

2009-2010年中国中小企业 电子商务行业市场研究及投资发展预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2009-2010年中国中小企业电子商务行业市场研究及投资发展预测报告》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/200906/18051.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

第一章 2008-2009年中国中小企业电子商务产业运行环境分析

一、2008-2009年中国经济发展环境分析

（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、2008-2009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

三、2008-2009年中国中小企业电子商务产业社会环境分析

第二章 2008-2009年中国中小企业发展走势分析

一、2008-2009年中国中小企业发展概况

（一）金融危机下中小企业发展分析

（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、2008-2009年中国部分地区中小企业发展状况分析

（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、2008-2009年中国中小企业发展存在的问题及机遇分析

（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中国的启示

（四）中小企业迎来新的发展机遇

第三章 2008-2009年中国中小企业电子商务产业发展形势分析

一、2008-2009年中国中小企业电子商务发展分析

（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、2008-2009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、2008-2009年中国中小企业电子商务发展对策分析

(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 2008-2009年中国中小企业电子商务产业运行动态分析

一、2008-2009年中国中小企业电子商务市场应用分析

(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、2008-2009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) 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、2008-2009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 2008-2009年中国中小企业B2B电子商务产业走势分析

一、2008-2009年中国B2B电子商务发展分析

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

二、2008-2009年中国中小企业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
- (四) 金融危机下中小企业B2B电子商务应用分析

三、2008-2009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平台的选择策略分析
- (四) 中小企业运用B2B营销策略分析

第六章 2008-2009年中国中小企业B2C电子商务产业发展态势分析

一、2008-2009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、2008-2009年中国B2C电子商务发展状况分析

- (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市场发展分析
- (三) 中国B2C电子商务发展瓶颈及其突破点

三、2008-2009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

第七章 2008-2009年中国主要地区中小企业电子商务市场格局分析

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分析

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分析

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) 2008-2009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) 2008-2009年慧聪经营状况分析
- (四) 慧聪网为中小企业电子商务打造良好平台

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分析

一、2009-2012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) 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

三、2009-2012年中国中小企业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

四、2009-2012年中国中小企业电子商务市场投资分析

(一) 中国中小企业电子商务市场投资环境分析

(二) 中国中小企业电子商务市场投资机会分析

(三) 中国中小企业电子商务市场投资风险分析

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：<http://www.cction.com/report/200906/18051.html>