

2012 年下半年中国中小企业 互联网应用状况调查报告

(2013 年 1 月)



中国互联网络信息中心

目 录

报告摘要.....	2
第一章 调查介绍	3
一、报告术语界定.....	3
二、调查方法.....	6
第二章 中小企业互联网基础条件发展状况	7
一、计算机普及状况.....	7
二、互联网普及状况.....	7
（一）使用互联网办公的企业比例.....	7
（二）企业互联网接入方式.....	9
三、企业建站状况.....	11
第三章 中小企业互联网应用 发展状况	12
一、主要企业互联网应用普及状况.....	12
（一）沟通类企业互联网应用发展情况.....	13
（二）信息类企业互联网应用发展情况.....	14
（三）商务服务类企业互联网应用发展情况.....	17
（四）内部支撑类企业互联网应用发展情况.....	19
二、互联网相关就业岗位情况.....	22
第四章 中小企业电子商务及网络营销发展状况	23
一、电子商务普及状况.....	23
二、在互联网中的广告和营销推广的使用情况.....	25
（一）各媒体中的广告和营销的投入情况对比.....	25
（二）各种互联网营销推广方式的普及状况.....	26

报告摘要

- ◇ 本次调查报告显示，受访企业中 91.3% 在过去一年使用计算机办公，78.5% 在过去一年使用互联网办公。我国中小企业计算机使用普及率基本稳定在较高水平，但互联网普及率相比部分国外发达水平还存在一定上升空间。
- ◇ 从企业互联网的接入方式来看，固定宽带是企业接入互联网的最主要方式，在受访中小企业整体中的普及率达到 71.0%，但与部分发达国家相比仍然存在很大差距。
- ◇ 根据本次调查，受访中小企业中拥有独立网站或网店的比例为 49.9%。
- ◇ 在受访中小企业中，普及率最高的互联网应用分别为发送和接收电子邮件、网上银行、了解商品或服务信息，分别为 84.7%、71.1% 和 68.1%。
- ◇ 根据本次调查，58.3% 的受访企业都设有专门的互联网相关从业岗位，包括网络环境的建设和维护人员，技术研发人员，电子商务相关人员等；在过去一年中，有 14.1% 的企业互联网相关从业人员规模有所增加。
- ◇ 25.3% 的受访中小企业在过去一年曾开展过在线销售活动，26.5% 曾有过在线采购活动。与 OECD 公布的部分发达国家电子商务普及率相比，我国中小企业在线销售的普及率处于部分发达国家平均水平以上，但是在线采购则相反。
- ◇ 互联网是中小企业广告和营销投入的重要渠道，有 23.0% 的受访中小企业过去一年中曾在互联网进行过广告或营销推广方面的投入。
- ◇ 本次调查中，受访企业最普遍使用的网络营销方式是搜索引擎营销推广，普及率达到 53.2%；排在第二、第三位的分别是即时聊天工具推广和电子商务平台，渗透率为 51.6% 和 50.0%。

第一章 调查介绍

一、报告术语界定

◇ 企业/中小企业

本报告中的企业均指中小企业，依据工业和信息化部、国家统计局、发展改革委、财政部于 2011 年联合发布的《中小企业划型标准规定》界定，不含个体工商户。《中小企业划型标准规定》中，中小企业划分为中型、小型、微型三种类型，具体标准根据企业从业人员、营业收入、资产总额等指标，结合行业特点制定。具体标准如下：

- ◆ 农、林、牧、渔业。营业收入 20000 万元以下的为中小微型企业。其中，营业收入 500 万元及以上的为中型企业，营业收入 50 万元及以上的为小型企业，营业收入 50 万元以下的为微型企业。
- ◆ 工业。从业人员 1000 人以下或营业收入 40000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 300 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 300 万元以下的为微型企业。
- ◆ 建筑业。营业收入 80000 万元以下或资产总额 80000 万元以下的为中小微型企业。其中，营业收入 6000 万元及以上，且资产总额 5000 万元及以上的为中型企业；营业收入 300 万元及以上，且资产总额 300 万元及以上的为小型企业；营业收入 300 万元以下或资产总额 300 万元以下的为微型企业。
- ◆ 批发业。从业人员 200 人以下或营业收入 40000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 20 人及以上，且营业收入 5000 万元及以上的为中型企业；从业人员 5 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为小型企业；从业人员 5 人以下或营业收入 1000 万元以下的为微型企业。
- ◆ 零售业。从业人员 300 人以下或营业收入 20000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 50 人及以上，且营业收入 500 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。

- ◆ 交通运输业。从业人员 1000 人以下或营业收入 30000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 3000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 200 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 200 万元以下的为微型企业。
- ◆ 仓储业。从业人员 200 人以下或营业收入 30000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。
- ◆ 邮政业。从业人员 1000 人以下或营业收入 30000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 20 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 20 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。
- ◆ 住宿业。从业人员 300 人以下或营业收入 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。
- ◆ 餐饮业。从业人员 300 人以下或营业收入 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 2000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。
- ◆ 信息传输业。从业人员 2000 人以下或营业收入 100000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 100 万元以下的为微型企业。
- ◆ 软件和信息技术服务业。从业人员 300 人以下或营业收入 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且营业收入 50 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或营业收入 50 万元以下的为微型企业。
- ◆ 房地产开发经营。营业收入 200000 万元以下或资产总额 10000 万元以下的为中小微型企业。其中，营业收入 1000 万元及以上，且资产总额 5000 万元及以



上的为中型企业；营业收入 100 万元及以上，且资产总额 2000 万元及以上的为小型企业；营业收入 100 万元以下或资产总额 2000 万元以下的为微型企业。

- ◆ 物业管理。从业人员 1000 人以下或营业收入 5000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 300 人及以上，且营业收入 1000 万元及以上的为中型企业；从业人员 100 人及以上，且营业收入 500 万元及以上的为小型企业；从业人员 100 人以下或营业收入 500 万元以下的为微型企业。
- ◆ 租赁和商务服务业。从业人员 300 人以下或资产总额 120000 万元以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上，且资产总额 8000 万元及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上，且资产总额 100 万元及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下或资产总额 100 万元以下的为微型企业。
- ◆ 其他未列明行业。从业人员 300 人以下的为中小微型企业。其中，从业人员 100 人及以上的为中型企业；从业人员 10 人及以上的为小型企业；从业人员 10 人以下的为微型企业。

◇ 企业建站

本报告中的企业建站是指网站或网店，包括企业自己建立的独立企业网站，或者是利用第三方电子商务平台建立的网上商铺。

◇ 网络营销

指利用互联网手段开展营销推广活动。

◇ 搜索引擎营销（SEM）

搜索引擎营销，包括搜索引擎优化（SEO）、搜索关键字广告等。搜索引擎优化是指对网站的内容和结构进行优化，以提升网站内容被各搜索引擎排名靠前的机会。搜索关键字广告指公司通过搜索引擎公司购买关键字，当用户用此关键字搜索时，该公司产品出现在搜索页上，以吸引用户点击链接进入商家的网站，促进交易的发生。

◇ 电子商务网站推广

指企业在 B2B、C2C、B2C 网站上进行的网络营销推广行为，例如发布产品信息、进行竞价排名或购买广告等。

◇ 联署营销

网站注册参加广告商的联署计划，获得一个特定的链接。站主把这个链接放在自己的网站上，有用户通过这个联署链接点击来到广告商的网站后，广告商将按预先规定好的佣金支付给站主。

本次调查数据截止日期为 2012 年 12 月 31 日。

二、调查方法

◇ 调查对象

电话调查的目标总体是中国大陆（除港、澳、台三地）拥有法人资格的中小企业，不含个体工商户。

◇ 抽样方法

本调查采用分层随机抽样，以经济普查数据为依据确定各省抽样数量，在各省内按企业黄页数据进行随机抽样。最终有效样本共4500个。

◇ 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) 对中小企业库进行分省市、行业随机拨打电话进行访问。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。

第二章 中小企业互联网基础条件

发展状况

一、计算机普及状况

根据本次中小企业互联网应用状况调查显示，截至 2012 年 12 月 31 日，受访中小企业中过去一年使用计算机¹办公的比例为 91.3%。计算机是企业信息化的重要方面，也是企业开展互联网应用的基础。目前，我国中小企业中的计算机普及程度已经达到较高水平，具备了深入开展互联网应用和信息化建设的条件。

二、互联网普及状况

(一) 使用互联网办公的企业比例

截至 2012 年 12 月底，受访中小企业中，使用互联网办公²的比例为 78.5%。使用互联网办公的企业比例，是企业互联网应用发展水平最核心的指标之一。限于硬件设备的普及程度，计算机仍然是我国中小企业连接互联网的主要工具，但调查结果显示，目前我国中小企业的互联网普及率相比计算机普及率还相差较大，计算机“不上网”的情况仍然普遍存在。随着互联网发展，计算机用途得到了极大的丰富，所以，培养广大中小企业上网意识，进一步提高中小企业计算机“上网”的比例将会为企业互联网应用的深入开展铺平道路。

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_21935

