

# 中国中小企业电子商务市场动态与投资 商机分析报告（2011-2015年）

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《中国中小企业电子商务市场动态与投资商机分析报告（2011-2015年）》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201106/69842.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、说明、目录、图表目录

电子商务通常是指是在全球各地广泛的商业贸易活动中，在因特网开放的网络环境下，基于浏览器/服务器应用方式，买卖双方不谋面地进行各种商贸活动，实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

### 第一章 2010-2011年中国中小企业生存状况调研

#### 第一节 2010-2011年中国中小企业发展现状

- 一、我国中小企业运营形态
- 二、新金融环境下透视我国中小企业的管理现况
- 三、中小企业规模及发展
- 四、中央财政对中小企业的扶持政策
- 五、工业和信息化部五措施保持中小企业平稳较快发展

#### 第二节 2010-2011年中国部分地区中小企业发展状况

- 一、浙江中小企业发展状况及政府扶持政策
- 二、广东银行加大对中小企业的支持力度
- 三、江苏出台优惠政策扶持中小企业发展
- 四、福建扶持中小企业发展的政策措施
- 五、辽宁省成长型中小企业发展计划

#### 第三节 2010-2011年中国中小企业发展存在的问题、对策及机遇分析

- 一、融资是中小企业发展突出问题
- 二、破解中小企业融资困难的对策
- 三、日本发展中小企业经验对我国的启示
- 四、中小企业迎来新的发展机遇

### 第二章 2010-2011年中国中小企业电子商务应用透视

#### 第一节 中小企业电子商务概述

- 一、电子商务对中小企业发展的有利影响
- 二、发展电子商务是中小企业的重要竞争战略

三、中小企业发展电子商务的主要条件

四、电子商务企业较传统企业的比较优势

第二节 2010-2011年中国中小企业电子商务发展综述

一、电子商务是中小企业信息化发展必然

二、中小企业电子商务应用快速增长

三、中小企业电子商务应用现状

四、我国中小企业电子商务迈入系统化整合时代

第三节 金融危机下中小企业电子商务发展分析

一、金融危机中中小企业电子商务应用状况

二、电子商务助力中小企业分享内需“大餐”

三、金融危机下中小企业开展电子商务的新特点

四、中小企业借力电子商务冲出危机遭遇的问题及对策

五、金融危机下中小企业利用电子商务发展建议

第四节 2010-2011年中国中小企业电子商务模式分析

一、电子商务应用模式的分类

二、我国中小企业电子商务模式的创新

三、中小企业在不同阶段运用电子商务应用模式的发展对策

第五节 2010-2011年中国电子商务相关企业针对中小企业的发展动态

一、Google与中企动力携手推出外贸电子商务解决方案

二、联想与两巨头联手推出电子商务解决方案

三、金蝶友商网全程电子商务助力中小企业度过危机

四、一呼百应大规模升级助推中小企业电子商务应用

第六节 2010-2011年中国中小企业电子商务应用面临的壁垒

一、我国中小企业运用电子商务面临的问题

二、我国中小企业电子商务应用推广的主要制约因素

三、我国中小企业发展电子商务面临的内外部障碍

四、中小企业网络营销中的主要误区

第七节 中小企业电子商务发展对策

一、我国中小企业电子商务应用推广的发展对策

二、中小企业发展电子商务企业与政府应齐出力

三、中小企业发展电子商务营销的主要突破口

四、信息传播是中小企业电子商务发展的关键

五、中小企业电子商务应用的建议

六、中小企业开展电子商务的基本策略和步骤

七、发达国家扶持中小企业电子商务应用的可借鉴经验

第三章 2010-2011年中国中小企业B2B电子商务应用探析

第一节 中小企业B2B电子商务概述

一、B2B电子商务的定义

二、B2B电子商务的分类

三、中国中小企业B2B电子商务发展阶段

第二节 2010-2011年中国B2B电子商务发展分析

一、中国B2B电子商务市场概况

二、我国B2B电子商务平台市场格局

三、2008年中国B2B电子商务市场发展分析

四、金融危机对B2B电子商务的影响分析

第三节 2010-2011年中小企业B2B电子商务发展分析

一、B2B模式成中小企业开展电子商务首选

二、2006年中国中小企业B2B交易规模情况

三、2007年中国中小企业B2B电子商务市场发展状况

四、中小企业B2B电子商务借力搜索引擎

五、专业B2B商业搜索更能满足中小企业需求

第四节 金融危机下中小企业B2B电子商务应用分析

一、B2B业务成中小企业应对危机的利器

二、金融危机导致中小企业B2B电子商务市场需求大增

三、金融危机下中国B2B运营商与中小企业应互助发展

第五节 2010-2011年中小企业实施B2B电子商务存在的问题及对策

一、中小企业应用B2B电子商务的制约因素及发展瓶颈

二、中小企业实施B2B电子商务的五大问题及对策

三、中小企业对B2B平台的选择策略分析

四、中小企业运用B2B营销策略分析

第六节 中小企业B2B市场前景趋势分析

一、中小企业B2B应用走向专业化

二、B2B搜索引擎为中小企业带来大商机

三、中国中小企业B2B市场潜力巨大

#### 四、中国中小企业B2B电子商务市场发展趋势分析

#### 五、中小企业B2B电子商务竞争趋势分析

### 第四章 2010-2011年中国中小企业B2C电子商务透析

#### 第一节 中小企业B2C电子商务概述

##### 一、B2C模式概念

##### 二、中小企业B2C主要形态及成功运营模式

##### 三、专业B2C网络交易平台优势及劣势

#### 第二节 2010-2011年中国B2C电子商务发展状况

##### 一、中国B2C电子商务迎来快速发展期

##### 二、2010年中国电子商务B2C市场发展分析

##### 三、我国B2C电子商务发展瓶颈及其突破点

#### 第三节 2010-2011年中国中小企业B2C发展分析

##### 一、中小企业B2C发展概况

##### 二、金融危机下中小企业应开展B2C整合营销

##### 三、B2C成为中小企业盈利的突破口

##### 四、部分中小企业B2C商务实践情况

### 第五章 2010-2011年中国中小企业电子商务平台应用调研

#### 第一节 自建电子商务平台应用情况

##### 一、应用规模

##### 二、应用结构

##### 三、应用特点

#### 第二节 第三方电子商务平台应用情况

##### 一、应用规模

##### 二、行业结构

##### 三、应用特点

#### 第三节 行业和地区电子商务平台应用情况

##### 一、应用规模

##### 二、行业结构

##### 三、应用特点

### 第六章 2010-2011年中国主要地区中小企业电子商务发展分析

#### 第一节 浙江

##### 一、浙江中小企业电子商务应用情况

二、浙江中小企业积极开展电子商务

三、浙江省3000万元助中小企业发展电子商务

四、电子商务助浙江中小企业度过危机

五、义乌中小企业电子商务发展状况分析

## 第二节 广东

一、广东中小企业发展电子商务正当其时

二、广东资助中小企业开展电子商务

三、深圳中小企业电子商务应用状况

四、深圳中小企业电子商务发展步入新纪元

五、中山建成首个网上产业集群平台助中小企业过冬

## 第三节 其他地区

一、山东中小企业信息化调查情况

二、山东降低中小企业电子商务与物流应用门槛

三、金融危机下福建企业网上交易悄然兴起

四、重庆建中小企业电子商务平台应对危机

五、云南与UNSCAP签订建设GMS中小企业电子商务平台协议

六、攀枝花中小企业电子商务应用现况

## 第七章 中小企业电子商务应用解决方案主要提供商

### 第一节 IBM

一、公司简介

二、IBM的电子商务解决方案

三、IBM电子商务解决方案综合评价及适用范围

四、IBM针对中小企业开展电子商务

### 第二节 ORACLE

一、公司简介

二、Oracle的电子商务解决方案

三、Oracle电子商务解决方案综合评价及适用范围

### 第三节 SAP

一、公司简介

二、SAP电子商务解决方案主要产品

三、SAP电子商务解决方案综合评价及适用范围

### 第四节 微软

一、公司简介

二、微软电子商务应用解决方案

三、微软与阿里巴巴联手开拓中小企业电子商务

四、微软推出中小企业C2B电子商务用户到企业平台

第八章 2010-2011年中国中小企业电子商务应用第三方电子商务网站运营分析

第一节 阿里巴巴

一、公司简介

二、阿里巴巴SWOT分析

三、阿里巴巴经营状况

四、阿里巴巴与如家合作拓展中小企业电子商务市场

五、阿里巴巴计划在江苏扶持5万家中小企业开展电子商务

第二节 慧聪网

一、公司简介

二、慧聪主营业务范围

三、慧聪经营状况分析

四、慧聪网为中小企业电子商务打造良好平台

第三节 买麦网

一、公司简介

二、买麦网推出“买麦之音”服务频道

三、买麦网推出“V计划”助中小企业过冬

第九章 2011-2015年中国中小企业电子商务前景趋势分析

第一节 2011-2015年中国中小企业电子商务前景分析

一、中小企业掌握电子商务的未来

二、中小企业应用电子商务前景广阔

三、我国中小企业移动电子商务将加速发展

第二节 2011-2015年中国中小企业应用电子商务趋势分析

一、中小企业电子商务应用主要发展趋势分析

二、企业搭建行业电子商务网趋势分析

三、中小企业电子商务平台发展趋势分析

四、中小企业电子商务平台的发展方向

第十章 2010-2011年中国中小企业电子商务产业运行环境分析

第一节 2010-2011年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入分析

三、全社会固定资产投资分析

四、进出口总额及增长率分析

五、社会消费品零售总额

第二节2010-2011年中国中小企业电子商务产业政策环境分析

一、广东省电子商务交易条例

二、广州市中小企业电子商务应用扶持资金管理暂行办法

三、上海市促进电子商务发展规定

第十一章2011-2015年中国中小企业电子商务产投资潜力研究

第一节 2011-2015年中国中小企业电子商务市场投资机会分析

一、投资吸引力分析

二、投资潜力分析

第二节 2011-2015年中国中小企业电子商务市场投资风险分析

一、市场竞争风险

二、政策风险

三、技术风险

四、进入退出风险

第三节 心专家建议

图表目录：

图表：电子商务按交易主体分类

图表：B2B电子商务分类（按贸易类型）

图表：B2B电子商务分类（按贸易主导主体类型）

图表：2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010年前三季度中国三产业增加值结构图

图表：2009-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表：2009-2010年我国工业增加值分季度增速

图表：2005-2010年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2010年我国财政收入支出走势图

图表：2009年1月-2010年7月人民币兑美元汇率中间价

图表：2010年10月人民币汇率中间价对照表

图表：2009-2010年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009-2010年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2001-2009年中国外汇储备走势图

图表：2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表：2010年10月20日中国人民银行利率调整表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2009年中国就业人数走势图

图表：2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：2005-2009年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2001-2009年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：1978-2009年中国城镇化率走势图

图表：2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：中国中小企业电子商务三个发展阶段

图表：2006-2011年中国电子商务B2B市场交易额及增长

图表：2008年中国B2B电子商务服务市场品牌格局

图表：2002-2007年中小企业总体数量规模

图表：我国B2B电子商务发展地区分布情况

图表：2007年中国第三方B2B电子商务平台营收份额

图表：影响中国中小企业B2B电子商务发展主要因素

图表：2002-2007年中国中小企业B2B电子商务交易规模

图表：2006-2011年中国电子商务B2C市场交易额及增长

图表：2008年中国B2C网上销售平台品牌格局

图表：浙江电子商务应用状况

图表：微软电子商务应用解决方案

图表：阿里巴巴主要会计数据及财务指标

图表：阿里巴巴资产情况

图表：阿里巴巴负债情况

图表：阿里巴巴经常性经营自由现金流量

图表：慧聪主要业绩及财务状况

图表：慧聪销售收入分析

图表：中小企业应用电子商务前景广阔

图表：企业搭建行业电子商务网趋势分析

图表：中国中小企业B2B市场前景趋势分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201106/69842.html>