

2013 年上半年 中国企业互联网应用状况 行业及热点调查报告

(2013 年 8 月)



中国互联网络信息中心

目 录

报告摘要	3
第一章 调查介绍	4
一、调查方法.....	4
(一) 电话调查.....	4
(二) 深访调查.....	6
二、报告术语界定.....	7
第二章 互联网基础条件发展状况	9
一、计算机普及状况.....	9
(一) 使用计算机办公的企业比例.....	9
(二) 经常使用计算机工作的雇员比例.....	9
二、互联网普及状况.....	10
(一) 使用互联网办公的企业比例.....	10
(二) 经常使用互联网工作的雇员比例.....	11
(三) 宽带接入普及率.....	11
三、企业建站状况.....	12
(一) 企业独立网站建设情况.....	12
(二) 企业网店建设情况.....	14
第三章 电子商务及网络营销发展状况	15
一、电子商务普及状况.....	15
(一) 在线销售.....	15
(二) 在线采购.....	23
二、互联网营销推广使用状况.....	24
(一) 互联网营销渠道的开展情况.....	24
(二) 各行业互联网营销推广方式的使用状况.....	25
三、企业级移动互联网应用的使用情况.....	35

图目录

图 1 使用计算机的企业比例	9
图 2 经常使用计算机工作的员工比例.....	10
图 3 使用互联网的企业比例	11
图 4 经常使用互联网工作的员工比例.....	11
图 5 宽带接入普及率	12
图 6 独立网站建设比例	13
图 7 网店建设比例	14
图 8 在线销售的开展情况	15
图 9 部分行业在线销售的客户对象.....	16
图 10 在线销售的渠道	17
图 11 在线销售的支付方式.....	18
图 12 第三方支付品牌的使用情况	18
图 13 在线销售给企业带来的好处	19
图 14 在线销售的满意度	20
图 15 不开展在线销售的原因	21
图 16 已开展在线销售的企业对未来在线销售占比变化的预期.....	22
图 17 未开展在线销售的企业对未来开展在线销售的倾向	22
图 18 在线采购的开展情况	23
图 19 企业开展在线采购的原因	24
图 20 互联网营销推广的开展情况	25
图 21 企业在互联网营销推广中遇到的问题.....	25
图 22 制造业互联网营销方式的使用情况.....	26
图 23 建筑业互联网营销方式的使用情况.....	28
图 24 信息传输、计算机服务和软件业互联网营销方式的使用情况	29
图 25 批发和零售业互联网营销方式的使用情况.....	30
图 26 房地产业互联网营销方式的使用情况.....	32
图 27 租赁和商务服务业互联网营销方式的使用情况.....	34
图 28 多种企业级移动互联网应用	35



报告摘要

- ◇ 不同行业间，在计算机、互联网普及率，以及信息化办公水平等方面存在较大差距。截至 2013 年 6 月底，过去一年中，信息传输、计算机服务和软件业的计算机普及率最高，达 98.7%，受访企业平均有 85.4% 的员工在工作中经常使用计算机；而传统行业、劳动密集型行业，如制造业、居民服务和其他服务业，以及批发和零售业的计算机普及率较低，都在 90% 左右，其中，制造业受访企业经常使用计算机办公的员工比例平均仅为 26.6%。
- ◇ 截至 2013 年 6 月底，过去一年中，多数行业企业的宽带接入比例都达到或超过 70%。其中，信息传输、计算机服务和软件业的宽带普及率最高，接近 90%。
- ◇ 截至 2013 年 6 月底，过去一年中，信息传输、计算机服务和软件业的建站比例最高，超过 50%；制造业建站比例也领先于大部分行业，达到 48.6%；居民服务和其他服务业，交通运输、仓储和邮政业建站比例最低，远不足三成。在建立网店方面，制造业的比例最高，达 23.6%，其他行业企业的网店建设比例都远低于此。
- ◇ 根据本次调查，截至 2013 年 6 月底，过去一年中开展过在线销售的企业比例最高的为制造业，达 33.2%；房地产业，以及交通运输、仓储和邮政业较低，比例远低于 10%。与此同时，制造业是开展在线采购比例最高的行业，达 24.2%；除此以外，信息传输、计算机服务和软件业，批发和零售业开展在线采购活动也相对积极，比例分别为 22.2% 和 23.1%。
- ◇ 根据本次调查，截至 2013 年 6 月底，过去一年中，信息传输、计算机服务和软件业，以及租赁和商务服务业企业开展互联网营销推广的比例最高，均为 27.1%；而交通、仓储和运输业企业的开展比例最低，仅为 12.3%。

第一章 调查介绍

一、调查方法

(一) 电话调查

1、调查总体

调查的目标总体是中国大陆（除港、澳、台三地）企业法人单位，不含个体工商户，以及除企业法人以外的其他法人单位。

2、抽样方法

本调查采用分层随机抽样。

2.1 地区分层标准

根据国家统计局发布的相关标准，将31个省、市、自治区，按照经济发展水平分为东部、中部、西部和东北地区四个类别：

- 东部包括10个省市：北京、天津、河北、上海、江苏、浙江、福建、山东、广东和海南。
- 中部包括6个省：山西、安徽、江西、河南、湖北和湖南。
- 西部包括12个省市：内蒙古、广西、重庆、四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏和新疆。
- 东北包括3个省：辽宁、吉林和黑龙江。

2.2 行业分层标准

按国家统计局发布的统计标准，企业法人单位分为十八个行业大类。CNNIC按照各行



业在互联网使用情况方面的共性和差异，将原十八个行业大类合并为九个行业类别：

序号	行业名称
1	农、林、牧、渔业
	采矿业
	电力、燃气及水的生产和供应业
2	制造业
3	建筑业
	交通运输、仓储和邮政业
4	信息传输、计算机服务和软件业
	金融业
	租赁和商务服务业
5	批发和零售业
6	住宿和餐饮业
	居民服务和其他服务业
7	房地产业
8	科学研究、技术服务和地质勘查业
	水利、环境和公共设施管理业
9	教育
	卫生、社会保障和社会福利业
	文化、体育和娱乐业

按地区及合并后的行业两个指标进行交叉分层，将总体划分为4*9共计36个层。根据2008年第二次经济普查企业法人单位的省市、行业分布情况，在每层中等比例分配样本量。在每层中随机抽取企业法人单位进行调查。

最终有效样本共6036家企业，样本的行业分布如下：

行业	样本量	占比
制造业	2201	36.5%
建筑业	252	4.2%
交通运输、仓储和邮政业	211	3.5%
信息传输、计算机服务和软件业	225	3.7%
批发和零售业	1682	27.9%
房地产业	251	4.2%
租赁和商务服务业	358	5.9%
居民服务和其他服务业	219	3.6%
其他	637	10.6%

合计	6036	100.0%
----	------	--------

3、调查实施方法

本项目采用电话调查（CATI）的方式。调查随机性和准确性控制办法如下：

- 1) 采取工作日早9点至晚6点拨打电话的方法。
- 2) 完成调查后，要求电话调查公司提供所有电话的拨打明细情况，进行抽查。
- 3) 为避免接通率对随机性的影响，对号码无法接通的情况，采取至少拨打三遍的方式。
- 4) 为避免访员个人观点对访问造成影响，规定不需要读出的选项一律不加以任何提示，并追问到位。
- 5) 电话调查结束后对数据进行了预处理、核对了变量的取值和变量之间的逻辑关系等，对于不合格样本予以整体删除处理。

（二）深访调查

2013年7月，CNNIC针对部分典型企业，进行了企业互联网应用状况的深入调查。共回收有效问卷33份。典型企业的行业分布情况如下：

行业名称	企业数量
农、林、牧、渔业	1
采矿业	1
电力、燃气及水的生产和供应业	1
制造业	8

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21932

