

2010-2015年中国中小企业 电子商务运行热点聚焦与投资商机研究报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2010-2015年中国中小企业电子商务运行热点聚焦与投资商机研究报告》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.chinairr.org/report/R03/R0303/201010/26-55071.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

第一章 2010年中国中小企业发展现状分析

1.1 中国中小企业发展现状

1.1.1 我国中小企业发展概况

1.1.2 2009年中央财政对中小企业的扶持政策

1.1.3 工业和信息化部五措施保持中小企业平稳较快发展

1.2 部分地区中小企业发展状况

1.2.1 2008年浙江中小企业发展状况及政府扶持政策

1.2.2 广东银行加大对中小企业的支持力度

1.2.3 江苏出台优惠政策扶持中小企业发展

1.2.4 福建扶持中小企业发展的政策措施

1.2.5 辽宁省成长型中小企业发展计划

1.3 中小企业发展存在的问题、对策及机遇分析

1.3.1 融资是中小企业发展突出问题

1.3.2 破解中小企业融资困难的对策

1.3.3 日本发展中小企业经验对我国的启示

1.3.4 中小企业迎来新的发展机遇

第二章 2010年中国中小企业电子商务行业运行环境分析

2.1 2010年中国宏观经济环境分析

2.1.1 中国GDP分析

2.1.2 消费价格指数分析

2.1.3 城乡居民收入分析

2.1.4 社会消费品零售总额

2.1.5 全社会固定资产投资分析

2.1.6 进出口总额及增长率分析

2.2 2010年中国中小企业电子商务行业政策环境分析

2.2.1 广东省电子商务交易条例

2.2.2 广州市中小企业电子商务应用扶持资金管理暂行办法

2.2.3 上海市促进电子商务发展规定

2.3 2010年中国中小企业电子商务行业社会环境分析

2.3.1 人口环境分析

2.3.2 教育环境分析

2.3.3 文化环境分析

2.3.4 生态环境分析

2.4 2010年中国中小企业电子商务行业技术环境分析

第三章 2010年中国中小企业电子商务发展动态分析

3.1 2010年中国中小企业电子商务概述

3.1.1 电子商务对中小企业发展的有利影响

3.1.2 发展电子商务是中小企业的重要竞争战略

3.1.3 中小企业发展电子商务的主要条件

3.1.4 电子商务企业较传统企业的比较优势

3.2 2010年中小企业电子商务应用发展存在的问题分析

3.2.1 我国中小企业运用电子商务面临的问题

3.2.2 我国中小企业电子商务应用推广的主要制约因素

3.2.3 我国中小企业发展电子商务面临的内外部障碍

3.2.4 中小企业网络营销中的主要误区

3.3 2010年中国中小企业电子商务发展对策分析

3.3.1 我国中小企业电子商务应用推广的发展对策

3.3.2 中小企业发展电子商务企业与政府应齐出力

3.3.3 中小企业发展电子商务营销的主要突破口

3.3.4 信息传播是中小企业电子商务发展的关键

3.3.5 中小企业电子商务应用的建议

3.3.6 中小企业开展电子商务的基本策略和步骤

3.3.7 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 2010年中国中小企业电子商务运行态势分析

4.1 2010年中小企业电子商务发展概况

4.1.1 电子商务是中小企业信息化发展必然

4.1.2 中小企业电子商务应用快速增长

4.1.3 中小企业电子商务应用现状

4.1.4 我国中小企业电子商务迈入系统化整合时代

4.2 2010年中小企业电子商务模式分析

- 4.2.1 电子商务应用模式的分类
- 4.2.2 我国中小企业电子商务模式的创新
- 4.2.3 中小企业在不同阶段运用电子商务应用模式的发展对策
- 4.3 2010年电子商务相关企业针对中小企业的发展动态
 - 4.3.1 Google与中企动力携手推出外贸电子商务解决方案
 - 4.3.2 联想与两巨头联手推出电子商务解决方案
 - 4.3.3 金蝶友商网全程电子商务助力中小企业度过危机
 - 4.3.4 一呼百应大规模升级助推中小企业电子商务应用

第五章 2010年中国中小企业B2B电子商务运行走势研究

- 5.1 中小企业B2B电子商务概述
 - 5.1.1 B2B电子商务的定义
 - 5.1.2 B2B电子商务的分类
 - 5.1.3 中国中小企业B2B电子商务发展阶段
- 5.2 2010年中国B2B电子商务发展分析
 - 5.2.1 中国B2B电子商务市场概况
 - 5.2.2 我国B2B电子商务平台市场格局
 - 5.2.3 2009年中国B2B电子商务市场发展分析
- 5.3 2010年中国中小企业B2B电子商务发展分析
 - 5.3.1 B2B模式成中小企业开展电子商务首选
 - 5.3.2 中国中小企业B2B电子商务市场状况分析
 - 5.3.3 中国中小企业B2B交易规模概况
 - 5.3.4 中小企业B2B电子商务借力搜索引擎
 - 5.3.5 专业B2B商业搜索更能满足中小企业需求
- 5.4 2010年中小企业实施B2B电子商务存在的问题及对策分析
 - 5.4.1 中小企业应用B2B电子商务的制约因素及发展瓶颈
 - 5.4.2 中小企业实施B2B电子商务的五大问题及对策
 - 5.4.3 中小企业对B2B平台的选择策略分析
 - 5.4.4 中小企业运用B2B营销策略分析

第六章 2010年中国中小企业B2C电子商务分析

- 6.1 2010年中小企业B2C电子商务概述

- 6.1.1 B2C模式概念
- 6.1.2 中小企业B2C主要形态及成功运营模式
- 6.1.3 专业B2C网络交易平台优势及劣势
- 6.2 2010年中国B2C电子商务发展状况分析
 - 6.2.1 中国B2C电子商务迎来快速发展期
 - 6.2.2 中国电子商务B2C市场发展分析
 - 6.2.3 我国B2C电子商务发展瓶颈及其突破点
- 6.3 2010年中国中小企业B2C发展分析
 - 6.3.1 中小企业B2C发展概况
 - 6.3.2 B2C成为中小企业盈利的突破口
 - 6.3.3 部分中小企业B2C商务实践情况

第七章 2010年中国主要地区中小企业电子商务发展格局分析

- 7.1 浙江
 - 7.1.1 浙江中小企业电子商务应用情况
 - 7.1.2 浙江中小企业积极开展电子商务
 - 7.1.3 浙江省3000万元助中小企业发展电子商务
 - 7.1.4 义乌中小企业电子商务发展状况分析
- 7.2 广东
 - 7.2.1 广东中小企业发展电子商务正当其时
 - 7.2.2 广东资助中小企业开展电子商务
 - 7.2.3 深圳中小企业电子商务应用状况
 - 7.2.4 深圳中小企业电子商务发展步入新纪元
 - 7.2.5 中山建成首个网上产业集群平台助中小企业过冬
- 7.3 其他地区
 - 7.3.1 2008年山东中小企业信息化调查情况
 - 7.3.2 山东降低中小企业电子商务与物流应用门槛
 - 7.3.3 重庆建中小企业电子商务平台应对危机
 - 7.3.4 云南与UNSCAP签订建设GMS中小企业电子商务平台协议
 - 7.3.5 攀枝花中小企业电子商务应用现况

第八章 2010年中小企业电子商务应用解决方案主要提供商分析

8.1 IBM

8.1.1 公司简介

8.1.2 IBM的电子商务解决方案

8.1.3 IBM电子商务解决方案综合评价及适用范围

8.1.4 IBM针对中小企业开展电子商务

8.2 ORACLE

8.2.1 公司简介

8.2.2 Oracle的电子商务解决方案

8.2.3 Oracle电子商务解决方案综合评价及适用范围

8.3 SAP

8.3.1 公司简介

8.3.2 SAP电子商务解决方案主要产品

8.3.3 SAP电子商务解决方案综合评价及适用范围

8.4 微软

8.4.1 公司简介

8.4.2 微软电子商务应用解决方案

8.4.3 微软与阿里巴巴联手开拓中小企业电子商务

8.4.4 微软推出中小企业C2B电子商务用户到企业平台

第九章 2010年中小企业电子商务应用第三方电子商务网站

9.1 阿里巴巴

9.1.1 公司简介

9.1.2 阿里巴巴SWOT分析

9.1.3 2008年1-12月阿里巴巴经营状况

9.1.4 2009年1-12月阿里巴巴经营状况

9.1.5 阿里巴巴与如家合作拓展中小企业电子商务市场

9.1.6 阿里巴巴计划在江苏扶持5万家中小企业开展电子商务

9.2 慧聪网

9.2.1 公司简介

9.2.2 慧聪主营业务范围

9.2.3 2008年1-12月慧聪经营状况分析

9.2.4 2009年1-12月慧聪经营状况分析

9.2.5 慧聪网为中小企业电子商务打造良好平台

9.3 买麦网

9.3.1 公司简介

9.3.2 2007年买麦网推出“买麦之音”服务频道

9.3.3 2008年买麦网推出“V计划”助中小企业过冬

第十章 2011-2015年中国中小企业电子商务前景趋势分析

10.1 2011-2015年中国中小企业电子商务前景分析

10.1.1 中小企业掌握电子商务的未来

10.1.2 中小企业应用电子商务前景广阔

10.1.3 我国中小企业移动电子商务将加速发展

10.1.4 2011-2015年中国中小企业电子商务行业预测分析

10.2 2011-2015年中国中小企业应用电子商务趋势分析

10.2.1 中小企业电子商务应用主要发展趋势分析

10.2.2 企业搭建行业电子商务网趋势分析

10.2.3 中小企业电子商务平台发展趋势分析

10.2.4 中小企业电子商务平台的发展方向

10.3 2011-2015年中国中小企业B2B市场前景趋势分析

10.3.1 中小企业B2B应用走向专业化

10.3.2 B2B搜索引擎为中小企业带来大商机

10.3.3 中国中小企业B2B市场潜力巨大

10.3.4 中国中小企业B2B电子商务市场发展趋势分析

10.3.5 中小企业B2B电子商务竞争趋势分析

图表目录：（部分）

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：2006-2011年中国电子商务B2B市场交易额及增长

图表：2008年中国B2B电子商务服务市场品牌格局

图表：2002-2007年中小企业总体数量规模

图表：我国B2B电子商务发展地区分布情况

图表：2007年中国第三方B2B电子商务平台营收份额

图表：影响中国中小企业B2B电子商务发展主要因素

图表：2002-2007年中国中小企业B2B电子商务交易规模

图表：2006-2011年中国电子商务B2C市场交易额及增长

图表：2008年中国B2C网上销售平台品牌格局

图表：浙江电子商务应用状况

图表：微软电子商务应用解决方案

图表：2008年1-12月阿里巴巴主要会计数据及财务指标

图表：2008年1-12月阿里巴巴资产情况

图表：2008年1-12月阿里巴巴负债情况

中国产业研究报告网发布的《2010-2015年中国中小企业电子商务运行热点聚焦与投资商机研究报告》，内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

图表：2008年1-12月阿里巴巴经常性经营自由现金流量

图表：2009年1-12月阿里巴巴主要会计数据及财务指标

图表：2009年1-12月阿里巴巴资产情况

图表：2004-2008年慧聪主要业绩及财务状况

图表：2004-2008年慧聪销售收入分析

图表：2009年1-12月慧聪主要业绩及财务状况

图表：2009年1-12月慧聪销售收入分析

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0303/201010/26-55071.html>