

2013年下半年中国企业 互联网应用状况调查报告

2014年1月



目 录

报告摘要	3
第一章 调查介绍	4
一、调查方法	4
(一) 调查总体	4
(二) 抽样方法	4
(三) 调查实施方法	5
二、报告术语界定	6
第二章 企业互联网基础应用发展状况	8
一、计算机使用状况	8
二、互联网使用状况	9
(一) 使用互联网办公的企业比例	9
(二) 企业互联网接入方式	11
三、企业建站状况	13
第三章 企业互联网应用发展状况	16
一、主要企业互联网应用普及状况	16
(一) 沟通类企业互联网应用发展情况	17
(二) 信息类企业互联网应用发展情况	18
(三) 商务服务类企业互联网应用发展情况	19
(四) 内部支撑类企业互联网应用发展情况	20
第四章 企业电子商务及网络营销发展状况	23
一、电子商务使用状况	23
(一) 在线销售	23
(二) 在线采购	24
二、在互联网中的广告和营销推广的使用情况	25

图目录

图 1 使用计算机的企业比例（按企业规模划分）	8
图 2 使用计算机的企业比例（按企业所在区域划分）	9
图 3 使用计算机的企业比例（部分重点行业）	9
图 4 使用互联网的企业比例（按企业规模划分）	10
图 5 使用互联网的企业比例（按企业所在区域划分）	10
图 6 使用互联网的企业比例（部分重点行业）	11
图 7 企业互联网的接入方式	11
图 8 企业独立网站的域名使用情况	13
图 9 建立独立网站/网店的企业比例（按企业规模划分）	14
图 10 建立独立网站/网店的企业比例（按企业所在区域划分）	14
图 11 建立独立网站/网店的企业比例（部分重点行业）	15
图 12 重点行业中利用互联网发送和接收过电子邮件的企业比例	17
图 13 重点行业中利用互联网发布信息或即时消息的企业比例	18
图 14 重点行业中利用互联网了解过商品或服务信息的企业比例	18
图 15 重点行业中利用互联网从政府机构获取过信息的企业比例	19
图 16 重点行业中使用过网上银行的企业的比例	20
图 17 重点行业中利用互联网提供客户服务的企业比例	20
图 18 重点行业中利用互联网与政府机构互动过的企业比例	21
图 19 重点行业中使用过网络招聘的企业比例	21
图 20 重点行业中开展过在线员工培训的企业比例	22
图 21 重点行业中使用过协助企业运作的网上应用系统的企业比例	22
图 22 开展在线销售的企业比例（按企业所在区域划分）	23
图 23 重点行业中开展在线销售的企业比例	24
图 24 开展在线采购的企业比例（按企业所在区域划分）	24
图 25 重点行业中开展在线采购的企业比例	25
图 26 过去一年在互联网营销推广方面进行投入的企业中各种网络营销方式的渗透率	26

报告摘要

- ◇ 截至 2013 年 12 月，全国使用计算机办公的企业比例为 93.1%，使用互联网办公的企业比例为 83.2%。
- ◇ 截至 2013 年 12 月，全国实现互联网宽带接入的企业比例为 73.4%。
- ◇ 截至 2013 年 12 月，全国 41.7%的企业建立了独立的企业网站，同时有 18.0%的企业利用电子商务平台建立了网店。
- ◇ 受访企业中，独立企业网站.com 域名的使用率高达 71.1%，.cn 的使用率仍相对较低，为 33.2%。
- ◇ 截至 2013 年 12 月，全国的上网企业中，利用互联网开展发送和接收电子邮件、网上银行、与政府机构互动的比例分别为 85.6%、77.0%和 74.4%，在各项企业互联网应用中排名前三。
- ◇ 截至 2013 年 12 月，全国开展过在线销售的企业比例为 23.5%，开展过在线采购的企业比例为 26.7%。其中，制造业及批发和零售业企业开展在线销售、在线采购的比例最高。
- ◇ 截至 2013 年 12 月，全国利用互联网开展营销推广活动的企业比例为 20.9%。
- ◇ 过去一年中，受访企业最为普遍使用的是利用即时聊天工具进行营销推广、搜索引擎营销推广，以及利用电子商务平台推广，使用率分别为 63.1%、56.0%和 47.6%。

第一章 调查介绍

一、调查方法

（一）调查总体

调查的目标总体是中國大陸（除港、澳、台三地）企业法人单位，不含个体工商户，以及除企业法人以外的其他法人单位。

（二）抽样方法

本调查采用分层随机抽样。

1、地区分层标准

根据国家统计局发布的相关标准，将31个省、市、自治区，按照经济发展水平分为东部、中部、西部和东北地区四个类别：

- 东部包括10个省市：北京、天津、河北、上海、江苏、浙江、福建、山东、广东和海南。
- 中部包括6个省：山西、安徽、江西、河南、湖北和湖南。
- 西部包括12个省市：内蒙古、广西、重庆、四川、贵州、云南、西藏、陕西、甘肃、青海、宁夏和新疆。
- 东北包括3个省：辽宁、吉林和黑龙江。

2、行业分层标准

按国家统计局发布的统计标准，企业法人单位分为十八个行业大类。CNNIC按照各行业在互联网使用情况方面的共性和差异，将原十八个行业大类合并为九个行业类别：

序号	行业名称
1	农、林、牧、渔业
	采矿业
	电力、燃气及水的生产和供应业
2	制造业
3	建筑业
	交通运输、仓储和邮政业
4	信息传输、计算机服务和软件业
	金融业
	租赁和商务服务业
5	批发和零售业
6	住宿和餐饮业
	居民服务和其他服务业
7	房地产业
8	科学研究、技术服务和地质勘查业
	水利、环境和公共设施管理业
9	教育
	卫生、社会保障和社会福利业
	文化、体育和娱乐业

按地区及合并后的行业两个指标进行交叉分层,将总体划分为4*9共计36个层。根据2008年第二次经济普查企业法人单位的省市、行业分布情况,在每层中等比例分配样本量。在每层中随机抽取企业法人单位进行调查,最终有效样本共6000家企业。

(三) 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) 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。

二、报告术语界定

企业

指依据《中华人民共和国企业法人登记管理条例》、《中华人民共和国公司登记管理条例》等，经各级工商行政管理机关登记注册，领取《企业法人营业执照》，取得法人资格的企业。

企业建站

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。统计范围为全部企业。

在线销售/在线采购

指通过互联网接收/发出商品或服务的订单，但付款和最终交付可在线或离线完成。统计范围为使用互联网的企业。

互联网营销

指利用互联网手段开展营销推广活动。统计范围为全部企业。

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。统计范围为开展互联网营销的企业。

电子商务平台推广

指企业在 B2B、B2C、C2C 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。统计范围为开展互联网营销的企业。

网络联盟广告/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。统计范围为开展互联网营销的企业。

本次调查数据截止日期为 2013 年 12 月 31 日

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_21921

