



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2010年中国中小企业电子商务行业市场调查及投资咨询报告

一、调研说明

《2009-2010年中国中小企业电子商务行业市场调查及投资咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/122099.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

第一章 2009-2010年中国中小企业电子商务产业运行环境

一、2009-2010年中国经济发展环境

- (一) 2009年第一季度中国宏观经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2009-2010年中国中小企业电子商务产业政策环境

- (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

三、2009-2010年中国中小企业电子商务产业社会环境

第二章 2009-2010年中国中小企业发展走势

一、2009-2010年中国中小企业发展概况

- (一) 金融危机下中小企业发展
- (二) 2009年中央财政对中小企业的扶持政策
- (三) 工业和信息化部五措施保持中小企业平稳较快发展

二、2009-2010年中国部分地区中小企业发展状况

- (一) 2008年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

三、2009-2010年中国中小企业发展存在的问题及机遇

- (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中国的启示
- (四) 中小企业迎来新的发展机遇

第三章 2009-2010年中国中小企业电子商务产业发展形势

一、2009-2010年中国中小企业电子商务发展

- (一) 电子商务对中小企业发展的有利影响

(一) 发展电子商务是中小企业的重要竞争战略

(二) 中小企业发展电子商务的主要条件

(三) 电子商务企业较传统企业的比较优势

二、2009-2010年中国中小企业电子商务应用发展存在的问题

(一) 中国中小企业运用电子商务面临的问题

(二) 中国中小企业电子商务应用推广的主要制约因素

(三) 中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

三、2009-2010年中国中小企业电子商务发展对策

(一) 中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

第四章 2009-2010年中国中小企业电子商务产业运行动态

一、2009-2010年中国中小企业电子商务市场应用

(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) 中国中小企业电子商务迈入系统化整合时代

二、2009-2010年中国中小企业电子商务模式

(一) 电子商务应用模式的分类

(二) 中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

三、2009-2010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

第五章 2009-2010年中国中小企业B2B电子商务产业走势

一、2009-2010年中国B2B电子商务发展

- (一) 中国B2B电子商务平台市场格局
- (二) 2008年中国B2B电子商务市场发展
- (三) 金融危机对B2B电子商务的影响

二、2009-2010年中国中小企业B2B电子商务发展

- (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
- (四) 金融危机下中小企业B2B电子商务应用

三、2009-2010年中国中小企业实施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
- (四) 中小企业运用B2B营销策略

第六章 2009-2010年中国中小企业B2C电子商务产业发展态势

一、2009-2010年中国中小企业B2C电子商务产业发展概述

- (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

二、2009-2010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) 2008年中国电子商务B2C市场发展
- (三) 中国B2C电子商务发展瓶颈及其突破点

三、2009-2010年中国中小企业B2C发展

- (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

第七章 2009-2010年中国主要地区中小企业电子商务市场格局

一、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

二、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

三、其他地区

- (一) 2008年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

第八章 中小企业电子商务应用解决方案主要提供商

一、IBM

- (一) 公司概况
- (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

二、ORACLE

- (一) 公司概况
- (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

三、SAP

- (一) 公司概况
- (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

四、微软

- (一) 公司概况
- (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

第九章 中小企业电子商务应用第三方电子商务网站

一、阿里巴巴

- (一) 公司概况
- (二) 2009-2010年阿里巴巴经营状况
- (三) 阿里巴巴与如家合作拓展中小企业电子商务市场
- (四) 阿里巴巴计划在江苏扶持5万家中小企业开展电子商务

二、慧聪网

- (一) 公司概况
- (二) 慧聪主营业务范围
- (三) 2009-2010年慧聪经营状况
- (四) 慧聪网为中小企业电子商务打造良好平台

三、买麦网

- (一) 公司概况
- (二) 2008年买麦网推出"V计划"助中小企业过冬

第十章 2009-2012年中国中小企业电子商务发展及投资

一、2009-2012年中国中小企业电子商务前景

- (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) 中国中小企业移动电子商务将加速发展

二、2009-2012年中国中小企业应用电子商务趋势

- (一) 中小企业电子商务应用主要发展趋势
- (二) 企业搭建行业电子商务网趋势

(三) 中小企业电子商务平台发展趋势

(四) 中小企业电子商务平台的发展方向

三、2009-2012年中国中小企业B2B市场前景趋势

(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

(五) 中小企业B2B电子商务竞争趋势

四、2009-2012年中国中小企业电子商务市场投资

(一) 中国中小企业电子商务市场投资环境

(二) 中国中小企业电子商务市场投资机会

(三) 中国中小企业电子商务市场投资风险

图表目录（部分）：

图表：2007-2009年国内生产总值实际增长率（当季）

图表：2007-2009年三大产业增加值增长率（累计）

图表：2007-2009年工业增加值增长率（当月）

图表：2007-2009年城镇投资和房地产开发投资增速反弹

图表：2007-2009年社会消费品零售总额增长率

图表：2007-2009年居民消费价格指数与工业品出厂价格指数走势图

图表：2007-2009年进出口总值增长走势图

图表：2007-2009年货币供应量增长走势图

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/122099.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。