

《B2B 电子商务网站诊断研究报告》

摘要版

新竞争力网络营销管理顾问

2010 年 10 月修订

版权所有 深圳市竞争力科技有限公司

官方网站: <http://www.jingzhengli.cn>

产品中心: <http://ma.jingzhengli.cn>

官方微博: <http://t.sina.com.cn/jingzhengli>

邮政地址: 深圳市科技园深南花园裙楼 A201

邮政编码: 518057

联系电话: 0755-26502263

电子邮件: info2@jingzhengli.cn

版权声明:

本研究报告供专业人员个人研究参考, 请勿以任何形式公开传播。深圳市新竞争力科技有限公司是本研究报告惟一版权拥有者, 并未授权任何单位或个人对本研究报告进行编辑、出版、发行, 或者通过其他媒介如互联网、光盘、磁盘、纸张、音频、视频等形式进行传播, 无论这种传播是否具有商业目的, 均被视为侵犯版权的行为。

如需在研究论文、书籍、新闻报道等场合引用本研究报告的调查数据和研究结论, 仅限于本研究报告摘要版提供的信息, 以及公开发布在深圳竞争力科技有限公司官方网站 (www.jingzhengli.cn) 上的相关内容, 并明确说明资料来源: 新竞争力网络营销管理顾问 (www.jingzhengli.cn), 《B2B 电子商务网站诊断研究报告》。

《B2B 电子商务网站诊断研究报告》(2005) 摘要版的主要内容

《B2B电子商务网站诊断研究报告》(2005) 研究背景和意义	3
《B2B电子商务网站诊断研究报告》(2005) 目录	4
《B2B电子商务网站诊断研究报告》(2005) 的核心价值	6
《B2B电子商务网站诊断研究报告》(2005) 主要研究结论	7
《B2B电子商务网站诊断研究报告》定价与订购方式	8
关于新竞争力网络营销管理顾问	9

《B2B 电子商务网站诊断研究报告》(2005) 研究背景和意义

B2B 网站是电子商务的重要组成部分, 各类电子商务平台对企业开展网络营销发挥着积极的作用, 随着近年来企业网络营销发展水平的不断提高, 对电子商务平台提出了更高的要求, 然而许多 B2B 电子商务网站仍然处于几年前的初级阶段, 网站的功能、结构、内容和服务等基本要素由于专业水平低下等方面的影响, 使得 B2B 网站的网络营销价值难以充分发挥出来, 同时也已经制约了这些 B2B 网站本身的发展, 于是许多 B2B 网站实际上正面临着生存还是死亡的抉择问题。另一方面, 行业领先者在多个方面都已经远远超过 B2B 网站的平均水准, 几乎处于垄断地位, 这也使得众多中小型 B2B 网站的生存更加艰难。

究竟哪些原因造成了 B2B 电子商务领域的两极分化? 对于已经落伍的 B2B 网站, 其原因是什么? 又如何才能从困境中走出来?

《B2B 电子商务网站诊断研究报告》(2005) 从 B2B 网站专业性诊断评价这一专业角度出发, 通过对 B2B 网站进行全方位的专业性诊断, 发现和研究 B2B 网站的内在规律, 为 B2B 网站的经营提供决策支持。之所以采用这种角度进行研究, 其基本思想在于, 从根本来说, B2B 网站存在和发展的基础是能够为企业网络营销提供应有的价值, 而 B2B 网站自身的专业性是实现这一目标的基础, 因此从 B2B 网站本身的专业性诊断评价方面进行深入的调查研究, 可以从深层次揭示 B2B 网站所存在的问题, 在发现问题的基础上, 进行系统的改进, 从而让 B2B 网站实现自身专业水平的升级, 为 B2B 网站的持续发展奠定坚实的基础。

《B2B 电子商务网站诊断研究报告》 目录

1. 研究背景和研究方法

1.1 研究背景和意义

1.2 关于调查样本的选择和来源

1.3 《B2B 电子商务网站诊断研究报告》(2005)的研究方法

1.4 《B2B 电子商务网站诊断研究报告》的核心工作及其价值

2. 关于 B2B 电子商务网站总体策划的调查分析

2.1 B2B 电子商务网站总体策划评价指标说明

2.2 B2B 网站总体策划评价结果

3. B2B 网站结构设计专业性调查与问题分析

3.1 B2B 电子商务网站结构评价指标说明

3.2 B2B 网站结构设计专业性诊断评价结果

3.3 B2B 网站结构设计专业性诊断评价分析建议

4. B2B 电子商务网站技术功能调查与问题分析

4.1 B2B 电子商务网站基本技术功能评价指标说明

4.2 B2B 电子商务网站基本技术功能评价结果

4.3 B2B 电子商务网站基本技术功能评价问题与建议

5. B2B 电子商务网站内容调查与问题分析

5.1 B2B 网站内容的主要评价指标说明

5.2 B2B 网站内容评价结果

5.3 B2B 网站内容评价问题与分析建议

6. B2B 网站顾客服务方式调查与问题分析

6.1 B2B 网站在线顾客服务的主要评价指标说明

6.2 B2B 网站在线顾客服务评价结果

6.3 B2B 网站顾客服务问题与分析建议

7. B2B 网站网络营销功能调查与问题分析

7.1 关于网站网络营销功能的介绍

7.2 B2B 网站网络营销功能评价指标说明

7.3 B2B 网站网络营销功能评价结果

7.4 B2B 网站网络营销功能评价分析与建议

8. B2B 电子商务网站可信度调查

8.1 关于网站可信度的一般介绍

8.2 对 B2B 网站可信度评价指标的说明

8.3 B2B 网站可信度评价指标评价结果

8.4 B2B 网站可信度评价指标诊断分析建议

9. B2B 网站搜索引擎优化状况评价分析

9.1 B2B 网站搜索引擎优化状况评价指标说明

9.2 B2B 网站搜索引擎优化状况评价结果

9.3 B2B 网站搜索引擎优化诊断评价与分析建议

9.4 案例分析：阿里巴巴网站的搜索引擎优化及其为用户带来的价值

10. B2B 网站特色功能与服务评价

11. B2B 网站 google 收录网页数量与质量分析

11.1 B2B 网站 google 收录网页数量调查

11.2 B2B 网站 google 收录网页质量调查结果

11.3 B2B 网站搜索引擎低质量网页成因分析

12. B2B 电子商务网站 PR 值调查分析

12.1 网站 PR 值及其意义简述

12.2 B2B 网站 PR 值调查结果

13. B2B 电子商务网站访问量指标统计分析

14. B2B 电子商务网站专业性诊断评价综述

14.1 B2B 电子商务网站综合评价结果

14.2 B2B 电子商务网站诊断评价研究报告主要研究结论

15. 附录：102 家被调查 B2B 网站网址、综合评分、PR 值、全球排名

《B2B 电子商务网站诊断研究报告》(2005) 的核心价值

《B2B 电子商务网站诊断研究报告》(2005) 的核心工作及其主要价值体现在四个方面:

(1) 制定了完整的 B2B 电子商务网站评价指标体系, 据此对每个网站各项评价指标的详细分析和统计。其中的中间数据约 1.5 万项, 每项数据均为新竞争力电子商务专家认真分析评价, 调查的基础数据来源具有较高的真实性和可信度, 对于基础数据的调查统计也成为本研究报告中最重要也是工作量最大的环节, 以此确保了结论有极强的说服力;

(2) 对网站各类评价指标的现状、问题分析及其改进建议。这些研究结论对于了解 B2B 网站的总体状况以及在每个方面处于领先地位网站的基本状况具有重要价值, 对于 B2B 电子商务网站经营者来说, 可据此对自己的网站进行针对性的诊断和改进;

(3) 基于第三方数据的统计分析使得各个样本网站之间更具有可比性。在同一时间段获取的 alexa 全球网站排名、网站 PR 值、网站被搜索引擎收录网页数量和质量等作为网站评比的参考指标, 本身已经具有积极意义, 本项研究报告中结合网站的评价指标进行多层次的相关性分析, 对于多角度了解电子商务网站的表现具有更大的作用;

(4) 揭示了 B2B 电子商务网站的整体专业状况, 为全面了解 B2B 行业的竞争格局、制定 B2B 电子商务网站经营战略提供了详实的参考依据。

《B2B 电子商务网站诊断研究报告》主要研究结论

《B2B 电子商务网站诊断研究报告》(2005)从 B2B 网站专业性诊断评价这一专业角度出发,通过对 B2B 网站进行全方位的专业性诊断,发现和研究 B2B 网站的内在规律,为 B2B 网站的经营提供决策支持,让 B2B 网站为企业开展网络营销提供更高的价值。报告主要内容包括: B2B 电子商务网站的总体策划、网站结构、技术功能、网络营销功能、网站内容策略、网站可信度、搜索引擎优化状况、特色服务功能等方面近 80 项指标的诊断评价和分体分析与建议。

《B2B 电子商务网站诊断研究报告》(2005)部分研究结论如下:

(1) 本研究报告根据三大门户网站的分类目录,共选择了 102 个 B2B 电子商务网站作为被调查样本,这些样本网站包含了综合类 B2B 网站、农业产品 B2B 网站、五金、建筑材料、日用品、文化用品、医疗保健、汽车行业、陶瓷行业、服装行业等多个领域的电子商务网站,基本代表了电子商务网站的总体类别。

(2) 研究报告对 B2B 电子网站的诊断研究基于一套系统的评价指标体系,主要包括网站总体策划设计、网站结构、网站内容、网站的网络营销功能、网站的搜索引擎友好性等 9 个类别的 80 多项评价指标,每类包括若干项评价指标。在网站评分方法上,对每类指标均采用 100 分制,类别得分和总分为加权平均结果,分数越高,表明该网站的总体专业性水平越高。

(3) 102 个被调查 B2B 网站评价指标较好的方面包括网站综合策划评价和网站结构设计两类指标,基本情况如下:

网站综合策划评价: 平均为 65.5 分;

网站结构设计: 平均为 76.9 分。

(4) 102 个被调查 B2B 网站评价指标多个方面表现不太理想,主要包括:

网站基本内容评价: 平均得分为 50.4 分;

网络营销功能评价: 综合得分 44.2 分;

网站可信度指标评价: 平均 50.4 分;

搜索引擎优化状况: 平均得分 38.2 分。

(5) B2B 电子商务网站综合诊断评价结果: 102 个被调查 B2B 网站的综合平均得分为 48.1 分。

其中在综合评价结果中阿里巴巴网站(china.alibaba.com)获得最高得分,总分为 97 分。

B2B 网站专业性综合评价结果表明,国内 B2B 网站总体来说专业性水平不高。专业性综合评价得分在 60 分以上的网站合计只有 14.7%, 占总数 85.3% 的网站专业水准都在及格线之下。这种状况说明两个方面的问题: 一方面,国内 B2B 电子商务网站由于专业水平所限,其自身的发展前景以及到底能为企业带来多大价值令人堪忧; 另一方面,这些早期的 B2B 网站竞争力不高,如不及时认识到改善这种局面的紧迫性,很容易将数年来市场培育的成果拱手让给新进入者。

《B2B 电子商务网站诊断研究报告》定价与订购方式

《B2B 电子商务网站诊断研究报告》(2005 及后续修订版) 定价均为 ¥3000 元。采用电子版 (PDF 格式), 可通过电子邮件发送, 或者登录新竞争力产品中心 (<http://ma.jingzhengli.cn>) 在线订购。

《B2B 电子商务网站诊断研究报告》订购联系方式:

公司名称: 深圳市竞争力科技有限公司
公司网址: <http://www.jingzhengli.cn>
官方微博: <http://t.sina.com.cn/jingzhengli>
联系电话: (0755) 26502263
Email: info2@jingzhengli.cn
MSN: jingzhengli@hotmail.com (工作时间)
QQ: 412534933 (请留言)
地址: 深圳市科技园深南花园裙楼 A 区 201
邮编: 518057
在线订购: <http://ma.jingzhengli.cn>

《B2B 电子商务网站诊断研究报告》付款方式:

- (1) 企业银行转账汇款
开户银行: 中国农业银行深圳国贸支行
账号: 41—008900040111851
户名: 深圳市竞争力科技有限公司
- (2) 个人活期账户转账汇款
请联系客服获取个人帐户信息 (招行、工行、建行、农行等)

关于新竞争力网络营销管理顾问

新竞争力网络营销管理顾问企业名称：深圳市竞争力科技有限公司 (<http://www.jingzhengli.cn>)。新竞争力由一批长期从事网络营销研究和实践的专家团队组成，定位于网络营销管理顾问，致力于提高中国企业及跨国企业本地化网络营销应用水平，提升互联网环境中企业综合竞争力。服务领域：网络营销综合研究、为大中型企业/大型电子商务网站提供网络营销策略与网站运营顾问服务、企业网络营销培训；为中小企业提供综合顾问型网络营销解决方案。

深圳市竞争力科技有限公司同时作为中国互联网协会“网络营销指南工作组”秘书处所在单位，承担中国互联网协会网站建设指导规范的制定与推进、大学生网络营销能力秀活动运营管理等工作。

在长期的网络营销研究与实践过程中，新竞争力积累了大量富有重要影响力的研究成果，发表了众多网络营销研究文章、专著和研究报告，其中新竞争力创始人冯英健的专著《网络营销基础与实践》(www.wm23.com) 到 2007 年已经出版第三版，并且入选国家十一五规划教材，被近千个大中专院校选为网络营销专业教材。

新竞争力典型案例

成就客户价值是新竞争力的目标，公司为众多不同规模的电子商务网站及企业网站提供了网络营销策略、网站运营顾问、网站推广、顾问式网络营销培训等咨询服务。部分客户名单：

- 义乌中国小商品城集团—中国小商品城网
- 环球资源
- 当当网
- 搜狗搜索引擎专题研究
- ECVV 外贸 B2B 平台
- 深圳电信网站易用性解决方案
- 中兴通讯公司网站评价与优化
- 中国国际海运网推广运营方案
- 海信手机新品网络品牌推广方案
- 七海国际货运综合网络营销方案