

我国B2B行业黄金发展年竟现阴霾 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/63/2021\\_2022\\_\\_E6\\_88\\_91\\_E5\\_9B\\_BDB2B\\_E8\\_c40\\_63657.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/63/2021_2022__E6_88_91_E5_9B_BDB2B_E8_c40_63657.htm) 近年来，随着中小企业电子商务服务平台的发展，和中小企业电子商务应用规模的提升，在“应用”和“平台”之间已经形成了一种良性循环、相互促进的关系。iResearch艾瑞市场咨询发布报告预言，2006年和2007年是中国电子商务的黄金时期，而2007年中国电子商务的市场总体规模将会达到17000亿元。经过2005年电子商务元年的酝酿阶段，2006年，面对如此诱人的“蛋糕”，各大电子商务平台纷纷磨拳擦掌，准备大干一场。同时，台湾、日本等电子商务品牌网站也纷纷介入。商格里拉牵头，慧聪，买麦等随后迎上，以免费政策引发了一场声势浩大的B2B普及风暴；阿里巴巴联手农行，环球资源网与慧聪联盟携手“快赢”计划等等推动着行业快速发展，前景一片欣然。但在时近金秋，这代表收获的季节，我国B2B行业却被乌云所困，业内负面新闻此伏彼起。阿里巴巴与慧聪之间，围绕“阿里巴巴日纳税一百万”和“慧聪国际曾提议阿里巴巴收购慧聪”两事的真实性，相互争论越演越烈。奇虎推出的“360安全卫士”把3721列入100多个可以被查杀的“流氓软件”，成了阿里巴巴与周鸿之争的导火线，共同上演了被有关媒体称为中国互联网“第一口水战”。慧聪的核心业务慧聪国际公司今年上半年亏损3613.4万元，并陷入劳资纠纷。而新秀商格里拉继去年上线被黑客攻击以来，再次遭到恶意袭击，造成损失严重，怀疑是同行对其营销政策的报复性行为。和平与发展是当今世界的两大主题，和平是前提，发展是条件，我国B2B

行业的发展也一样，网站之间的合作、资源共享、和谐进步，才能迎来行业的可持续健康发展。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)