



2024年中国B2B行业研究报告

部门：TMT电商与物流组

©2024 iResearch Inc.

ABSTRACTS

摘要

一、中国B2B行业发展机遇

中国正处于人工智能技术加速推动传统产业数字化转型升级的技术红利窗口期，B2B业务加快与人工智能新技术新应用的融合，有望为行业发展带来新机遇。

国家顶层设计引领，抢占全球新一轮科技竞争与产业竞争的战略制高点：当前，全球处于以人工智能为主导的新一轮科技创新与产业创新周期，中国政策端不断强化AI在新一轮经济变革中战略地位，这将加速其在B2B场景中的应用，并为行业发展指明规范化发展路径。

产业带上中小企业集群是数字化政策的重要发力点：中国经济保持稳中有进的发展态势，但发展动能不足问题依然较大，**产业带上中小企业集群**的数字化转型升级是中国打破当前发展瓶颈的重要发力点，因而也有望成为B2B平台挖掘增量空间的主战场。

中长期技术红利逐步显现：生成式AI技术应用在B2B领域密集落地，技术价值逐步得到验证。

市场规模持续增长：2023年，B2B市场规模已达16.7万亿元，未来以生成式AI技术为代表的人工智能科技创新突破必然进一步提高我国经济的数字化与智能化程度，预计未来2-3年，中国B2B市场规模将保持6%以上的增速。



ABSTRACTS

摘要

二、中国B2B平台价值分析

B2B平台以产业带为抓手，利用生成式AI技术，重点解决产业带商家的生产端（供需匹配）、交易端（通过产品标准化促进线索匹配）以及供应链端（库存与响应力的匹配）等方面的难题，进而增强竞争壁垒，抢占B2B增量市场的先机。

生产端：在宏观经济深度调整、新产业新技术加速突破以及产业带竞争加大的背景下，产地与采购终端需求信息精准匹配、敏捷生产能力的提升、产业带优胜劣汰机制的构建等问题变得更为突出。B2B平台借助数字技术助力产业带商家提高生产端全流程效率，并降低运营风险。

交易端：当前，存量竞争主导的经济格局强化，商家在营销获客、产品标准化建设促进交易效率以及商业合规、履约风险监测方面的压力不断增大，B2B平台通过打通与应用全产业链条数据，推动上下游供需高效对接，同时通过交易的标准化、智能化建设，助力提升产业带交易环节的成交效率与解决风险管控的难题。

供应链端：B2B平台利用生成式AI将助力商家重点优化库存调控，提高配送速度以及获取产业金融资源支持，从而增强供应链的整体竞争力。



ABSTRACTS

摘要

三、中国B2B行业发展趋势

以人工智能为代表的新一轮全球科技竞赛时代大变革中：全球政治经济秩序加速重塑，新产业新技术加速突破，前进的方向、路径、全球合作模式存在较大不确定性，这要求B2B平台打造“更懂需求、更懂产品，更快速响应”的数字化采购赋能能力，以助力我国产业带抢占未来技术、未来产业的价值链高地。

趋势一：在百年大变局下，全球经济加速转型，新产业新技术加速突破，尽管前进的方向、路径、全球合作的模式不确定性较大，B2B平台可以借助生成式AI技术重点打造“更懂需求、更懂产品，更快速响应”的数字化采购赋能能力，以抢占大变革时代的发展先机。

趋势二：产业带是我国经济转型升级重要支撑点，其发展很大程度上决定了我国突破当前经济发展困境的历史进程。B2B平台以产业带深耕为抓手，通过对产业带产品标准化建设和对代表新质生产力中小厂家集群的系统化培养，利于帮助我国产业带厂家快速培养比较竞争优势，以抢占未来技术、未来产业的价值链高地。



CONTENTS

目 录

01 中国B2B行业发展机遇

02 中国B2B平台价值分析

03 中国B2B行业典型企业案例

04 中国B2B行业发展趋势

01 / 中国B2B行业发展机遇

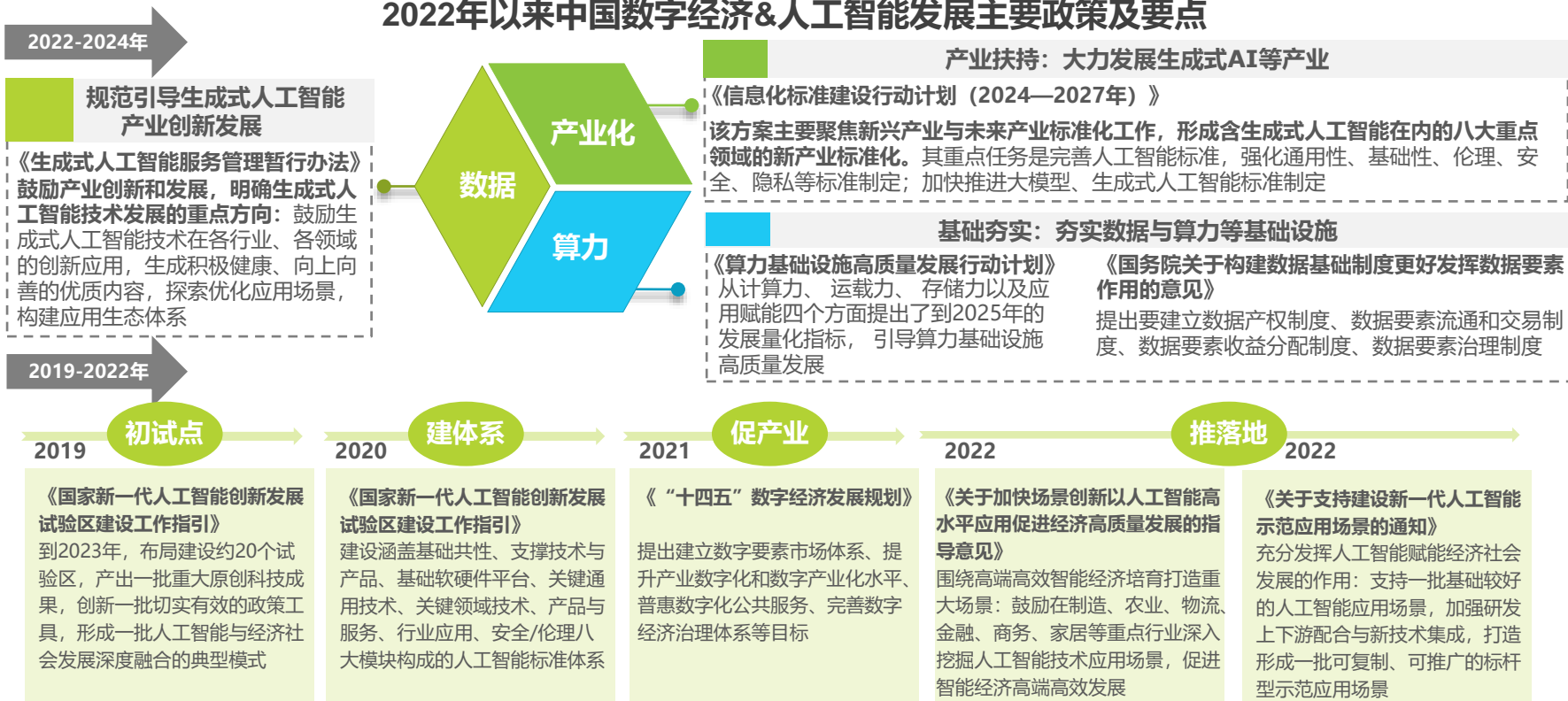
Part 1

B2B市场发展驱动因素

政策端持续强化AI人工智能在新一轮经济变革中战略地位，这将加速其在B2B场景中的应用，并为行业发展带来新机遇

人类的前三次科技创新浪潮（蒸汽机、电气和信息技术）促进了人类社会飞跃式进步。当前全球经济增长整体乏力，作为新一轮科技创新核心驱动力量的人工智能成为全球新一轮发展的增长引擎，我国也不断强化人工智能在新一轮经济变革中战略地位。2023年生成式AI为人工智能应用落地带来重大突破，我国积极从规范引导、基础夯实与产业扶持等方面促进生成式AI技术的发展与应用落地。这将加速人工智能与B2B业务环节的融合，有望为行业发展带来新机遇。

2022年以来中国数字经济&人工智能发展主要政策及要点

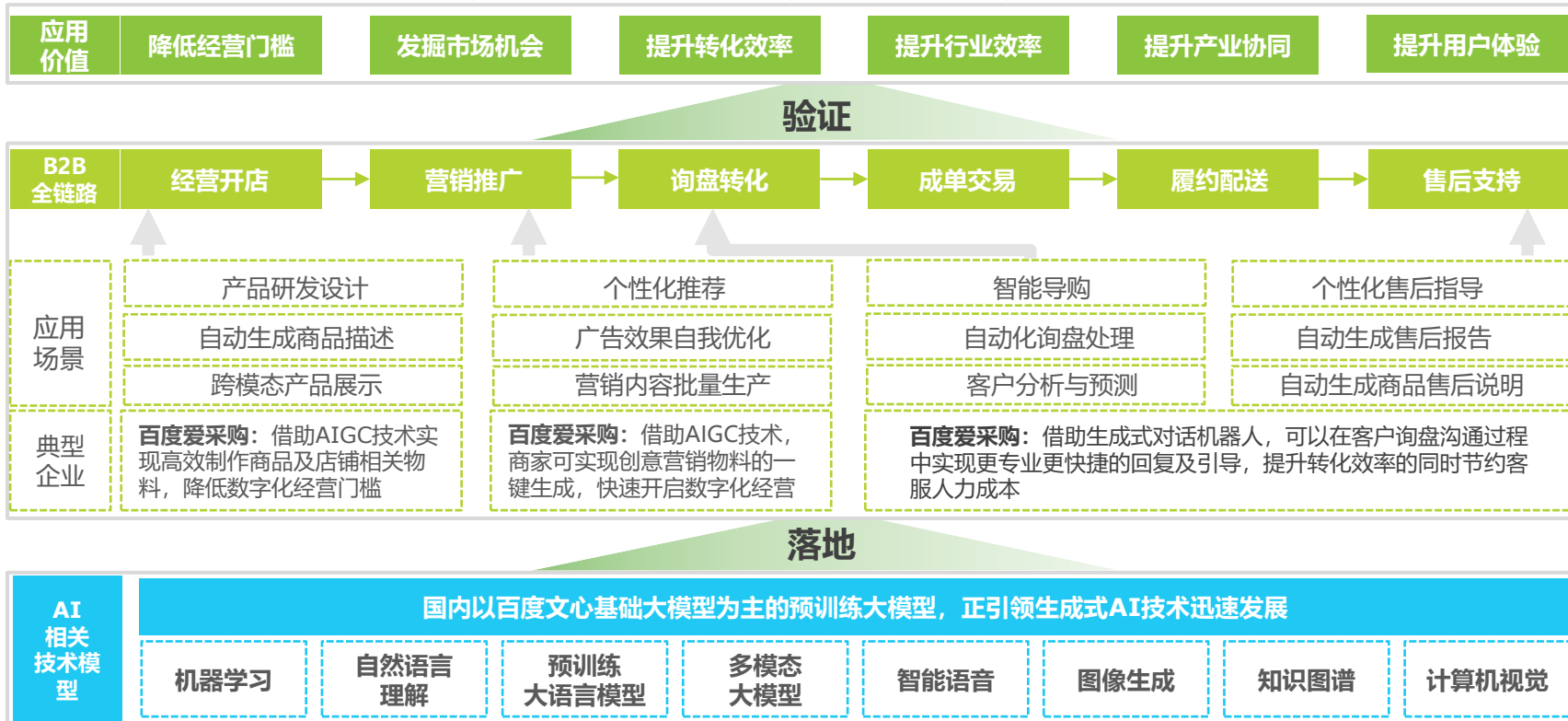


来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

生成式AI技术应用在B2B领域密集落地，技术价值逐步得到验证

生成式AI技术已进入高速发展期并在B2B领域的多个业务场景应用落地，这为B2B市场发展奠定了坚实的产业基础。B2B平台借助AI技术在经营开店、营销推广、询盘转化以及售后支持等环节持续创新并迭代赋能方式，助力商家提升全链路运营效率与降低交易成本。AI技术的发展与应用将持续推动B2B平台快速发展，助力行业的商流、信息流、物流及资金流的高效配合与流通。

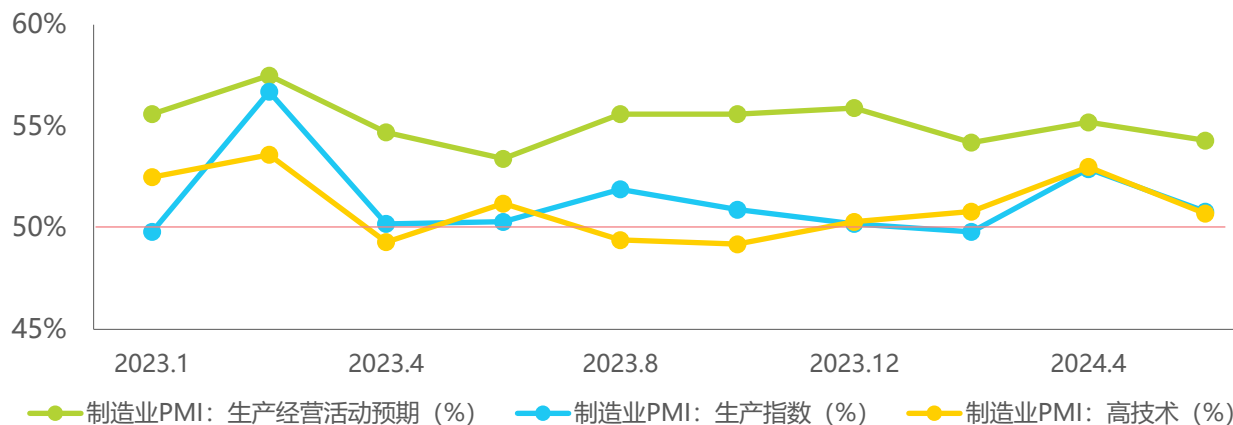
以生成式AI为代表的数字技术应用赋能B2B平台



来源：公开资料，公司资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

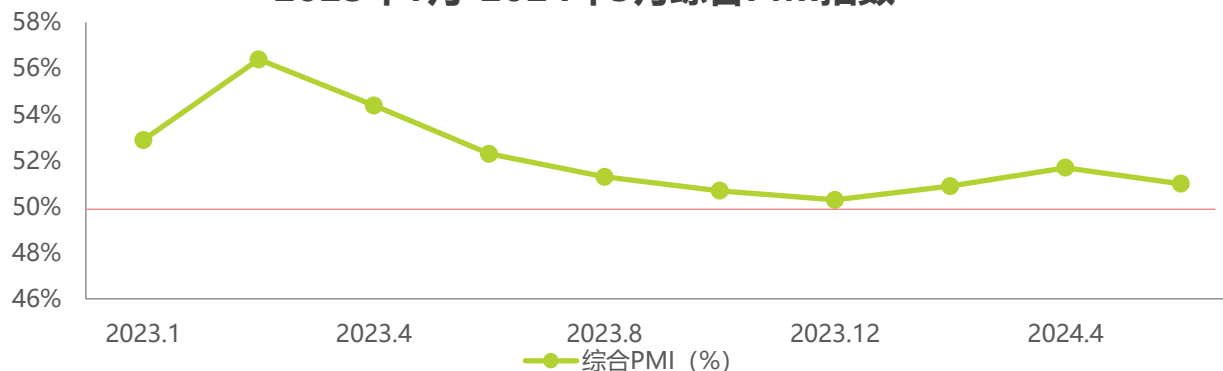
企业生产经营总体保持恢复发展态势，市场信心较为稳定

2023年1月-2024年5月中国制造业PMI指数



- **企业信心较为稳定**：制造业企业生产经营活动预期指数持续位于较高景气区间，2024年5月录得54.3%，这表明制造业企业对市场发展预期总体稳定。进一步从制造业生产指数来看，2024年5月，**制造业企业生产继续保持扩张**，制造业生产指数为50.8%
- 从行业类型来看，**高技术行业是制造业高景气度的核心主线**。2023年11月以来，高技术制造行业PMI连续七个月位于扩张区间。可见，聚焦于高技术行业的企业表现未来有望更为突出

2023年1月-2024年5月综合PMI指数



- **企业生产经营活动总体保持恢复发展态势**：2024年5月，综合PMI产出指数为51.0%，继续高于临界点，表明我国企业生产经营活动总体保持恢复发展态势

来源：国家统计局，艾瑞咨询研究院研究及绘制。



Part 2

B2B市场成长空间

产业带增长空间较大

国家先进制造业集群的发展很大程度上决定了我国经济发展的基本盘，作为产业带重要支撑的中小企业产业集群，其数字化进程为平台带来巨大战略机遇

随着我国经济进入改革深水区，科技创新是引领我国突破当前发展瓶颈的核心驱动力，先进制造业的产业带是其中最为关键的平台载体，因此，在国家政策的规划与引导扶持下，高新制造业主导的产业带产值持续提升，并且对中国经济影响力不断增强。进一步看，中小企业则为先进制造业集群进行先进技术创新与应用提供核心配套产品等重要支撑，因而**中小企业特色产业集群的发展是产业带发展的重要抓手**。在数字化经济加速发展历史进程中，产业带的中小企业集群为B2B平台带来巨大的战略发展机遇。

**国家先进制造业集群成为推动制造业高质量发展的
重要载体**

工信部正式公布国家先进制造业集群**45个**

主导产业产值超**20万亿元**

布局建设了**18家**国家制造业创新中心，
占全部国家级创新中心数量的**70%**，
拥有国家级技术创新载体**1700余家**

培育创建了**170余家**国家级单项冠军企业、
2200余家国家级专精特新“小巨人”企业

**中小企业特色产业集群已成为
产业带的发展重要引擎**

“十四五”期间在全国范围内认定集群**200个**左右，
截至2023年7月，已认定中小企业特色产业集群**100个**

产值超**2.5万亿元**

出口贸易额平均增长率达**30%**

首批集群内中小企业工业互联网平台应用普及率达
46.7%

企业上云比例达**63.1%**，上云上平台步伐加快

六成以上集群开展了系统解决方案、智能制造成熟度
评估等服务

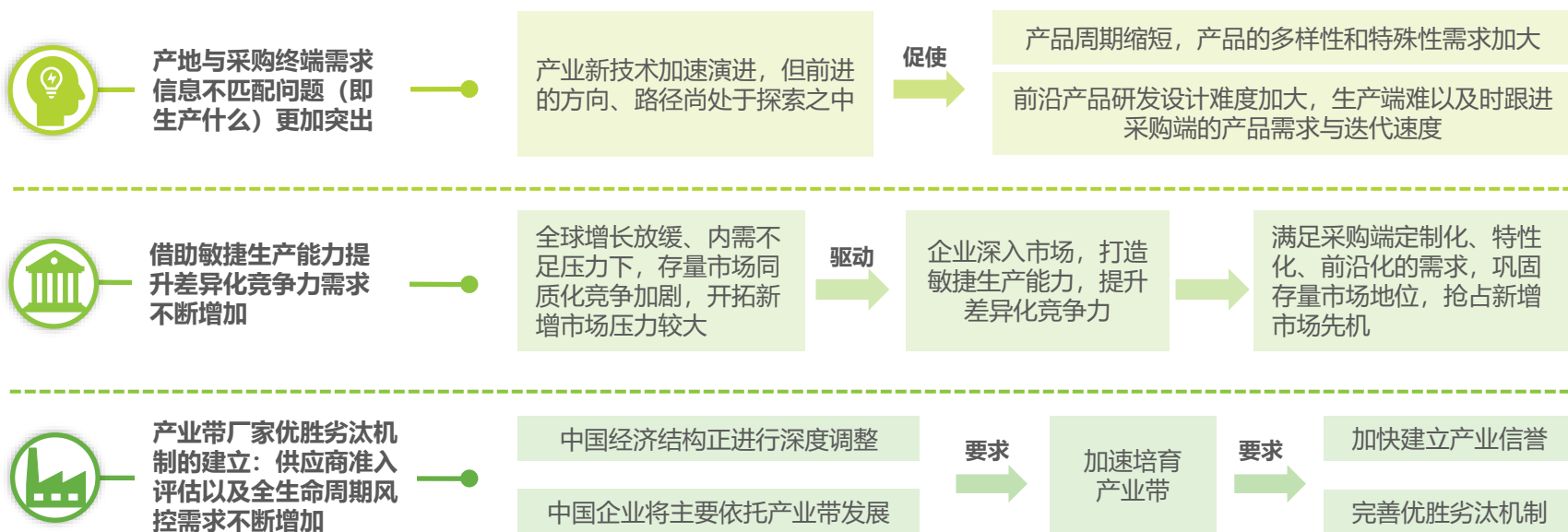
注释：左图先进制造业集群的产值数据日期为2022年，其余数据日期为2023年；右图中小企业特色产业集群的产值等数据日期为2022年。
来源：工信部，《国家级中小企业特色产业集群年度发展报告》，艾瑞咨询研究院研究及绘制。

产业带商家痛点（生产端）

宏观经济深度调整、新产业新技术加速突破以及产业带竞争加大背景下，产地与采购终端需求信息精准匹配、敏捷生产能力提升、产业带优胜劣汰机制的构建等问题变得更为突出

百年大变局下，全球经济加速转型，新产业新技术加速突破，但前进的方向、路径、全球合作的模式不确定性较大，我国企业正经历新一轮全球经济的巨大变革。在这样的大形势下，我国下游需求侧的产品需求与利润空间也处于深度、复杂、多变的调整之中，这要求上游厂家精准锚定社会需求、提升敏捷生产。同时，为了扶持能够顺应时代发展的优质厂家，淘汰可能会对产业带造成较大声誉风险的厂家，需要加强产业带上的供应商（厂家）准入评估以及全生命周期的风控能力。

在宏观经济政治技术大变局背景下，我国产业带生产端痛点产生的内在逻辑



来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

产业带商家痛点（交易端）

商家营销获客、通过产品标准化建设促进交易效率以及商业合规、履约风险监测的压力不断增大

经济增长放缓，存量竞争主导的经济格局强化，企业利润空间持续承压背景下，厂家营销获客压力不断增大，基于产品标准化建设大力提高线索匹配、交易匹配的效率、厂家的资金周转以及盈利能力的诉求也在不断提高。同时，商业合规的需求尤为迫切，商业违约风险也在不断增加。整体来看，厂家在交易环节对借助人工智能等新技术突破当前的发展瓶颈有较为迫切的需求。

产业带商家交易端痛点分析



营销获客难度加大

当前，存量竞争主导的经济格局下，营销获客压力进一步加大

- 当前在全球经济增长动力不足，我国经济放缓的大背景下，市场竞争加剧，采购端获客进入了存量竞争主导的阶段，客户争夺力度持续加大，且随着我国产业升级的加快，采购端客户需求也正在调整迭代。因此，如何精准识别用户群、精准营销、获取客户群的压力不断加大
- 产地直播等新营销形式的变革，推动营销流量分散化、渠道多元化。产业带厂家需要跟上采购需求形势变化、营销渠道与营销技术的变革速度，这使得产品精准营销、增加产品曝光度与吸引力的难度也在不断加大



交易匹配压力加重

当前我国企业利润空间整体持续承压背景下，厂家通过产品标准化建设，提高线索匹配、交易匹配的效率，进而加快厂家的资金周转速度需求进一步加大

- 产业带产品标准化程度不足严重影响采购端的需求寻源与比价，影响产品供需的匹配速度，降低交易效率与资金周转速度，这对利润空间持续承压、经济增长放缓大形势下的厂家带来越来越显著的压力
- 产业带信任度的培养长期来看取决于产业带产品的标准化建设，因为产品的标准化利于帮助买家更好的识别不同产业带的产品优劣程度，进而对产业带进行优胜劣汰，因此，通过产品标准化建设提高产业带信誉，进而提高厂家交易效率变得越来越重要



商业合规、履约风险加大

市场环境与技术环境愈加复杂多变的环境下，商业合规、履行风险监测的需求加大

- 随着技术发展日趋复杂化与产业模式不断创新，叠加市场环境剧烈变化，企业生存压力加大，商业合规与商业欺诈、商业违约风险也在不断增加

产业带商家痛点（供应链端）

聚焦三大核心痛点，加快释放产业带供应链数字化升级价值

为了增强供应链端竞争力，加快释放产业带供应链数字化升级价值，产业带还需借助大数据、AI技术重点解决以下问题：

- 1、响应采购需求的及时性与控制库存成本压力之间的矛盾；
- 2、提高配送速度，以在存量市场竞争加剧的形势下，取得拓展新客户群、维护存量客户的竞争优势；
- 3、助力突破产业带上供应链金融的发展瓶颈，帮助银行机构打通金融服务与产业生态信息壁垒，实现产业资产和金融资金的快速对接，进而促进产业带获取充分的金融资源支持。

聚焦三大核心痛点，加快释放产业带供应链数字化升级价值

新经济周期下 库存调控压力

新经济周期下，响应采购需求的及时性与控制库存成本之间的矛盾更加突出

当前国内库存周期正处于“主动去库存”向“被动去库存”转换的新阶段，加上一带一路战略持续推进，中国企业出海市场空间不断增大，整体而言，我国企业市场面临稳中有进的发展态势，企业采购需求整体也进入了扩张区间。为了抢占发展先机，厂家必须制定积极、稳健的补库存策略，但由于我国企业利润空间承压较大，这会给厂家带来较大库存成本压力。因此，当前经济周期转变阶段下，厂家更为迫切需要解决在采购需求的及时性与库存成本压力控制之间的矛盾

人工智能加大 配送速度角逐

人工智能加速配送速度竞争进入“新时代”，配送速度上落后的产业带必然“挨打”

物流配送核心竞争力关键在于“速度”，存量市场竞争加剧的形势下，产业带之间竞争也在加剧。为了争夺新客户群、维护存量客户，产业带厂家对物流配送的速度提出了更高的诉求

产融结合促产业 升级需求加大

在金融服务实体经济能力需要不断增强的严监管要求下，银行机构更需要突破产业带上供应链金融的发展瓶颈，打通金融服务与产业生态信息壁垒，促进产业资产和金融资金的快速对接

银行机构在产业带交易数据信息获取和信息处理成本依然面临不少难题，这不利于解决中小微企业授信中存在的信息不对称、风险识别难等问题，因而产业带难以获取充分的金融资源支持

B2B平台客户主要增长点

具备中小企业客户服务优势的平台有望获得更大的发展潜力

中小企业在降低采购成本、覆盖多元采购场景、提供现货采购等方面的需求较高，但自身数字化基础薄弱、数字化能力较弱，难以依靠自身力量完成采购数字化升级。故中小企业借助第三方B2B平台完成采购数字化转型的意愿相对更强。B2B平台可通过助力中小企业数字化转型，开拓广阔的中小企业数字化采购增量市场。在此市场前景下，针对中小企业特性采购需求需要建立起相对应壁垒优势的平台，将有望获得更大的发展潜力。

B2B平台成为中小企业数字化采购的重要推动力

中小企业采购需求增量市场的开发难度较大，但因其增量市场广阔，必然会吸引更多平台参与赛道竞争



中小企业采购多以现货为主，采购需求灵活性高，覆盖采购场景丰富多样，采购产品标准化低，因而中小企业数字化采购的增量市场开发难度较大



中小企业数字化采购的增量市场广阔，前景较好，因而将吸引更多平台参与中小企业数字化采购赛道的竞争



2-5%
成本节降
(大宗商品和能源
介质领域)



5-10%
成本节降
(非原燃料采购
领域)

增量市场

中小企业更有动力借助B2B平台补短板，完成采购数字化转型



中小企业线上采购进程发展较慢，数字化能力弱于大型企业，推动采购数字化动力相对更强



中小企业采购数字化转型需要借助第三方平台为其量身定制采购数字化所需支撑

数字化基础薄弱

■ 缺资金，不愿转：

数字化基础薄弱的主要原因在于自身资金不足且融资能力较弱，对数字化升级的投入意愿和能力不足



绝大多数企业愿意在数字化转型中投入的资金一般是其设备投入的约**10%**

转型能力不足

■ 缺技术，不会转：

基于企业活动与业务需要的数字化转型是成功转型的关键，由于大部分中小企业普遍缺乏数字技术人才，难以基于业务需求选择匹配的数字化工具，导致转型成效不明显



中小企业的数字化相关人才平均占比仅为**20%**

转型路径不清晰

■ 缺方案，不敢转：

因缺乏清晰的转型路径，中小企业对数字化转型普遍缺少长期规划，试错成本较高



80%以上的中小企业尚未摸清如何通过数字化使企业变得更加高效

注释：成本节降数据来源为麦肯锡调研数字化转型为钢铁行业带来的价值提升，数字化投入数据来源为国家信息中心，数字化人才数据来源为中国社科院，中小企业数字化数据来源为埃森哲调研。

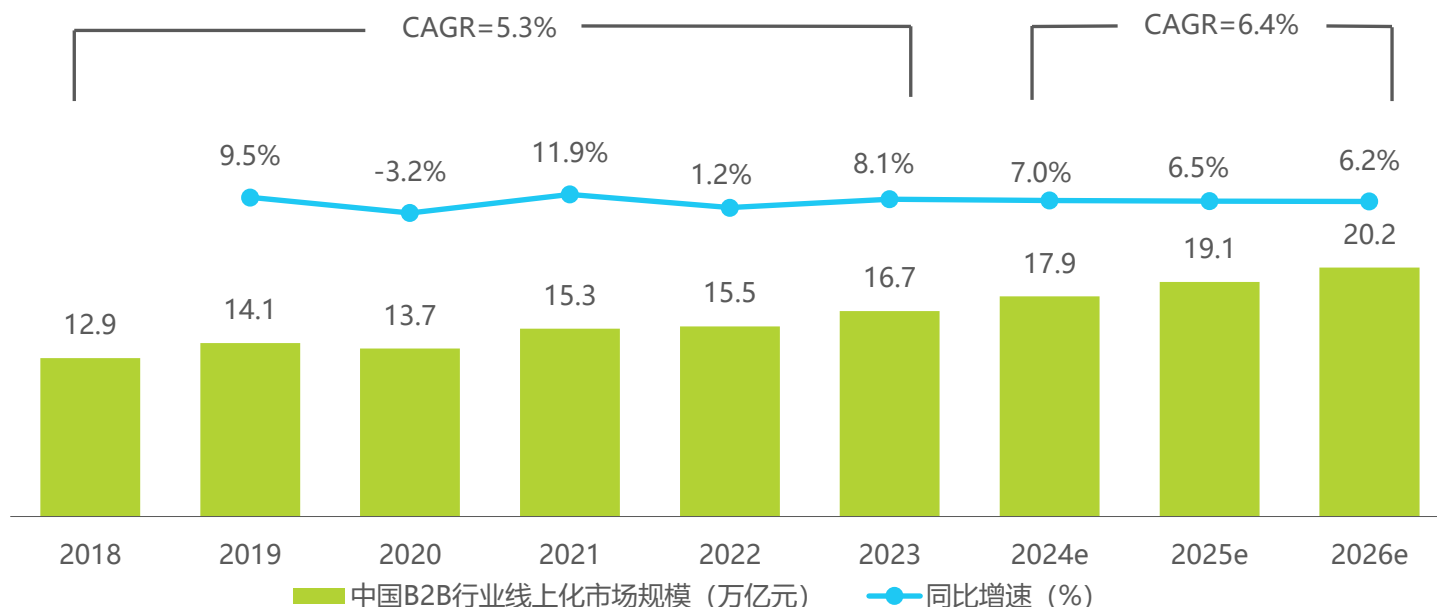
来源：国家信息中心，中国社科院，埃森哲，麦肯锡，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

B2B行业市场规模

在人工智能持续发展及其与实体经济深度融合推动的数字经济浪潮下，B2B市场发展赛道越来越宽

在政策拉动、经济驱动以及人工智能等多重力量共同作用下，我国数字经济重塑经济格局，B2B市场顺势崛起，市场规模近年来也保持上升态势。长期来看，以生成式AI技术为代表的人工智能科技创新突破必然进一步提高我国经济的数字化与智能化程度，扩宽企业在采购、生产、销售等环节数字化转型的深度，进而加快B2B市场的发展。预计未来2-3年，中国B2B市场规模将保持6%以上的增速。

2018-2026年中国B2B行业规模及增速



注释：本报告中国B2B行业规模为原材料、工业品和消费品国内贸易口径，不包含出口贸易；且仅测算B2B行业线上化规模。
来源：公开资料，专家访谈，由艾瑞自主核算。

02 / 中国B2B平台价值分析

B2B行业产业链图谱

B2B平台深度赋能产业链上下游参与者



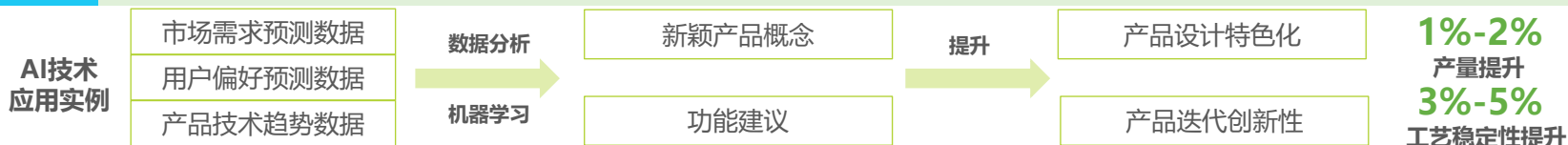
注释：企业排名不分先后。
来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

B2B平台能力发展方向（生产端）

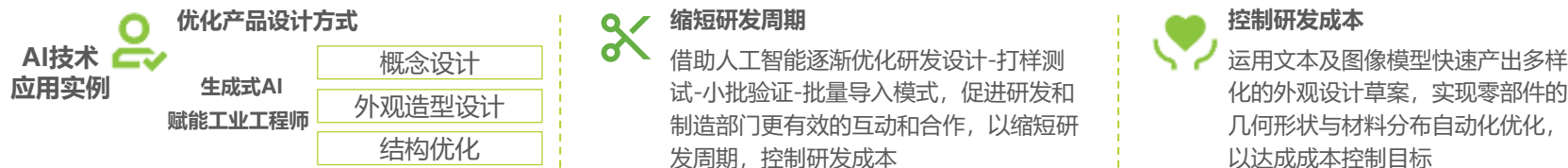
B2B平台借助数字技术助力产业带商家提高生产端全流程效率，降低运营风险

B2B平台赋能产业带商家生产端的关键发力点

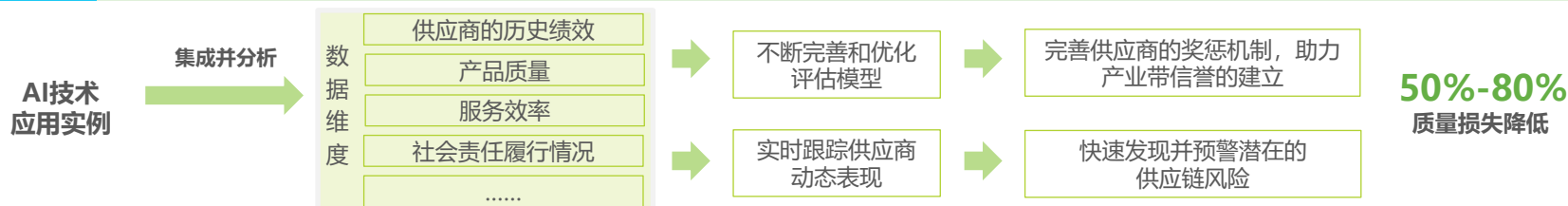
智能选品 通过大数据、人工智能技术，为厂家提供智能荐品服务，帮助厂家分析产品需求以及产品迭代方案，增强其差异化竞争能力



敏捷生产 越来越多的企业在技术领先、成本领先等差异化优势打造中不断改进敏捷生产模式。敏捷生产将柔性的生产技术、高素质的生产劳动者和灵活的高效管理集成起来以快速响应市场新需求，进而巩固存量市场地位，抢占新增市场先机



筛选厂家 建立供应商评级标准以及黑名单制度，建立更有序的供应商准入、合作、评估和淘汰流程，并利用大数据洞察供应商生命周期变化及其潜在运营风险



注释：数据来源为麦肯锡调研数字化转型为钢铁行业带来的价值提升。
来源：专家访谈，麦肯锡，公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究绘制。

B2B平台能力发展方向（交易端）

以数字化技术创新，助力解决产业带交易环节的成交效率与风险管控难题

B2B平台赋能产业带商家交易端

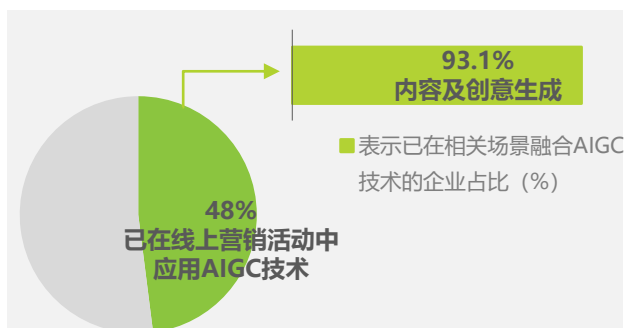


来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

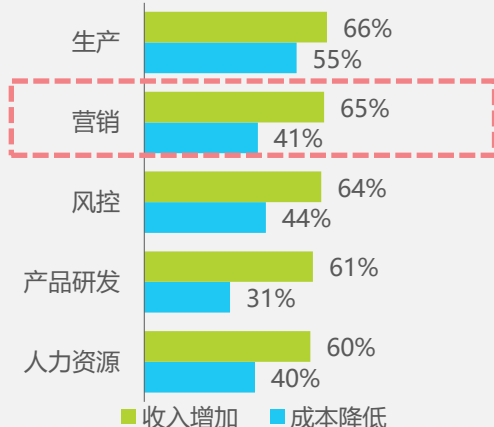
B2B平台能力发展方向（交易端）

【营销环节】AIGC将帮助商家精准理解客户、扩大产品曝光度、提高响应客户速度，以提升营销能力

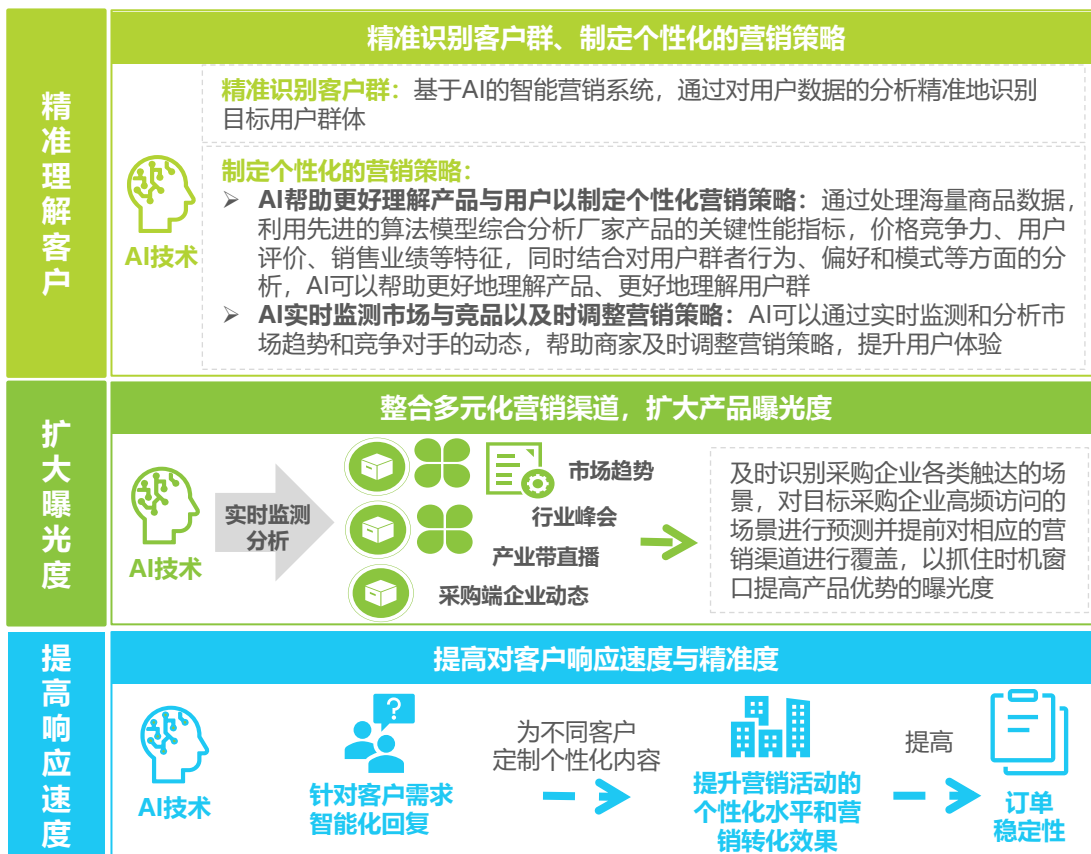
2023年AIGC技术在中国广告主企业线上营销活动中的渗透率及主要应用场景



2022年组织机构中不同业务职能使用AI降低成本和增长收入的比例



B2B平台赋能产业带商家重点提升营销能力



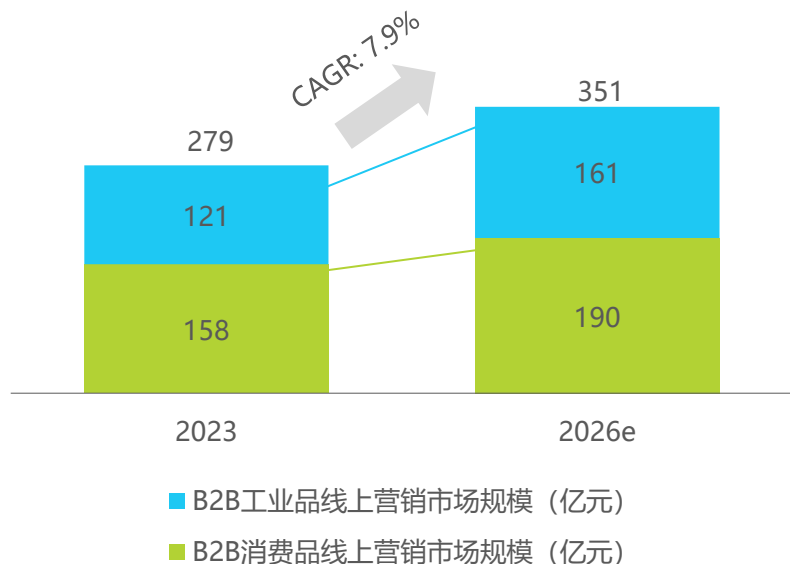
来源：艾瑞《2023年中国网络广告市场研究—垂直行业广告主投放调查》，麦肯锡《2023年AI现状：生成式AI的爆发之年》，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

B2B平台能力发展方向（交易端）

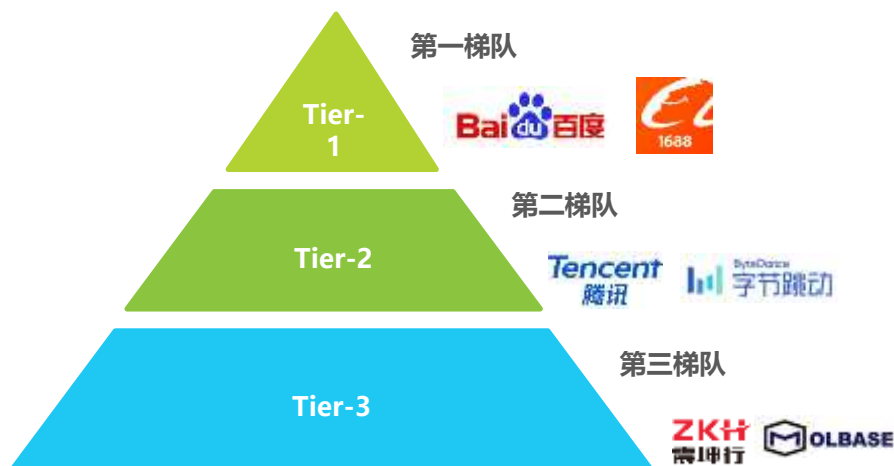
线上营销市场规模稳步增长，头部企业规模效应凸显

随着企业端对线上营销认知度与认可度的逐步提升，加上AIGC等技术在营销市场的不断落地应用，我国B2B线上营销市场得到较快发展，2023年行业营收规模已达279亿元。随着线上营销整体渗透率提升和工业品企业加速线上营销布局，2026年我国B2B线上营销市场预计将达到351亿元规模。业内以百度与阿里1688为代表的头部玩家，凭借自身强大的技术和平台流量优势助力众多企业拓展线上渠道，头部玩家已形成强大的用户规模优势。

2023&2026年中国B2B线上营销营收规模



2023年中国B2B平台营销市场格局



注释：工业品包含原材料与MRO。

来源：公开资料，专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

来源：公开资料，专家访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

B2B平台能力发展方向（供应链端）

生成式AI将助力商家重点优化库存调控，提高配送速度以及获取产业金融资源支持

B2B平台赋能产业带商家供应链端



新经济周期下库存调控力

- ◆ 增强动态库存管理能力，依据下游销售情况改变、采购周期改变、采购订单状态改变，乃至整个运输过程中的状态改变，进而动态调整库存水平和补货策略



AI技术应用实例

AI通过模拟不同库存策略的效果，提出最优化的库存周转方案，以最小的库存持有成本满足客户需求



产业和金融资金的快速对接

- ◆ B2B平台实时掌握产业带经营主体的生产与交易信息，识别真实的融资需求，并基于大数据风险控制技术，实时监控贷款全过程，并实时评估其信用质量，以有效降低经营主体的违约风险
- ◆ B2B平台积极与银行、行业龙头企业、大型物流公司等产业带建设各类主体合作，构建集资金流、物流、信息流、商流为一体的开放化、场景化供应链金融新生态圈，降低银行机构对产业带信息获取和处理成本，提升其风险控制水平，从而助力银行机构将金融服务内嵌至产业系统，打通金融服务与产业生态壁垒，实现产业资产和金融资金的快速对接



AI技术应用实例

AI技术可用于解决监控交易全流程真实性、融资风险评估等问题



新技术时代下配送速度角逐优势打造

- ◆ 通过AI技术和大数据分析，帮助物流企业打造更合理的“靠近客户群”的物流配送中心网络布局，提高在流量、流向、运力和调度等配送环节上高度的数据挖掘和智慧决策能力，提升订单处理速度，缩短货物运输时间，保证物流服务质量，最终达成供应链物流的整体效能升级

从配送源头提高配送速度

实现 ↑

- 识别核心用户群的分布与产品需求变化
- 优化物流配送中心网络布局
- 提高物流配送中心网络分布的精准度

实现 ↑

应用采购数据大模型

提升订单处理速度

实现 ↑

驱动仓库里几十、几百甚至上千个不同类型的机器人高效协作

AI技术赋能 ↑

提高各类重合或交叉重叠订单的有效合并能力

路线管理以及异常情况预警监控

实现 ↑

- 在定位和路径优化系统的支持下，提升各个物流节点的转换效率和节点之间的移动效率，并通过提供更加精确的路线管理以及异常情况预警监控，保障物流配送的速度



AI技术应用实例

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

B2B平台能力发展方向（典型服务案例）^{iResearch} 艾瑞咨询

百度爱采购基于强大的搜索、B2B数字基建能力以及生成式AI功能，助力中小企业突破数字化转型难点，实现降本增效

整体来看，百度爱采购能够通过数字化赋能中小企业，辅助中小企业突破数字化转型难点，抓住数字经济发展浪潮的机遇。

服务背景

- **服务客户：**山东泰裕染环保科技有限公司是爱采购在机械设备行业最早的商户之一，其创始人是一个来自农村的普通创业者。河南六工石墨有限公司是爱采购在化工能源行业最早的商户之一，其创始人是材料专业出身大学教师
- **客户需求：**在激烈市场竞争中，作为普通的中小企业，这两家公司初期均面临着获客难题。为了实现线上营销的突破，这两家公司均入驻爱采购，借助百度爱采购强大的搜索与B2B服务能力，获客范围与销售金额取得显著突破，成功挖掘到了数字营销的新机遇
- **整体效果：**山东泰裕染环保科技有限公司年销售额目前已超4亿元，客户范围已经触达全国及俄罗斯等海外国家；河南六工石墨有限公司通过百度爱采购渠道的成交销售额已占到全年销售额的一半，同时在百度爱采购助力下，也在海外订单上取得显著突破

痛点与服务方案

🔧 痛点

- ◆ 在创业初期阶段长期受困于传统营销模式固有的“获客范围小、目标客户群体画像模糊、成单率低”等困境

💡 服务方案

- ✓ 借助百度爱采购强大的搜索、B2B数字基建与生成式AI能力，店铺产品可获取到更多流量
- ✓ 平台的多渠道分发展示，形成全网的营销闭环，让目标客户可以随时通过电脑端与移动端搜索到店铺并发起订单
- ✓ 立足于百度爱采购成熟的AI技术和优势算法，通过生成式AI的强大功能实现买卖双方的精准匹配，给商家带来更高质量的询盘

服务效果



山东泰裕染环保科技有限公司 机械设备行业

- **销售金额提升：**在入驻爱采购实力商家的第三个月，公司就接到创业以来最大的单子——江苏某地政府采购的33台小型吸粪车，订单总金额高达98万。在爱采购助力下，公司的年销售额已经超过4亿元
- **获客范围扩大：**已触达全国以及俄罗斯、蒙古、缅甸、哈萨克斯坦等海外国家，成功地挖掘到了数字营销的新机遇



河南六工石墨有限公司 化工能源行业

- 入驻爱采购后，公司通过爱采购得到了一笔远渡重洋的外贸订单，首次打破了该跨国企业客户“只在欧洲本土采购”的惯例，双方顺利签订了长期的合作协议
- 2023年下半年，爱采购“商品智能生成工具”利用前沿的AI技术与数据库，让从文案到画面的营销内容产出更加简单、专业、高效，这为公司节省5-6个人力成本，助力公司运营减负、经营提效

来源：百度爱采购，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

03 / 中国B2B行业典型企业案例

围绕标准化、生态化和数智化打造全方位服务能力

百度在“夯实移动基础、决胜AI时代”的整体战略下，依托B2B行业的经验积累与技术优势，围绕标准化、生态化和数智化打造全方位服务能力。标准化层面，通过对商品和流程等信息的标准化，降低了信息不对称所带来的隐性成本，提升了行业的透明和规范度。生态化层面，百度基于自身构建的产品生态和服务生态，为客户提供全方位的服务。数智化层面，百度利用自身的AI等新兴技术，在经营分析、营销获客等多维度对交易双方进行数智化赋能，加速企业的数字化转型和升级，提升产业端经营质量。

百度B2B服务能力及优势



来源：公司访谈，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

基于技术优势、规模、服务与生态优势不断筑高平台竞争壁垒

百度爱采购的技术优势明显，依托AIGC相关能力在商家经营的各个环节提供及时专业的智能引导，帮助企业数字经营提效。同时依靠自身在ToB行业多年深耕的服务与生态优势，在客户触达、问题解决、客情维护和运营指导等维度为会员提供全链路、全周期的运营保障，百度爱采购还通过设立线下服务点，运用自建+第三方能力提升用户本地化服务能力，加强线上、线下全场景渗透。随着平台内循环生态的不断强化，未来百度爱采购将会重点强化B2B的经营场景与技术应用，继续做深做厚平台的一站式服务能力。

百度爱采购核心业务优势

服务优势

全生命周期运营提效：爱采购运用“4S服务体系”在会员的初始期、服务期、运营期、反馈期、续费期提供全生命周期的针对性服务，保障会员服务体验

4S体系 ↑ 标准化 专业化 关怀化 定制化 ↑

本地化服务能力提升用户体验：通过“自建+第三方”的服务体系，贯彻服务下沉策略，提供全生命周期的服务，截至目前已在线下设立上千个服务点

规模优势

用户规模庞大：搜索月活用户总量超十亿，每日处理用户搜索请求数十亿次

品类齐全：覆盖超60个B2B一级行业，包括工业品类/消费品类/企业服务类等，单日采购用户搜索量达数千万

生态优势

一站式方案提供长期价值：建立内循环生态，通过一站式满足用户营销推广、搜索SEO、会员建店等多类诉求，实现一体化经营，为用户提供长期经营价值

线上+线下全场景深耕：通过直播、中国行、展会合作、行业峰会、产业带深耕等方式，线上、线下联动提升行业圈层渗透与品牌影响力

技术优势

快速开店：借助于AIGC能力与行业知识图谱，推出了一系列智能化经营工具，企业主仅需提交产品核心信息，即可实现专业商品物料、专属店铺物料及创意营销物料的一键生成，降低线上经营门槛

多场景精准营销：

➢ 借助于AIGC技术，帮助商家快速大量地生产多模式的个性化营销物料及专业知识内容，拓展流量获取通路，实现精准获客

➢ 基于行业知识图谱及客户画像，实现多环节、多行业、多品类的供需高效匹配，帮助客户有效触达全网潜在商机

高效转化：通过数字人实现7*24小时智能接待，准确识别用户意图及诉求，帮助商家提升接待效率，实现高效转化

百度爱采购技术赋能商家效果

↑ 商家的获客效率提升
2024年店铺日均访问量及线索量的最高提升幅度
超100%

↑ 商家响应率提升
2024年平台商家整体响应率提升
超50%

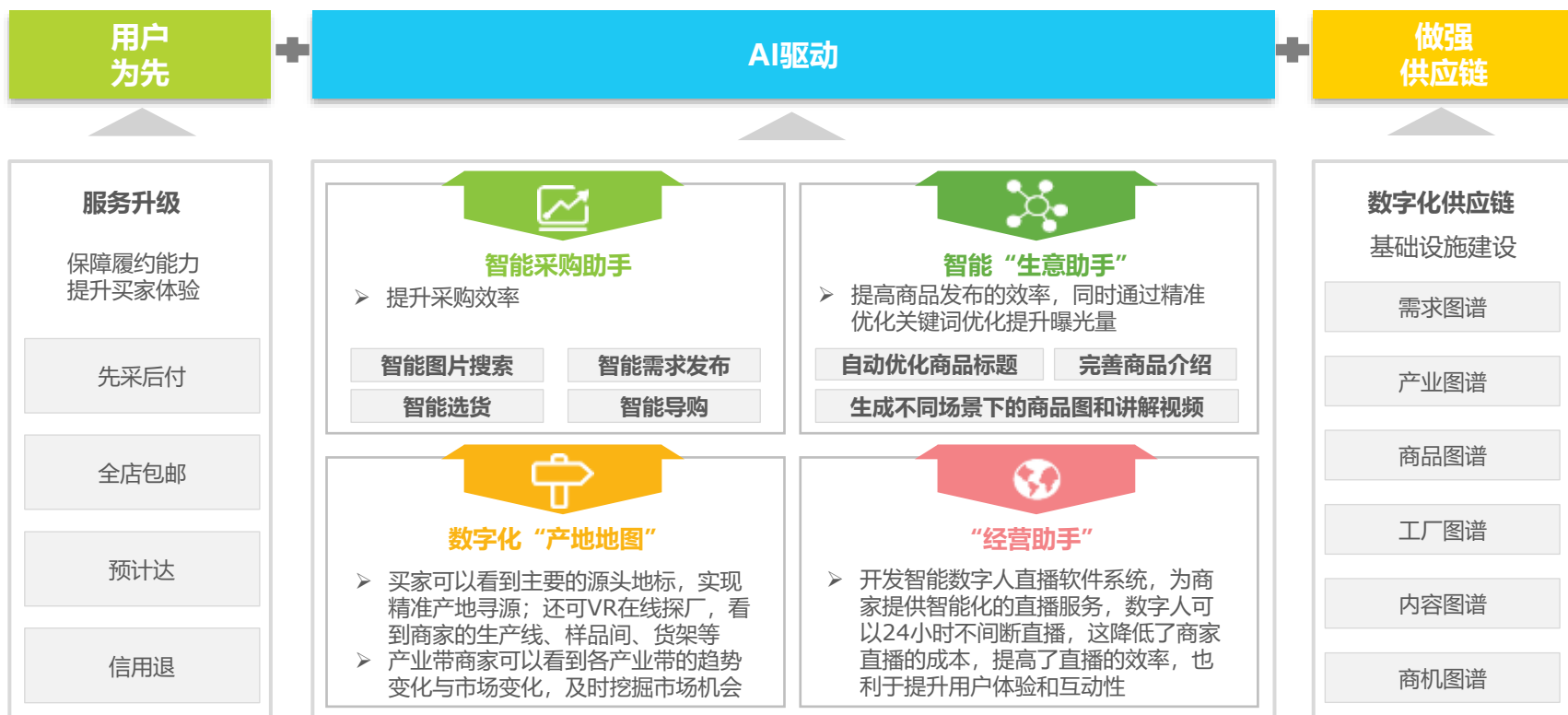
市场验证

来源：公司访谈，公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

三大战略全面驱动数字化解决方案更加高效化、智能化

阿里巴巴旗下综合类B2B电商平台，1688平台为供应链上下游的品牌商与终端客户提供数字化解决方案，现平台已汇聚6000多万B类买家，商家数量也已突破百万。公司内部明确未来三大战略重心：用户为先、AI驱动、做强供应链，通过战略升级，进一步帮助上游商家降低获客成本，增强供需双方匹配能力，进而提高交易与运营效率。

1688的核心战略及布局



来源：公司官网，公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

04 / 中国B2B行业发展趋势

经济结构调整加速，B2B平台借助生成式AI技术重点打造“更懂需求、更懂产品，更快速响应”的能力，以不断获取新时代发展机遇

虽然目前全球经济增长动力不足，但新技术、新产业加速演进，且我国在高新技术、高端制造（如新能源汽车、半导体芯片）在全球竞争力不断增加，这对平台在服务上下游客户，满足采购新需求，保障生产，促进创新上，提出了新要求。B2B平台可以将AI技术与业务环节结合，重点对智能选品、营销推广以及物流响应速度进行突破，以打造“更懂需求、更懂产品，更快速响应”的能力，进而不断获取B2B发展新机遇。

生成式AI技术应用赋能B2B行业数智化升级



来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

行业发展趋势2

以产业带为抓手，B2B平台助力产业带抢占人工智能大发展时代下产业升级的产业链高地

随着AI为代表的新技术的不断发展，B2B平台可以将AI技术与业务环节结合，快速应用到具体的业务场景中。通过对产业带产品标准化以及代表新质生产力中小厂家集群的培养，帮助产业带产业带厂家快速培养比较竞争优势，以抢占未来技术、未来产业的产业链高地。

产业带深耕的核心发力点

产品标准化

价格竞争优势导向下，重点选择高频、溢价水平高、对线下经销商技术资源、技术依赖度不高、符合绿色发展理念的产品进行标准化建设，提升产品的标准化、规模化生产的成本控制能力，进而促进生产带获取价格比较优势

加快产品品质等级评定的标准化建设，以准确识别真正具有价格竞争优势的厂家

■ 加强品控层面优胜劣汰的奖惩机制

中小厂家品控的稳定是难点，需严控质量风险对产业带与平台的信誉冲击，因此平台应深度打通产业带产业链条、加强交易数据的积累，以加速建立产业主体的信用数据，重点为识别真正具有创新、价格竞争力的厂家提供数据资源的支撑

■ 加强敏捷生产能力建设，不断提高响应差异化需求的竞争力

对具有创新优势与价格竞争力的厂家提供交易大数据的支持，促进中小商家更快响应需求端变化，调整生产以快速迭代产品，以最具吸引力的价格，抢占差异化、定制化需求的先机

■ 从白牌打造到品牌孵化的资源支持

对具有差异化竞争能力厂家提供品牌建设、运营服务及直播培训等资源支持，同时驱动更多服务商、产业组织参与进来，助力打造矩阵式的区域和全国性品牌，推动具备差异化、价格优势产品的标准化、品牌化发展，从而持续强化厂家与平台的合作深度与粘性

中小商家培养

中国主要产业带列举分析



来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

来源：公开资料，艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

BUSINESS
COOPERATION

业务合作

联系我们



400 - 026 - 2099



ask@iresearch.com.cn



www.idigital.com.cn www.iresearch.com.cn

官 网



微 信 公 众 号



新 浪 微 博



企 业 微 信



LEGAL STATEMENT

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞数智旗下品牌艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

合作说明

本报告案例章节包含部分企业的商业展示，旨在体现行业发展状况，供各界参考。



THANKS

艾瑞咨询为商业决策赋能