

2013 年上半年中国企业 互联网应用状况调查报告

(2013 年 7 月)



中国互联网络信息中心

目 录

报告摘要.....	3
第一章 调查介绍	5
一、调查方法.....	5
二、报告术语界定.....	7
第二章 企业互联网基础条件发展状况	9
一、计算机普及状况.....	9
（一）使用计算机办公的企业比例	9
（二）经常使用计算机工作的雇员比例	9
二、互联网普及状况.....	10
（一）使用互联网办公的企业比例	10
（二）经常使用互联网工作的雇员比例	11
（三）企业互联网接入方式	11
三、企业建站状况.....	12
（一）企业独立网站建设情况.....	12
（二）企业网店建设情况.....	13
第三章 企业互联网应用发展状况	15
一、主要企业互联网应用普及状况	15
（一）沟通类企业互联网应用发展情况	16
（二）信息类企业互联网应用发展情况	17
（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	24
一、电子商务普及状况	24
（一）在线销售.....	24
（二）在线采购.....	28
二、在互联网中的广告和营销推广的使用情况	29
（一）互联网营销的普及率及投入情况	29
（二）各种互联网营销推广方式的普及状况	30

图目录

图 1 使用计算机的企业比例（按企业规模划分）	9
图 2 企业中经常使用计算机的员工比例的分布情况	10
图 3 使用互联网的企业比例（按企业规模划分）	11
图 4 企业中经常使用互联网的雇员比例的分布情况	11
图 5 企业互联网的接入方式	12
图 6 企业独立网站的域名使用情况	13
图 7 企业独立网站的功能	13
图 8 重点行业中过去一年发送和接收过电子邮件的企业比例	17
图 9 重点行业中过去一年利用互联网发布信息或即时消息的企业比例	17
图 10 重点行业中过去一年利用互联网了解商品或服务信息的企业比例	18
图 11 重点行业中过去一年利用互联网从政府机构获取信息的企业比例	19
图 12 重点行业中过去一年使用过网上银行的企业的比例	19
图 13 重点行业中过去一年通过互联网提供客户服务的企业的比例	20
图 14 重点行业中过去一年与政府机构互动的企业比例	21
图 15 重点行业中过去一年使用过网络招聘的企业比例	22
图 16 重点行业中过去一年开展过在线员工培训的企业比例	22
图 17 重点行业中过去一年使用过协助企业运作的网上应用系统的企业比例	23
图 18 在线销售额占总销售额比例的分布情况	24
图 19 企业在线销售的客户对象	25
图 20 在线销售给企业带来的好处	26
图 21 企业对在线销售的满意度	26
图 22 企业不开展在线销售的原因	27
图 23 已开展在线销售的企业对未来在线销售占比变化的预期	27
图 24 未开展在线销售的企业对未来开展在线销售的倾向	28
图 25 在线采购额占总采购额比例的分布情况	28
图 26 企业开展在线采购的原因	29
图 27 互联网营销推广投入占总营销投入比例的分布情况	30
图 28 企业互联网营销方式的使用情况	31

报告摘要

- ◇ 截至 2013 年 6 月底,全国范围内,在过去一年中使用计算机办公的企业比例为 91.9%,使用互联网办公的企业比例为 80.8%。
- ◇ 受访企业中,在过去一年经常使用计算机办公的雇员比例平均为 50.1%,经常使用互联网办公的雇员比例平均为 47.3%。
- ◇ 截至 2013 年 6 月底,全国范围内,在过去一年中实现互联网宽带接入的企业比例为 73.4%。
- ◇ 截至 2013 年 6 月底,全国范围内,已有 40.1%的企业建立了独立的企业网站;受访企业中,独立企业网站.com 域名的使用率高达 66.3%, .cn 的使用率仅为 26.0%。
- ◇ 受访企业中,独立网站具备产品或服务的展示、树立品牌形象功能的比例高达 86.4%和 77.4%,具备提供客户服务和销售功能的比例分别为 63.0%和 57.0%。
- ◇ 截至 2013 年 6 月底,全国范围内,已有 17.5%的企业利用电子商务平台建立了网店。
- ◇ 截至 2013 年 6 月底,全国范围内,企业利用互联网开展发送和接收电子邮件、网上银行、了解商品和服务的信息等活动的比例分别为 84.9%、68.8%和 68.5%,在各项企业互联网应用中的排名位列前三。
- ◇ 截至 2013 年 6 月底,全国范围内,在过去一年中开展过在线销售的企业比例为 24.0%,开展过在线采购的企业比例为 21.1%。
- ◇ 过去一年开展过在线销售的部分受访企业中,在线销售额占企业总销售额的比例普遍较低,有 58.1%的企业在线销售额占比不到 25%;同时,在线采购额占企业总采购额的比例也很低,有 63.2%的企业在线销售额占比不到 25%
- ◇ 已开展在线销售的企业中,接近四分之三的被访企业认为,未来一年在线销售额占总销售额的比例至少会持平或者有所提高,仅有 6.1%的企业认为未来一年在线销售额占比会下降;在过去一年内未开展过在线销售的受访企业,表示未来不会开展在线销售活动的企业占比高达 74.4%。
- ◇ 截至 2013 年 6 月底,全国范围内,在过去一年利用互联网开展营销推广活动的企业比

例为 23.5%；过去一年开展过互联网营销的部分受访企业中，接近四分之三的企业互联网营销的花费占总营销推广投入中的比例不到 25%。

- ◇ 过去一年中，受访企业最为普遍使用的是利用 QQ 等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 61.7%、58.8%和 57.7%；网站展示型广告、电子邮件营销这两种较为传统的互联网营销方式使用率分别为 47.5%和 46.7%；而其他如论坛/BBS、微博、网盟等则普遍偏低，使用率在 20%上下。

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3000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:

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_21934

