

2023-2029年中国中小企业 电子商务市场竞争战略分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2023-2029年中国中小企业电子商务市场竞争战略分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/Z75104UX95.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2023-05-25

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2023-2029年中国中小企业电子商务市场竞争战略分析及投资前景研究报告》介绍了中小企业电子商务行业相关概述、中国中小企业电子商务产业运行环境、分析了中国中小企业电子商务行业的现状、中国中小企业电子商务行业竞争格局、对中国中小企业电子商务行业做了重点企业经营状况分析及中国中小企业电子商务产业发展前景与投资预测。您若想对中小企业电子商务产业有个系统的了解或者想投资中小企业电子商务行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

互联网技术的不断革新与发展，给经济带来新的革命，也正在改变整个商业社会的竞争格局，令所有的企业在面临着新的机遇的同时也面临着巨大的挑战，利用 I N T E R N E T 开展电子商务，是企业走向壮大的必然之路。对我国中小企业来说，实施电子商务更为迫切。

未显示数据请查阅正文

据博思数据发布的《2023-2029年中国中小企业电子商务市场竞争战略分析及投资前景研究报告》表明：2022年上半年我国移动互联网接入流量累计值达12414156.5万GB，期末总额比上年累计增长20.2%。

指标	2022年6月	2022年5月	2022年4月	2022年3月	2022年2月	移动
移动互联网接入流量当期值(万GB)	2145045.2	2225150.6	2170855.6	2140664.8	1741296.9	移动
移动互联网接入流量累计值(万GB)	12414156.5	10269111.2	8043960.6	5873105	3732440.3	移动互
联网接入流量同比增长(%)	15	19	22.8	23.8	18.7	移动互
联网接入流量累计增长(%)	20.2	21.4	22.1	21.8	20.7	

第一章 2021-2023年中国中小企业发展分析

1.1 2021-2023年中国中小企业发展概述

1.1.1 我国中小企业发展综况

1.1.2 工信部从五方面积极推动中小企业发展

1.1.3 金融机构对中小企业放贷情况

1.1.4 部分地区中小企业信用体系建设成功经验

1.2 2021-2023年部分地区中小企业发展状况

1.2.1 黑龙江省中小企业运行情况

1.2.2 湖南省中小企业发展状况

1.2.3 深圳中小企业运行状况

1.2.4 新疆中小企业扶持政策持续加码

1.2.5 浙江省中小企业面临的困境与出路分析

1.3 中小企业发展存在的问题及对策

1.3.1 中小企业面临生存危机亟需政策扶持

1.3.2 中小企业存在的融资问题及对策建议

1.3.3 中小企业的品牌塑造策略探讨

1.3.4 日本中小企业发展经验对我国的启示

第二章 2021-2023年中小企业电子商务发展分析

2.1 中小企业电子商务概述

2.1.1 电子商务对中小企业发展的有利影响

2.1.2 发展电子商务是中小企业的重要竞争战略

2.1.3 中小企业发展电子商务的时机成熟

2.1.4 电子商务企业较传统企业的比较优势

2.2 2021-2023年中小企业电子商务发展现状

2.2.1 我国中小企业电子商务发展概况

2.2.2 中小企业应用电子商务平台现状

2.2.3 中小企业电子商务运营尝试按成效付费

2.2.4 电子商务创新破解中小企业融资难题

2.3 中小企业电子商务模式分析

2.3.1 电子商务应用模式的分类

2.3.2 我国中小企业电子商务模式的创新

2.3.3 中小企业在不同阶段运用电子商务应用模式的发展对策

2.4 中小企业电子商务发展存在的问题

2.4.1 我国中小企业运用电子商务面临的问题

2.4.2 我国中小企业电子商务应用推广的主要制约因素

2.4.3 我国中小企业发展电子商务面临的内外部障碍

2.4.4 中小企业网络营销中的主要误区

2.5 中小企业电子商务发展对策

2.5.1 我国中小企业发展电子商务的对策

2.5.2 我国中小企业发展电子商务的具体措施

2.5.3 我国中小企业电子商务应用推广的建议

2.5.4 中小企业开展电子商务的基本策略和步骤

2.5.5 中小企业发展电子商务营销的主要突破口

2.5.6 中小企业开展电子商务的营销捷径

第三章 2021-2023年中小企业B2B电子商务市场调研

3.1 中小企业B2B电子商务概述

3.1.1 B2B电子商务的定义

3.1.2 B2B电子商务的分类

3.1.3 中国中小企业B2B电子商务发展阶段

3.2 2021-2023年中国B2B电子商务发展分析

3.2.1 B2B电子商务行业发展概况

3.2.2 B2B电子商务平台市场格局

3.2.3 中国B2B电子商务市场现状

3.2.4 中国B2B电子商务市场动态

3.2.6 我国主要B2B电子商务网站概况

3.3 2021-2023年中小企业B2B电子商务发展分析

3.3.1 B2B模式成中小企业开展电子商务首选

3.3.2 2021年中小企业B2B市场调研

3.3.3 2022年中小企业B2B市场调研

3.3.4 2023年中小企业B2B市场调研

3.3.5 中小企业开展B2B电子商务的模式分析

3.3.6 中小企业B2B电子商务借力搜索引擎

3.4 中小企业实施B2B电子商务存在的问题及对策

3.4.1 影响我国中小企业B2B电子商务发展的主要因素

3.4.2 中小企业实施B2B电子商务的五大问题及对策

3.4.3 中小企业实施B2B电子商务的发展对策

3.4.4 中小企业对B2B平台的选择策略分析

3.4.5 中小企业运用B2B营销策略分析

3.5 中小企业B2B市场前景趋势分析

3.5.1 我国B2B市场的发展趋势

3.5.2 中国B2B电子商务的发展方向

3.5.3 中小企业B2B应用走向专业化

3.5.4 中国中小企业B2B电子商务市场发展趋势分析

第四章 2021-2023年中小企业B2C电子商务分析

4.1 中小企业B2C电子商务概述

4.1.1 B2C模式概念

4.1.2 中小企业B2C主要形态及成功运营模式

4.1.3 专业B2C网络交易平台优势及劣势

4.2 2021-2023年中国B2C电子商务发展状况

4.2.1 中国B2C电子商务行业发展历程

4.2.2 中国B2C电子商务行业发展成就

4.2.3 中国B2C电子商务行业规模分析

4.2.4 中国B2C电子商务行业发展特征

4.2.5 我国B2C电子商务发展瓶颈及其突破点

4.3 2021-2023年中小企业B2C发展分析

4.3.1 中小企业B2C电子商务发展概况

4.3.2 中小企业实施B2C电子商务的策略

4.3.3 中小企业自主经营B2C网站的发展思路分析

第五章 2021-2023年主要地区中小企业电子商务发展分析

5.1 浙江

5.1.1 浙江中小企业电子商务的发展概况

5.1.2 经济危机下浙江中小企业大胆试水电子商务

5.1.3 移动电子商务给东阳市中小企业带来突围良机

5.1.4 杭州中小企业电子商务加速发展

5.1.5 网络融资破解温州中小企业融资难题

5.2 广东

5.2.1 广东竭力推广电子商务在中小企业的应用

5.2.2 广东省为中小企业投入三千万元电子商务扶持资金

5.2.3 中山建成首个网上产业集群平台助中小企业过冬

5.2.4 深圳市中小企业积极投身电子商务洪流

5.2.5 广州大力推动中小企业开展电子商务应用

5.3 其他地区

5.3.1 山东全程电子商务平台给中小企业带来积极效益

5.3.2 上海市实施中小企业应用电子商务试点

5.3.3 云南推动中小企业利用电子商务开拓海外市场

5.3.4 湖北中小企业电子商务平台渐入佳境

5.3.5 百度与河南结盟助力当地中小企业电子商务发展

第六章 2021-2023年中小企业电子商务应用解决方案主要提供商

6.1 IBM

6.1.1 公司简介

6.1.2 IBM的电子商务解决方案

6.1.3 IBM电子商务解决方案综合评价及适用范围

6.1.4 IBM大肆进军电子商务软件服务领域

6.2 ORACLE

6.2.1 公司简介

6.2.2 Oracle的电子商务解决方案

6.2.3 Oracle中小企业ERP解决方案应用案例及评价

6.2.4 Oracle电子商务产品被中型企业广泛应用

6.3 SAP

6.3.1 公司简介

6.3.2 SAP电子商务解决方案主要产品

6.3.3 SAP电子商务解决方案综合评价及适用范围

6.4 微软

6.4.1 公司简介

6.4.2 微软电子商务应用解决方案

6.4.3 微软推出中小企业C2B电子商务用户到企业平台

6.4.4 微软“必应bing”产品助力中山中小企业发展

第七章 2021-2023年中小企业电子商务应用第三方电子商务网站

7.1 阿里巴巴

7.1.1 企业发展概况

7.1.2 SWOT分析

7.1.3 企业经营状析

7.1.4 企业发展动态

7.1.5 企业发展展望

7.2 慧聪网

7.2.1 企业发展概况

7.2.2 主营业务范围

7.2.3 经营效益分析

7.2.4 业务经营分析

7.2.5 未来前景展望

7.3 中国制造网——焦点科技

7.3.1 企业发展概况

7.3.2 主营业务范围

7.3.3 经营效益分析

7.3.4 业务经营分析

7.3.5 财务状况分析

7.3.6 未来前景展望

7.4 网盛生意宝

7.4.1 企业发展概况

7.4.2 主营业务范围

7.4.3 经营效益分析

7.4.4 业务经营分析

7.4.5 财务状况分析

7.4.6 未来前景展望

第八章 2023-2027年中小企业电子商务前景趋势分析

8.1 中小企业电子商务前景分析

8.1.1 中小企业应用电子商务前景广阔

8.1.2 我国中小企业移动电子商务将加速发展

8.1.3 2023-2027年中国中小企业电子商务行业预测

8.2 中小企业应用电子商务趋势分析

8.2.1 中小企业电子商务应用主要发展趋势分析

8.2.2 中小企业电子商务平台发展趋势分析

8.2.3 中小企业电子商务平台的发展方向

附录：

附录一：广东省电子商务交易条例

附录二：山东省关于加快推进全省中小企业电子商务发展的意见

附录三：上海市促进电子商务发展规定

附录四：广州市中小企业电子商务应用扶持资金管理暂行办法

附录五：德州市关于加快推进全市中小企业电子商务发展的意见

图表目录

图表 我国第三方电子商务平台中小企业用户规模

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 中国中小企业电子商务三个发展阶段

图表 中国B2B电子商务企业规模

图表 2008-2018年中国中小企业B2B电子商务交易规模

图表 中国B2B电子商务运营商新增服务一览表

图表 2010-2018年中国中小企业B2B电子商务交易规模

图表 2013-2018年中国中小企业B2B电子商务交易规模

图表 影响中国中小企业B2B电子商务发展主要因素

图表 2003-2018年中国B2C网上零售市场销售规模

图表 2016年中国B2C厂商市场份额

图表 2017年中国B2C厂商市场份额

图表 2018年中国B2C厂商市场份额

图表 微软电子商务应用解决方案

图表 2019-2022年慧聪网非总资产和净资产

图表 2019-2022年慧聪网非营业收入和净利润

图表 2021年慧聪网非营业收入和净利润

图表 2019-2022年慧聪网非现金流量

图表 2021年慧聪网非现金流量

图表 2021年慧聪网非主营业务收入分行业、产品、区域

图表 2019-2022年慧聪网非成长能力

图表 2021年慧聪网非成长能力

图表 2019-2022年慧聪网非短期偿债能力

图表 2021年慧聪网非短期偿债能力

图表 2019-2022年慧聪网非长期偿债能力

图表 2021年慧聪网非长期偿债能力

图表 2019-2022年慧聪网非运营能力

图表 2021年慧聪网非运营能力

图表 2019-2022年慧聪网非盈利能力

图表 2021年慧聪网非盈利能力

……

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/Z75104UX95.html>