

中国B2B电子商务发展阶段分析电子商务师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022__E4_B8_AD_E5_9B_BDB2B_E7_c40_645164.htm 中国B2B电子商务市场交易额占中国整个电子商务市场交易额的95%左右。总体来看，中国B2B电子商务发展分为四个阶段。

一、培育阶段 中国于1993年成立国民经济信息化联席会议及其办公室。1995年，中国互联网开始商业化。互联网公司开始兴起。1996年1月成立国务院国家信息化工作领导小组，20多个部委参加，统一领导组织我国信息化建设。1997年4月，中国商品订货系统(CGOS)开始运行。在这一阶段服务商依赖逐渐成熟的上网环境逐渐建立起了各自的服务体系，包括信用体系以及人气规模，使B2B服务能够具有一定的效果。

二、成长阶段 1998年3月，我国第一笔互联网B2B网上交易成功。由此中国B2B电子商务市场开始进入了成长阶段。随着外贸经济的发展，和国家的大力扶持，中国B2B电子商务市场迅速成长。

三、发展阶段 从2004年开始，中国B2B获得了空前的发展，国际风险投资对于中国B2B行业开始大力注资，国际资本开始向中国市场涌动。这一阶段应当是B2B服务由基础规模向更宽泛的功能过渡的阶段，在这一阶段中，部分服务商为了扩大平台效果而打通了B2C、C2C之间的差距，并将电子签名、网上支付等融入了自己的服务体系当中。目前国内的B2B服务正处于该阶段。

四、成熟阶段 中国企业信息化进程的加快，无疑给B2B电子商务市场营造了一个良好的氛围，从2010年开始，中国B2B电子商务市场将迎来成熟阶段。面向未来，B2B的服务商需要进一步整合更多的内容来丰富产品功能，依靠一些互

补的服务来提升用户价值，比如为推广方整合CRM管理的概念，为采购方整合SCM管理模块等。在这一过程中，他们整合进入的功能虽然未必强大，但却能够帮住中小级别用户大大提升用户体验。同时这一整合也完全符合像用友、INTEL这样的服务商的发展战略。我们也把这一阶段称之为纵向整合阶段。 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