提下，电子商务是无法蓬勃发展起来的。

2.网上城市

从经济学的角度来看，网上活动的增加必然导致此类ICP的急剧增加，之后便是银行和物流业者的介入。如此，网上城市的形成条件便初步具备了。这里所讲的网上城市仅指在同一个城市里建立一个综合各门各类的商务平台，来进行各种日常活动，如购物，订机票，网上远程教育，炒股，娱乐，等等。

3.地球村-无国界的地球和真正意义上的电子商务

它是网上城市在规模和数量上的大量增加。如此，各种商务活动，思想交流，学术活动，远程教育，国际访问均可在互连网上完成。

网上城市的建立与发展

要建立一个能进行正常运作的网上城市，需要方方面面的协助和参与。不仅要投入大量的财力，物力，更需要全民族，全人类的互相理解，互相帮助。从国内的电子商务的现状出发，如何才能建立一个较完善的网上城市呢？在下的拙见是缺什么补什么，对症下药。

金融服务体系

国内为电子商务服务的金融机构还处于萌芽阶段。由于信用业务的不完善，网上购物等活动都无法自由的展开。仅举中国银行为例，如要网上购物，你首先要持有长城卡，然后在电脑上安装电子钱包软件，再申请电子安全证书，接着你登陆到中行特约的网上商店进行选购，填写个人信息和送货地址，使用电子借记卡进行支付，最后等待送货上门。你说烦不烦？如果是我，早被吓走了，更别提买东西了。

购买力

网上城市的起步阶段一定要找好服务对象，因为即使你有最好的商务平台，也需要有人来“捧场”呀。这一群人必须能上网，有一定的经济实力，对网上购物感兴趣，还有充足的上网时间。因此，要先找到他们，了解他们，并对他们提供优惠的高质量的服务。

其中最关键的是电子货币的支付问题。国外的习惯做法是采用信用卡的支付方式，然而，这种方法在中国还不能圆满实现，有的只是名义上的“信用卡”-借记卡，同时还要辅以电子钱包和安全证书的使用。这不仅影响了网上交易的速度，也增加了难度。但相信随着互连网在中国的发展，这些问题都会解决。

物流体系

有了客户群和金融机构的信誉保障，便可以开展组建工作了。所附为是网上购物的基本物流图。物流业者不仅起着运输的作用，还起着售后服务和信息反馈的作用。以快餐业较发达的常州为例，网上商店若联合快餐业的销售网络及其优质的售后服务，一定能够打动消费者的心。而网上商店若以次充好，或漫天要价，将受到严重警告，甚至失去网上销售的权利。这就需要有一个网上电子商务的仲裁部门来进行仲裁。

仲裁部门

这些仲裁部门兼有消费者协会和工商管理局的角色，同时还是网络安全管理者和网络技术服务提供商。因此，必须有政府的参与和国家政策的扶持。

网上城市的初步要素都已具备，全国的网上城市都已经初具规模，真正的电子商务已形成了。

故本调查在研究企业目前信息化建设情况的基础上，深入的研究分析企业参与电子商务程

度以及企业对电子商务的认知。对政府、研究机构、投资者和网站了解目前中国B2B电子商务的基本状况及未来发展潜力有着一定的意义。企业信息化建设

1.1企业电脑普及及应用情况

每百人拥有电脑数低于10台以下的企业占据主体，占37%左右，而每百人电脑拥有数在70台以上的只占14%左右。

目前企业主要在办公自动化（包括文字处理与电子表格处理）与财务管理应用电脑，达到80%以上。其次是劳动人事管理（60%）。

电脑普及比较好的行业主要有电脑/通信设备/网络设备/软件，以及交通、运输、邮电业，每100人拥有电脑数达到50台以上的分别占48.3%和27.6%。而农/林/牧/鱼产品加工以及服装、工业设备的电脑普及率最低。

企业在网络建设方面一般会经历以下过程：

为提高工作效率，降低成本，企业首先会建立内部网，在建立了内部网之后，企业可能继续建立外部网，同供货商，代理商建立网上联系。由于互联网的迅速发展，多数会建立网站发布信息，收集客户资料，此次调查的数据也表明：没有建立内部网而直接建立网站的比例只有15%左右，大多数建立内部网的企业都建立了独立的网站或有自己的网页（62%），而建立外部网的企业，建立了独立的网站或有自己的网页比例达到80%。

1.2企业内部网建设

47%的企业拥有内部网。内部网拥有率比较高的城市有北京（64%）、杭州（59%）、青岛（57%）。沿海地区的企业内部网建设好于中西部地区，其比例分别为53%与41%。华北、华东、华南的内部网建设相对好于西南、华中、西北等地。

从行业看，电脑/通信设备/网络设备/软件、商贸服务业、交通/运输/邮电业以及电子元器件/家用电器业内部网建设比较好，尤其是电脑/通信设备/网络设备/软件业，将近7成拥有内部局域网。

从企业规模看，60%的大型企业已经建有内部网，分别高于中、小型企业的47%与38%。

不同企业类型内部网建设情况

1.3企业互联网建设

企业员工上网比例在10%以下的仍占据主体，将近35%。从行业看，电脑/通信设备/网络设备/软件、电子元器件/家用电器等行业员工上网比例较高，其中电脑/通信设备/网络设备/软件业将近6成的企业70%以上员工能上网。

在所调查企业中，将近1半（48.9%）的企业既没有建立主页，也没有申请域名，36.5%的企业拥有自己的网站与独立域名，7.3%的企业只有网页，但没有独立域名，另有9.4%的企业已经申请域名，但网络正在建设中。

从行业看，电脑/通信设备/网络设备/软件有五成以上的企业有自己的网站与独立域名，其次为电子元器件/家用电器（36.2%）与交通、运输、邮电业（36%）。

**第三篇：电子商务调查报告**

台州中小企业电子商务发展现状分析与对策

[摘 要] 本文分析了台州中小企业电子商务发展的现状，并指出台州中小企业电子商务的发展主要受其产品及服务对象、企业规模、市场规范和电子商务安全环境等因素的影响，提出了加快台州中小企业电子商务发展的若干建议，即加强企业对电子商务重要性的认识；根据企业规模选择适合的电子商务模式；有效利用现有资源；通过外部安全电子商务环境的建设提高交易的安全性；尽快完善电子商务相关法律以规范市场。

[关键词]台州；中小企业；电子商务；对策（建议）；

本研究采用访谈结合问卷调查的方式进行，所选样本覆盖了台州12个县级市及乡镇。具体企业的选取是基于百度搜索“台州中小企业”，再结合自己是否有顺利与之接触的能力而定。本次发放问卷共计50份，实际回收50份，回收率为百分百。但是，其中4份因存在明显的前后矛盾或与事实不符而被剔除，故应用于数据统计和分析的问卷为46份。在这46家企业中，有32家企业已经开展了电子商务，另外14家企业还未涉及电子商务。

一、台州中小企业电子商务的发展历程回顾

1.萌芽阶段。早在1998年台州就有中小企业建立B2C网站。随着1999年中国电子商务开始进入以推出电子商务项目为特征的新时期后，尤其是1999年下半年，中国的ICP和ISP等网络服务商们开始大举进入电子商务领域，新的电子商务网站和新的电子商务项目猛然间急剧增加，几乎每天都有各类电子商务信息与咨询网站、网上商店、网上商场、网上商城、网上邮购、网上拍卖等站点诞生。因此，电子商务作为一种新型的开拓市场形式被台州的中小企业看好，许多台州中小企业纷纷抢注网站，开展电子商务活动，在一年多时间里就有两千家企业建立了自己的网站或网页，卖起了自己的产品。

2.遭遇挫折。由于受整个市场和各种因素的影响，电子商务经过一阵短暂的热情之后就趋于冷淡，许多企业停顿了电子商务活动。台州2024家左右企业在互联网上设立的网站，没有更新内容的“空壳”网页占了90%以上，也就是说在互联网上拿信息化作装饰的比拿信息化做生意的要多，其直接的结果就是企业网站形同虚设。此后，尽管网民多达30万人次左右，上网企业数近8000家(2024年3月统计)，宽带建设也取得了长足进步。但与广东等网上购物发展已较为成熟的商业发达城市相比，台州中小企业电子商务的发展显得非常缓慢。

3.新的机遇。2024年春天一场突如其来的“非典”疫情袭击全球。由于“非典”病毒的近距离、接触式传播的典型特征，使电子商务远距离、非接触特性以及时间和空间无关性等典型特性被无限放大。而“非典”的重灾区在中国，中国电子商务在“非典”期间的表现为世人瞩目。在此大环境之下，台州中小企业再次看到了电子商务的曙光，开始积极备战。2024年，随着网络的复苏，国内电子商务巨头阿里巴巴、慧聪等大规模进入台州市场，给台州电子商务新一轮的发展注入强大的动力。

二、台州中小企业电子商务的发展现状

1.企业对电子商务关注较高，但对其潜在利益的认识较为肤浅。台州的中小企业对电子商务的关注程度相对来说是较高的，在接受调查的企业中有50%表示关注电子商务的发展。同时，在调查中也发现，一些年轻的企业老板，他们对如何进行“B2B”、“B2C”有一定认识，并有一部分人亲自规划过如何在阿里巴巴等网站上

开展电子商务，如“华达五金有限公司”的黄经理，他亲自在阿里巴巴上开了个“小小华达五金”的在线商店，其中包括产品图片的拍摄、标语的撰写以及价格的确定都是由他完成的。黄经理的一席话代表了许多年轻企业家对电子商务的态度：非常看好电子商务，但我认为它暂时并不能达到阿里巴巴向我吹嘘的那般有用，因为现在有方方面面的因素在制约它。从使用的实际效果来看，我认为电子商务还是非常有前途的，特别是专门针对中小企业的电子商务平台。但当提及对电子商务及其潜在利益的认识时，多数企业基本上不了解电子商务，认为电子商务仅是建个网站并在上面发布信息而已，很少能深刻认识到电子商务的成本降低、网上销售、网络订购、客户支持等功能。

2.多数企业认为电子商务对企业有所帮助。32家已开展电子商务的企业对电子商务现实利益的总体认识如下：18.7%的企业认为电子商务非常实用，65.7%的企业表示电子商务对企业有所帮助，余下的15.6%企业认为电子商务没什么用处。此外，多数企业表示，尽管现阶段实行电子商务带来的效益并不明显，企业在近期内也不会对电子商务的发展追加太多的投入，但企业会不断地关注电子商务的发展，一旦发现商机，则会毫不犹豫地追加投入。

3.企业网站互动层次低。一个成熟的电子商务网站不仅要发布关于企业及其产品的信息，产生由企业向客户的信息流，而且还要使得企业能够获得客户反馈的信息，产生从客户到企业的信息流，即网站应具有互动性。网站的互动性可以分为两个层次：

(1)信息发布层次，该层次互动性体现在企业提供信息，客户通过搜索或由选择地点击浏览自己感兴趣的页面信息，这是最初级的互动性(大部分企业可以做到)。

(2)建立关系层次：企业网站运用各种互动性技术，使网站访问者可以通过数据库搜索、发送邮件、网上交谈、订购、实时付款、货物派送等方式，与企业建立起有效的商品交易的信息流和物流关系。其中，建立关系的网站又可以分为两个层次：一是只进行信息的交换，而产品的交易仍然要利用传统方式，如商场、店铺或汇款、邮寄等；二是实现网上付款和物流的结合。

在台州进行有效调查的46家中小企业中有32家企业开展电子商务，虽然这32家企业都有网站，但这些网站的互动性最多的体现在信息发布层，即在网站中提供企业的基本信息、产品图片和简单说明以及一些其他相关信息；拥有第二层次中最为基础的在线订购系统的企业网站不到三分之一，更别提较高层次的在线支付系统和物流配送系统了。由此可知，台州多数中小企业的网站基本上只是信息的单向传递，互动层次较低。

4.网站信息更新滞后。电子商务活动中的信息服务主要包括：企业内部及企业间共享的信息和企业对外发布的公开信息。而网站作为企业的一个对外宣传窗口，它所要包含的信息是：企业的宣传资料、产品介绍、需求信息、上市公司按规定向外发布的信息等等。这类信息在电子商务信息服务中应占主要部分，服务对象不受限制，任何单位和个人都应该方便地免费获得。网络上公开信息的多少是电子商务走向普及的标志。只有当网络上拥有很多有价值的公开信息时，无论是信息的提供者还是接收者，才会对其产生依赖并形成习惯，这时的电子商务才会有坚实的群众基础。

但遗憾的是，虽然调查中发现尽管高达90%以上的拥有网站的企业都有信息发布层，但实际上它们形同虚设，完全达不到电子商务应用的需求。有些企业的网站设计比较完善，但仔细阅读，发现其最近的更新日期竟然是二年之前，而新闻中心的新闻记录至多不超过5条的企业网站还不是少数。

5.大多数企业电子商务的主要内容是信息发布。在开展电子商务的企业中，94%的企业在网站上进行网络宣传，97%的企业发布企业信息，但仅三分之一的企业在网上实施定购，且只有一家企业实施在线支付，没有企业进行物流配送，这说明台州绝大多数企业电子商务的主要功能就是发布信息。

6.未实施电子商务的企业基本没有明确的发展计划。14家还未开展电子商务的企业针对调查问卷中的“您认为随着公司的发展，在未来是否会涉足电子商务”的问题时，他们的回答如下：6家企业明确表示在未来肯定会实施电子商务，但没有明确的时间表；4家企业表示短期内没有实施电子商务的计划；剩余的4家企业则表示他们暂时不能确定，企业未来是否开展电子商务要根据企业的情况和电子商务发展的大环境而定。

三、影响台州中小企业电子商务发展的因素分析

1.企业产品及服务对象的影响。当企业(46家)回答有关其产品或服务是否适合展开电子商务问题时，其结果如下：41.3%的企业认为适合，21.7%的企业认为不适合，24%认为暂时不适合，还有13%的企业选择“不清楚”。

在选择“适合”的企业中，鞋类企业4家、服装企业1家、塑料制品企业3家、家具和装饰品企业3家、水泵和小机电企业5家、其他企业3家；选择“不适合”与“暂时不适合”的企业中多数为房地产、汽车销售、电动车制造企业。

另外，认为自己适合电子商务的企业绝大部分都有外贸背景。调查中还了解到，外贸公司之所以热衷于使用网络，是因为他们在外销的过程中接触到国外的大量电子商务网站。不少外贸公司的询盘和发盘都是通过电子商务来实现。

2.企业规模的影响。企业建立网站的目的是宣传产品、获得更多信息和争取更多客户的作用，进而增加企业的盈利水平，但其前提是网站有较大的访问量，且还要最终转化为实际的购买率。但目前许多中小企业建立的网站，由于种种原因，网站虽然建立了，但访问量小，对增加实际购买量的作用更小，没有达到增加盈利水平的目的。

在32家已经开展电子商务的企业中有19家表示近期不会有较大的投入用于电子商务的发展，究其原因，47%的企业表示现在的电子商务规模已经满足企业的要求，32%的企业表示能力有限，还有21%的企业认为没有必要。

3.技术、规范与人才的影响。为调查技术、规范与人才对台州中小企业电子商务发展的影响，问卷中设置了相关问题并罗列6个备选答案以供选择(单选)：网络基础设施落后、电子商务人才匮乏、电子商务市场不够规范、网络技术安全问题、滞后的配送问题及麻烦的会计处理。统计的结果显示：选择这6个答案的比率依次为24%、30%、41%、40%、19.5%和8.7%。

由此可见，网络安全和市场规范程度是直接影响到台州中小企业电子商务发展的两个主要因素。对此，一个问卷填写者给予了很好的回答：作为商家，考虑第一位的永远是利润，而一个好的、规范的市场才能使得企业的利润得以保证。当然，还有重要的一点是企业不希望在经营的过程中无缘无故地被打劫(即对安全的需求)。

企业考虑最少的两个因素是配送和会计问题。企业对配送问题的解释是：在没有解决前面的几个问题前，没必要太关注它；而对于会计问题的回答则是：我们主要是通过传统渠道进行财务结算的，还未考虑到此问题。

四、加快台州中小企业电子商务发展的对策

1.加强企业对电子商务重要性的认识。企业决策层对电子商务重要性的认识和参与是企业开展电子商务并获得成功的重要条件。因此，企业决策层应加强自身对

电子商务的认识与理解，在实施电子商务过程中应该有超前的预见性，其决策应具有长远性。

2.根据企业实际选择适合的电子商务模式。首先，对台州中小企业来说，B2B电子商务是一个较好的选择。这是由于B2C、B2G的模式要求在较大的范围内有较高的计算机普及率、高的上网率、消费者消费习惯的改变以及政府对电子政务的重视，而台州中小企业的电子商务目前仍未很好地具备这些外部环境。

其次，企业在建立网站后，应加入到行业协会网站、商业网站或政府主管部门所设立的区域性网站，在更多的网站上建立连接、发布供求信息，获取有关政策和市场信息，扩大本企业在行业或本区域中的知名度，增加与上游和下游的企业联合，形成战略联盟，发挥聚集优势，形成覆盖面广的外部网，逐渐实现B2B的电子商务模式，进而实现其他模式。

再者，中小企业的电子商务发展应该根据本企业的特点，进行长远规划、分步实施以降低投资和风险压力。对还没有条件建立网站的企业，可以先在一些网站上提供企业名片或产品供求信息宣传企业，以扩大企业网上知名度；准备建网站的企业要注意寻找服务优良的电子商务提供商并加强与其合作；已经建立网站的企业要加强对网站的管理，在提高信息的质量、数量的同时加快网站更新速度，同时做好网站推广工作，把网上推广和传统推广方式相结合。

3.充分、有效地利用已有资源。有些建有网站的企业由于管理不善，网站内容单一且长期不更新，客户通过电子邮件反馈的意见或所下的订单没有及时处理，不仅没有达到预期想要的效果，反而给客户留下了不好的印象，于是访问量更低，网站成了花钱的“摆设”，根本达不到建站的目的。但如果企业聘用既懂商务又懂技术的人来维护网站，则可彻底改变网站的管理现状；同时选择合适的电子商务提供商进行网络营销的推广，如百度竞价等。

4.通过外部安全电子商务环境的建设提高交易的安全性。要解决安全问题，首要的是建立一套安全系统来保护在线交易免受欺骗。目前可供选择的技术主要有CA安全认证，即当用户通过计算机在互联网上进行交易时，需要相应的证书来证明自己的身份，以确保交易安全。由于CA论证需要依靠一个独立的第三方认证中心(CA)来颁发，因此，提高电子商务的安全性不是仅仅依靠企业本身的努力便能实现，更需要外部环境的建设。

5.尽快完善电子商务相关法律以规范市场。在电子商务中存在许多不规范的运作，如以次充好、牟取暴利、交易不履约等，虽然网上商场是虚拟的，但发生的电子商务是真实的，它迫切需要法律法规来确保交易双方的权益。

参考文献：

[1]陈启杰.市场调研与预测[M].上海：上海财经大学出版社，2024.[2]唐敏，高永发.我国中小企业发展电子商务问题探讨[J].经济问题探索，2024，(11).[3]李庆.我国中小企业发展电子商务问题探讨[J].求实，2024，(1).[4]吕廷杰.中国电子商务发展研究报告[J].北京邮电大学，2024，(1).[5]欧阳锋.电子商务对中小企业核心竞争力的作用机理研究[J].中国流通经济，2024，(6).

**第四篇：电子商务调查报告**

电子商务调查报告

一．概述

电子商务（Electronic Commerce）的定义：以电子及电子技术为手段，以商务为核心，把原来传统的销售、购物渠道移到互联网上来，打破国家与地区有形无形的壁垒，使生产企业达到全球化、网络化、无形化、个性化、一体化。

通俗定义，电子商务是指利用简单、快捷、低成本的电子通信方式，买卖双方不谋面地进行的各种商业和贸易活动。

发展的三大阶段

第一阶段：从上世纪70年代开始的电子邮件阶段。

第二阶段：从1995年起，以WEB技术为代表的信息发布阶段。

第三阶段：EC（Electronic Commerce），即电子商务阶段。

中国的电子商务发展相对较晚，且发展阶段没有严格意义上的时间划分。

二．外部发展现状

据资料统计，中国电子商务始于1997年，此时第一家计算机网吧出现，仅限于内部几台计算机组成的局域网，不能访问互联网。虽然中国的电子商务起步晚，但发展迅速。短短十年的时间，已情怀西方国家基本同步。如果说欧美电子商务是“商务推动型”，那么中国电子商务则更多的是“技术拉动型”，这是中国电子商务与欧美电子商务在发展模式上的最大不同。

在欧美，电子商务实践早于电子商务概念，企业的商务需求“推动”了网络和电子商务技术的进步，并促成电子商务概念的形成。其飞速发展主要由良好的经济条件和庞大的网民群体为基础的良好环境；普遍的信用卡消费制度，完善的信用保障体系，解决了电子商务的网上支付问题；完善、正规的物流配送体系。

在中国，电子商务概念先于电子商务应用与发展，网络和电子商务技

术需要不断“拉动”企业的商务需求，进而引导中国电子商务的应用与发展。在信息交流渠道窄，网上交易资金安全得不到保障，运营成本较高等问题的制约下，无法有效地促进行业发展。

了解中国电子商务发展的特点，也是了解中国电子商务应用与发展中存在的问题困难。中国电子商务的发展特点，引起了各大门户网站的关注。如2024年4月9日，正式成立的“三网融合全程电子商务工程中心”，并同期启动“百万推进工程”，促进全国近百万企业开心脏病全程电子商务应用。“全程电子商务工程中心”的成立，得到了国家发改委、工信部、商务部科技部、教育部等政府部门的指导，用友集团旗下的核心企业——伟库电子商务公司将为工程中心及“百万推进工程”提供技术平台支持。

三．主要电子商务分类

1．企业—企业的应用（B 2 B）

企业与企业之间的电子商务将是电子商务业务的主体，约占电子商务总交易量90%。电子商务在供货、库存、运输、信息流通等方面大大提高企业的效率，通过电子商务，企业可以更及时、准确地获取消费者信息，从而准确定货，减少库存，并通过网络促进销售，以提高效率、降低成本，获取更大的利益，典型的网站有阿里巴巴中国网和国际网。

2．企业—消费者的应用（B2C）

企业对消费者的电子商务将最终在电子商务领域占据重要地位，是企业直接面对终端消费者的经营模式，主要应用于快消品等营销行业。因缺乏相应的保障体系，目前所占比例较少。大胆地进行电子购物活动，需要非常有效的电子商务保密系统。目前比较成熟的代表有淘宝商城、当当网等。

3．企业—政府的应用（B2G）

政府采购、税收、商检、管理规划发布等政府与企业之间的各项事务都可以涵盖在其中。在中国，电子商务的推广，政府起决定性的主导作用。目前此模式的使用率不高。

4．消费者—消费者的应用（C2C）

消费者在网上建立商店，买卖双方通过此交易平台进行交易，如淘宝

网、易趣网、百度网等。

5．企业—职业经理人的应用（B2M）

企业发布信息，职业经理人获得商业信息，并且将商品或者服务提供给所有的消费者，主要以团购和批发的形式，以便从中获取利润。典型的网站有团购网、迅购网等。

四．主要功能

电子商务可提供网上交易和管理等全过程的服务，因此它具有广告宣传、咨询洽谈、网上订购、网上支付、电子帐户、服务传递、意见征询、交易管理等各项功能。其中网上订单、网上支付、交易管理在日常中会用到。

1．网上订单

借助Web中的邮件或表单交互传送信息，实惠网上订购系统。网上订购通常都在产品介绍的页面上提供十分友好的订购提示信息和订购交互换式框。当客户堵完订购单后，通常系统会回复确认信息来保证订购信息的收悉，订购信息也可采用加密的方式使客户和商家的商业信息不会泄漏。

2．网上支付

电子商务要成为一个完整的过程，网上支付是重要的环节。客户用商家之间可采用多种支付方式，省去交易中很多人员的开销。网上支付需要更为可靠的信息传输安全性控制，以防止欺骗、窃听、冒用等非法行为。目前银行网银、快钱、支付宝、Paypal等十分流行，为电子商务的发展提供了支付支持。

3．交易管理

企业的整个业务管理将涉及到人、财、物多个方面，如企业和企业、企业和消费者及企业内部等各方面的协调和管理。因此，业务管理是涉及商务全过程的管理。

五．典型电子商务企业

目前互联网上比较知名的电子商务推广企业主要有阿里巴巴、百度推广、Google推广主、腾讯搜搜及其他专业性网站，如天下粮仓、中国食品网、中国大豆网等，每个电子商务推广企业都有自己的业务特点。

1．阿里巴巴

中国最大的网络公司和世界第二大网络公司，创立于1999年，是B2B的网上贸易市场平台。2024年5月，投资一亿元人民币建立个人网上贸易市场平台——淘宝网。2024年10月，阿里巴巴投资成立支付宝公司，面向另电子商务市场推出基于中介的宝剑交易服务。阿里巴巴集团公司有阿里巴巴（中国）网络技术有限公司（B2B）、淘宝网（C2C+B2C），支付宝（第三方支付平台）、1688网上批发大市场、中国雅虎（新闻媒体）5个子公司，合并被称为达摩五指，目前阿里巴巴网站注册为采购商免费，注册为中国供应商需要付费，国际站费用为19800元/年，国内站为3500元/年。目前阿里巴巴注册用户约560万，覆盖240个国家和地区，是挖掘国外客户遥首选。

2．百度

全球最大的中文搜索引擎，2024年1月创立于北京中关村，致力于向人们提供“简单、可依赖”的信息获取方式。百度旗下有奇艺、天空软件站、百度乐居、千千静听、乐酷天等。其中百度推广是一按效果付费的网络推广方式，简单便捷的网页操作即可给企业带来大量潜在客户，有效提升企业知名度及销售额，是做国内推广的首选。

3．Google

Google(Google Ine., NASDAQ: GOOG)是一家美国上市公司（公司有股份公司），于1998年9月7日以私有股份公司的形式创立，以设计并管理一个互联网搜索引擎。2024年8月19日，Google公司的股票在纳斯达克（NASDAQ）上市场，成为公司有股份公司。2024年2月23日，Google服务器迁出中国大陆，迁往中国香港，在国内的访问地址也改变，但业务继续在中国大陆开展，其产品涉及生活的各个领域，其中我们熟知的Google地球就是其中之一，可见该公司在世界企业中的实力，是做国际业务推广的首选。

六．同行业及附近企业情况

鲁花、西王、中粮黄海等食用油企业，目前主要是在内部流程审批、文件收发及ERP系统的应用等方面，尚未开展有效的电子商务活动，其中

黄海粮油、鲁花连基本的阿里巴巴中国供应也没有做，通过交流发现主要考虑的问题有以下几点：

1．中国的电子商务处于初级阶段，信誉体系尚未完备，还处于探索阶段，方向性不明确。

2．广告营销费用较高，需要大量的前期宣传投入且必要性不足。

3．相应的物流配送体系不完备。

4．企业整体对电子商务概念和应用范围较为模糊，适合公司发展的营运方式还有待探索。

周边企业同样存在这样的问题，京博在信息化建设方面投入较高，但也没有进行有效的电子商务活动，只是搭建了有效的信息化平台，可以为电子商务的开展奠定基础；注册了阿里巴巴国际帐户，主要用于客户的挖掘，产生了一定数量的国外订单，B2C等其他模式没有开展。

通过以上分析可以看出电子商务上的发展前景广阔，虽然目前国内的电子商务之路机遇与挑战并存，电子商务在企业的发展还有很长一段路要走，而且可能会走得，但这是企业未来发展的必经之路。

**第五篇：电子商务调查报告**

电子商务调查报告

美国是最早发展电子商务的国家，如今美国、欧盟、亚洲三足鼎立，电子商务从英文的字面上看就是利用现在先进的电子技术，从事各种商务活动的方式，实质上电子商务应该是一套完善的网络商务经营及管理信息系统，它是选用现有的计算机硬件设备，软件和山乡基础设施，通过一定的协议接起来的电子网络环境进行各种商务活动的方式，电子商务人微言轻现代服务业中的重要产业，有“朝阳产业，绿色产业”之称，具有“三高，三新”的特点，“三高”即人力资本含量，高技术含量，各高附加价值，“三新”指新技术、新业态、新方式；人流、物流、资金流、信息流“四流合一”是对电子商务核心价值键，具有市场全球化、交易连续化、成本低兼化、资源约化等优势。

中国电子商务经过长时期的引进发展后，境内各地区的电子商务公司正一断地掘起，电子商务方向也正不断完善，在其邵阳地区，最大的电子商务公司，湖南经桥网络于2024年创建，它是中国区域中小企业用户，为企业提供网上推广，商务应用，资讯信息共享,企业可通过经桥网的电子商务平台,找到自己需要的供求信息,生意伙伴,足不出户,订单上门,并坚持同行资源整合利益共享的原则,提出”跳出网络做网络”的运行新模式,而这个模式是其经网公司在其经营中发现中国电子商务还存在以下问题：

各区域的发展不平衡,中小企业电子商务发展仍显滞后,信用体系建设不完善,电子商务人才缺乏以及相关解决的方法,还有虚拟市场管

理不力,监与管没有执行好,因此经网从各方面不断完善自己的体系,至今在中央出席了一系列有关电子商务的政策以后中国的电子商务才得以更好的引进与发展。

目前,经网正随着政策以及用产的推力正不断的发展,但还不是稳定期,距稳定期还差电子商务人才,以及用户的信任,这是最主要,其次,是物流配套体系不完善。

在其邵阳地区电子商务也正不断进入邵阳人生活中以最基本的体现在如网上购物中,但大家并不知这其实是电子商务中的一类而以,我相信在今后各种渠道打道以后,电子商务的各种问题以会得以解决并进入其稳定期,如今邵阳以有电子商务公司几十家今后就会是遍布各地,就能彻底做到秀才不出门尽知天下事,网购天下物。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！