

《中国中小企业电子商务发展报告（2009）》内容摘要

2009年，受金融危机的影响，中小企业在生产和经营中面临了前所未有的困难。电子商务服务业作为“重要的新兴产业”，在帮助中小企业拓展新市场、降低生产经营成本、提高生产经营效率等方面发挥了重要的作用。同时还能充分发挥中小企业“小”、“灵”、“快”的优势，并帮助中小企业完成从工业时代的“以产定销”向信息时代的大规模定制、柔性化生产、个性化营销的升级。

为系统、全面的研究我国中小企业电子商务应用及发展状况、电子商务服务业发展格局与趋势，并为中小企业电子商务提出行之有效的发展建议。《2009年中国中小企业电子商务应用及发展状况调查》项目组于2009年通过对9000多家中小企业（中小企业样本构成详见报告说明-1）、20多家电子商务服务商的调研和大量文献资料的研究，对电子商务在中小企业和国民经济中的重要性、中小企业电子商务发展环境及应用状况，以及电子商务服务商的发展状况等进行了深度分析，总结归纳出中小企业电子商务的特征、存在的问题及发展趋势，并对中小企业电子商务的应用、电子商务服务商和中小企业电子商务服务业的发展提出相应的建议。报告主要内容包括：

一、发展电子商务对中小企业及国民经济的重要性：

从宏观角度来看，发展中小企业电子商务对促进国民经济快速发展、结构优化等具有重大战略意义。《2009年中国中小企业电子商务应用及发展状况调查》数据显示：

- 1、中小企业电子商务对GDP的作用明显：2009年，中小企业通过电子商务创造的新增价值占我国GDP的1.5%，拉动我国GDP增长0.13%。
- 2、中小企业电子商务对内、外贸的贡献突出：2009年，中小企业电子商务交易规模将达1.99万亿，同比增速达到20.3%。其中内、外贸交易规模分别为1.13万亿和0.86万亿，分别相当于2008年全国国内商品销售总额和出口总值的6%和8.9%。
- 3、中小企业电子商务对就业拉动的效果明显：2009年，中小企业通过开展电子商务直接创造的新增就业超过130万，相当于我国2008年全国城镇新增就业的11.7%。每增加1%的中小企业使用电子商务，将带来4万个新增就业机会。此外，电子商务还带动了大量创业机会和间接就业，为缓解社会就业压力，促进社会稳定发挥着重要的作用。
- 4、中小企业电子商务促进了第一、二、三产业结构的优化：电子商务服务业已成为“重要的新兴产业”，是国民经济新的增长点。2009年，电子商务在中小企业的营销、采购、支付、储运等各环节得到广泛的应用，电子商务服务商在这些环节的收入也具有相当大的规模。以应用最广泛的营销推广环节为例，中小企业在营销及推广的投入（即为中小企业提供营销及推广服务的服务商收入，包括平台类和搜索类等）将超过100亿，年均增速接近20%。同时，电子商务的发展还带动了物流、支付、

信用等相关传统产业的发展,对促进我国第一、二、三产业经济结构的优化发挥了重要的作用。

从微观角度来看,电子商务在提升中小企业营收、促进中小企业经营效率以及帮助中小企业实现产业升级等方面的效果明显。《2009年中国中小企业电子商务应用及发展状况调查》结果显示:

- 1、**电子商务加速中小企业营收增长:**在金融危机的背景下,经常使用电子商务的中小企业2009年总营业额同比增速平均为7%(其中,电子商务带来的年销售额同比增速为20.3%),是不使用电子商务的中小企业总营业额增速的1.35倍。
- 2、**电子商务有效提升中小企业的人均产能:**使用电子商务的中小企业人均产能比不使用电子商务的中小企业高出10.9%;
- 3、**电子商务明显促进中小企业转型升级:**使用电子商务的中小企业在小订单利润率、产品多样化程度、产品创新能力等方面,高于不使用电子商务的中小企业9—15个百分点。

二、 中小企业电子商务应用情况:

对于中小企业电子商务应用情况,《2009年中国中小企业电子商务应用及发展状况调查》结果发现:

- 1、中小企业电子商务应用环节主要集中在采购和销售环节,并保持着高速增长的趋势。
 - 电子商务在中小企业生产经营的多个环节中得到广泛应用,其中应用最多的是采购和销售环节。通过互联网寻找过供应商的中小企业占比达31%,通过互联网从事营销推广的中小企业占比达24%。
 - 在采购和营销等环节中,能熟练使用电子商务进行采购的中小企业占全部中小企业的15%,能熟练使用电子商务进行营销推广的中小企业占全部中小企业的13%,在物流等其他环节中能熟练使用电子商务的中小企业占比低于10%。说明中小企业在各环节的电子商务应用水平差异较大,同时均有很大的提升空间。
 - 中小企业在各环节的电子商务应用保持高速增长:在营销环节,使用电子商务的中小企业数量年均增速达到15.2%;在采购环节,使用电子商务的中小企业数量年均增速达14%;在物流仓储环节,使用电子商务的中小企业数量年均增速达到10%。
 - 对于不同类型的中小企业,电子商务的应用水平存在着很大的差异,以营销环节为例:
 - 从规模来看,中型和小型企业电子商务应用水平高于微型企业。通过互联网从事营销推广的中小企业中,熟练使用电子商务的中型企业占全部中型企业的16%,熟练使用电子商务的小型企业的15%,熟练使用电子商务的微型企业占全部微型企业的6%。

——从贸易类型来看，外贸企业电子商务应用水平高于内贸企业。通过互联网从事营销推广的内、外贸企业中，熟练使用电子商务的外贸企业比例较熟练使用电子商务的内贸企业比例高 8 个百分点。

——从产业链位置来看，熟练使用电子商务的生产型企业比例较熟练使用电子商务的批发零售型企业比例高 4 个百分点。

2、电子商务在帮助中小企业解决营销、采购环节问题的效果明显，在帮助中小企业解决物流仓储等环节问题的作用还有待提升。

➤ 营销环节是电子商务投入最多的环节，有 10.3%的中小企业在电子商务营销环节投入资金，投入金额平均占企业总营销费用的 13.4%。而在营销环节使用电子商务的中小企业中，通过电子商务带来的销售额占到总销售额的 17%，电子商务已成为中小企业非常高效的营销手段。

➤ 在采购环节使用电子商务的中小企业中，通过电子商务的采购额已占到中小企业总采购额的 17.3%。

➤ 电子商务的投入产出比：中小企业在电子商务上每投入 1 元钱的营销费用，能带来 40 元的订单生意，即销售额。

➤ 电子商务在各个环节的作用：

——电子商务在营销环节的效果比较明显。应用电子商务时间越长，中小企业在订单方面存在问题的比例就越低，在“订单来源上的困难”和“因诚信问题难以获取订单”两个问题上，使用 5 年以上电子商务的中小企业存在这两个问题的占比比使用 1 年电子商务的中小企业分别低 14 和 10 个百分点。此外，电子商务在中小企业展现企业信誉方面的作用突出。使用电子商务的中小企业中，67%的中小企业认为电子商务扩大了企业的信誉传播，比不使用电子商务的企业占比高出 27 个百分点，

——在融资环节，通过电子商务形成的网络联保、信用贷款等方式在解决中小企业融资担保问题上的效果明显。使用 5 年以上电子商务的中小企业在融资环节中面临担保困难的占比比使用 1 年电子商务的中小企业低 17 个百分点。

——在企业信息化管理方面，电子商务的效果也逐渐显现。对比不使用与使用电子商务的中小企业，使用电子商务的中小企业中，认为电子商务能明显帮助中小企业解决信息化管理（包括营销管理等）问题的企业占比为 49%，比不使用电子商务的中小企业高出 10 个百分点，说明电子商务在帮助企业解决信息化管理问题方面的作用逐渐显现。

——在物流、仓储、技术等环节，电子商务的作用尚不突出，如何更贴近中小企业提供物流、技术等电子商务服务，为中小企业提供社会化的公共服务，是电子商务未来在这些环节发展的关键所在。

三、 中小企业电子商务发展趋势：

- 1、**发展环境尚不能完全满足中小企业电子商务发展的需要，但随着发展那环境的不断完善，将越来越有利于中小企业电子商务的发展：**金融危机、互联网技术的发展和中小企业对电子商务认知的提升为中小企业电子商务发展提供了良好的机遇。但同样也面临着扶持政策的缺乏、诚信体系不完善、电子商务人才匮乏、物流、认证等支撑体系不能满足电子商务需求等阻碍因素。从发展趋势来看，中小企业电子商务扶持政策将陆续推出，新技术将在电子商务上得到广泛应用，支撑环境与电子商务关系也越来越紧密，表明发展环境越来越有利于中小企业电子商务的发展。
- 2、**中小企业电子商务应用向广度和深度扩展：**中小企业电子商务应用范围逐渐扩大，应用水平不断增加，使用效果逐渐显现，将推动中小企业电子商务自身的发展。但中小企业还需要提升对电子商务的认知，结合自身特点充分发挥电子商务在各环节的作用。中小企业应用电子商务的广度和深度不断拓展和加深已成为必然趋势。
- 3、**电子商务服务业将呈现出社会化、集成化、生态化的趋势：**电子商务服务业正在走出启蒙期，保持高速增长。中小企业电子商务服务将呈现出社会化、集成化、生态化的特征，构建和服务基于电子商务服务平台的电子商务生态系统，将成为未来电子商务服务的重要功能。
- 4、**中小企业电子商务的不断发展正推动着新商业文明的产生。**随着电子商务的发展和完善，整个商业环境将呈现出按需驱动、先消后产的大规模定制乃至个性化定制，并体现出诚信、分享、平等、责任的特性，越来越多的中小企业将受惠于这个环境。

四、 中小企业电子商务发展建议及展望：

- 1、对中小企业：
 - 通过电子商务平台，发挥中小企业“小”、“灵”、“快”的优势，走个性化、定制化的“小而美”的成长之路，是中小企业发展的必然趋势。
 - 对电子商务认知需要深化：电子商务为中小企业提供的不仅仅是营销服务，而且还能在物流仓储、管理、融资、技术等环节提供各种类型的服务。中小企业需加深对电子商务的认知，同时结合自身的需求，拓宽应用范围，深化应用水平，充分发挥电子商务在各环节的作用。
- 2、对中小企业电子商务服务商：
 - 结合中小企业需求与服务的差距，发挥自身优势，为中小企业提供需要的服务，是电子商务服务的基本原则。
 - 服务商一方面要继续帮助中小企业通过在线销售与采购，达到扩大市场、增加销售和降低成本的目的。同时还要在企业内部管理、物流仓储、技术创新等方面为中小企业提供更多的服务。

- 通过平台来扮演“公共服务”的角色，构建一个由更多中小企业、服务商、配套服务商组成的开放、协同、优势互补的电子商务生态系统，是中小企业电子商务服务的发展方向。

3. 对政策：

1) 将大力发展中小企业电子商务提升到国家发展战略的高度。

- 将推动我国中小企业电子商务发展提升到国家发展战略的高度，着力解决当前情况下中小企业产能过剩的问题，促进第一、二、三产业结构的调整，改善就业环境，缓解社会就业压力。
- 加强宣传和教育，提升全社会对中小企业和电子商务的认知；充分利用电子商务服务商等社会资源，加大对电子商务人才的培训。
- 采取多种措施，鼓励和支持中小企业应用电子商务。充分利用第三方电子商务平台的资源，引导和鼓励中小企业电子商务应用的拓展与深化。

2) 明确定义电子商务服务业，制定电子商务服务业扶持政策。

- 明确电子商务服务业的定位与分类，出台电子商务服务业的扶持和鼓励政策。如落实《电子商务发展“十一五”规划》中的税收优惠等政策。
- 加强政府部门间的协调，共同制定电子商务服务业的扶持和鼓励政策，推进电子商务发展。
- 大力扶持物流、支付、信用等中小企业电子商务支撑体系的发展，将有助于中小企业电子商务服务业发生质的飞跃。

3) 推动示范和试点，着力解决中小企业电子商务发展中的主要瓶颈问题。通过典型示范和试点，有针对性地逐步推动中小企业电子商务的发展，解决中小企业电子商务发展中存在的问题，是中小企业电子商务发展的现实路径。如在信用体系构建方面，在政府的支持之下，由中小企业电子商务服务商主导，构建由相关职能部门（如海关、税务等）、银行、认证机构、保险等多方机构参与的中小企业信用评价体系。

报告说明：

1、《2009年中国中小企业电子商务应用及发展状况调查》调查对象为9734家具有法人资格的中小企业，不包含个体工商户。其中，对5009家中小企业电子商务应用情况进行了调研，对4625家中小企业生产经营状况进行了调研。从调研样本的规模、地区、行业、内外贸分布来看，中、小、微型企业的分布为9%:70%:21%，内、外贸分布为83%:17%，东部沿海、中部、西部分布为64%:21%:15%，批发零售业、制造业的中小企业数量超过50%。这些样本在规模、地区、行业、内外贸的分布，与国家统计局等相关部门已有的关于中小企业

在规模、地区、行业上的分布基本一致。所以，从样本的规模和结构上来看，本次调研样本对全国中小企业具有很强的代表性。

2、《中国中小企业蓝皮书——现状与政策（2007-2008）》研究显示，中小企业与非公有制企业的重合度高达 95.7%。所以，在计算中小企业对于国民经济贡献等宏观数据时，本报告以全国工商联于 2009 年 1 月公布的，截至 2008 年 9 月，登记注册的私营企业达到 643.28 万户，作为计算宏观中小企业法人单位的数量，来计算中小企业对于国民经济贡献等相关的宏观数据。

3、中小企业的界定：本报告研究的中小企业包括中型、小型、微型三种，中型企业和小型企业是按照国家 2003 年国家统计局等部委联合发布的《中小企业标准暂行规定》所界定的标准。其中，小型企业中剔除了微型企业，微型企业是指 10 人以下（不含 10 人）的企业。

4、电子商务的界定

本报告电子商务是指企业在采购、生产研发、销售、支付等整个生产经营环节中通过互联网进行的一切商务活动。