

2015-2022年中国中小企业 (SMB)移动应用市场分析与投资前景研究报告

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

《2015-2022年中国中小企业(SMB)移动应用市场分析与投资前景研究报告》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/tongxun1509/U25104BZBF.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-09-07

【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《2015-2022年中国中小企业(SMB)移动应用市场分析与投资前景研究报告》共八章。报告介绍了中小企业(SMB)移动应用行业相关概述、中国中小企业(SMB)移动应用产业运行环境、分析了中国中小企业(SMB)移动应用行业的现状、中国中小企业(SMB)移动应用行业竞争格局、对中国中小企业(SMB)移动应用行业做了重点企业经营状况分析及中国中小企业(SMB)移动应用产业发展前景与投资预测。您若想对中小企业(SMB)移动应用产业有个系统的了解或者想投资中小企业(SMB)移动应用行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

在互联网经济时代，中小企业移动信息化应用已经在全球掀起了股强劲的浪潮，它能快速、有效地帮助中小企业提高办公管理效益、提升营销及客服能力，并能改进生成或者提升业务运作效益。目前，国内通过互联网寻找供给商的中小企业已经超过30%，通过互联网从事营销推广的中小企业达24%。在全球化次贷危机的浪潮中，移动应用程度高的中小企业很快走出了经济低谷，展现出前所未有的生机和活力，中小企业为了在未来市场经济立于不败之地，走向全球化市场，移动信息化应用是其必不可少的有效工具。

报告目录：

第1章 SMB移动应用概述 9

1.1 SMB移动应用研究背景 9

1.2 SMB移动应用内涵 9

1.3 SMB移动应用研究流程 10

第2章 SMB 移动信息化应用发展综述 12

2.1 SMB移动信息化应用分类 12

2.2 SMB移动信息化应用发展特点 13

2.3 SMB移动信息化应用发展驱动力 14

2.4 SMB移动信息化应用细分市场状况 16

2.4.1 不同应用目标定位 16

2.4.2 不同客户群体定位 17

2.5 SMB移动应用市场规模及预测 17

第3章 ICT服务商针对SMB移动应用业务现状 20

3.1 基础运营商针对SMB移动应用业务现状 20

3.1.1 中国电信 20

3.1.2 中国移动 22

3.1.3 中国联通 24

3.2 其它服务商针对SMB移动应用业务现状 25

3.2.1 阿里巴巴 25

3.2.2 中企动力 26

3.2.3 中企在线 27

3.2.4 新网互联 31

3.2.5 壹加陆 40

第4章 SMB信息化概况 43

4.1 SMB信息化建设决策特征 43

4.1.1 SMB信息化决策者分析 43

4.1.2 SMB信息化决策着眼点 45

4.2 SMB信息化基础环境 46

4.3 SMB信息化使用状况 47

4.3.1 SMB引入的信息化管理系统方式 47

4.3.2 SMB信息化维护模式 50

第5章 SMB移动应用认知度和使用状况分析 52

5.1 SMB移动信息化应用的认知度分析 52

5.2 SMB信息化应用选择的服务商分析 52

5.3 SMB移动信息化应用使用状况分析 53

5.3.1 以提升管理及运营效益的基础通信类业务使用状况 54

5.3.2 以提升办公管理效益的电信增值业务使用状况 55

5.3.3 以改进营销及客户服务的电信增值业务使用状况 57

第6章 SMB对移动信息化评价分析 59

6.1 SMB对移动应用服务满意度评价 59

6.1.1 对基础电信服务商信息化应用服务的满意度 59

6.1.2 对基础电信服务商信息化应用品牌的满意度 60

6.1.3 对企业移动信息化应用整体满意度 62

6.2 SMB对移动信息化作用及趋势评价 62

第7章 SMB移动应用需求分析 64

7.1 SMB信息化投入分析 64

7.1.1 对基础通信及相关信息化应用的投入结构分析 64

7.1.2 对移动信息化与非移动信息化投入结构分析 65

7.1.3 SMB在移动信息化投入资金分布 66

7.2 SMB在采购移动信息化应用时考虑因素 67

7.3 SMB移动信息化需求倾向性分析 68

7.3.1 未来3年SMB移动信息化发展的重点 68

7.3.2 SMB对未来3年移动信息化应用需求方向 69

7.3.3 SMB在非完全通信类应用选择服务商的偏好 72

7.3.4 SMB对移动信息化终端的倾向性 73

7.3.5 SMB对移动信息化接入技术的倾向性 74

第8章 SMB移动应用市场聚类分析 75

8.1 A类SMB移动信息化应用市场分析 76

8.1.1 A类SMB移动信息化应用市场特征分析 76

8.1.2 对以提升管理及运营效益的基础电信业务市场需求分析 77

8.1.3 对以提升办公管理效益的电信增值业务市场需求分析 79

8.1.4 对以改进营销及客户服务的电信增值业务市场需求分析 80

8.1.5 A类市场SMB未来3年企业信息化的解决重点 81

8.1.6 A类市场SMB未来3年急需解决的移动信息化应用 82

8.2 B类SMB移动应用市场分析 83

8.2.1 B类SMB移动信息化应用市场特征分析 83

8.2.2 对以提升管理及运营效益的基础电信业务市场需求分析 85

8.2.3 对以提升办公管理效益的电信增值业务市场需求分析 86

8.2.4 对以改进营销及客户服务的电信增值业务市场需求分析 87

8.2.5 B类市场未来3年企业信息化的解决重点 89

8.2.6 B类市场未来3年SMB急需解决的移动信息化应用 89

8.3 C类SMB移动应用市场特征分析	91
8.3.1 C类SMB移动信息化应用市场特征分析	91
8.3.2 对以提升管理及运营效益的基础电信业务市场需求分析	92
8.3.3 对以提升办公管理效益的电信增值业务市场需求分析	93
8.3.4 对以改进营销及客户服务的电信增值业务市场需求分析	95
8.3.5 C类市场未来3年企业信息化的解决重点	96
8.3.6 C类市场未来3年急需解决的移动信息化应用	97
8.4 D类SMB移动应用市场特征分析	98
8.4.1 D类SMB移动应用市场特征分析	98
8.4.2 对以提升管理及运营效益的基础电信业务市场需求分析	100
8.4.3 对以提升办公管理效益的电信增值业务市场需求分析	101
8.4.4 对以改进营销及客户服务的电信增值业务市场需求分析	102
8.4.5 D类市场未来3年企业信息化的解决重点	104
8.4.6 D类市场未来3年急需解决的移动信息化应用	104

图标目录：

图表 1远程移动办公解决方案网络拓扑图	11
图表 2 SMB移动应用调研流程	11
图表 3 SMB移动应用市场分析流程	12
图表 4SMB移动信息化应用发展驱动力	16
图表 5 2008.1~2013.8中小企业数量及预测	19
图表 6 2006~2014年企业移动应用市场规模及预测	20
图表 7商务领航	21
图表 8 2008~2014年商务领航客户数及预测	23
图表 9中国移动通信动力业务对比表	23
图表 10中国移动办公动力业务对比表	24
图表 11中国移动营销动力业务对比表	24
图表 12中国联通的宽带商务	25
图表 13商务元动力业务	25
图表 14商务新动力业务	26
图表 15商务e动力业务	26
图表 16诚信通服务对比表	27

图表 17 新网互联无线应用-企业应用 33

图表 18 新网互联无线应用-企业管理 33

图表 19 双模.net主机 34

图表 20 双模营销主机 34

图表 21 双模虚拟主机 35

图表 22 企业WAP标准版及专业版 35

图表 23 G5免费邮箱 36

图表 24 双模标准邮 36

图表 25 双模商务邮 36

图表 26 双模集团邮 37

图表 27 信息名址 37

图表 28 中文信息名址 38

图表 29 中文.mobi 38

图表 30 非中文信息名址 38

图表 31 网站验证通过的具体流程 39

图表 32 二维码物流应用 39

图表 33 二维码电子门票应用 40

图表 34 SDK技术架构图 41

图表 35 企业短信服务平台 42

图表 36 嵌入式短信接口平台 42

图表 37 企业WAP服务平台 43

图表 38 SMB信息化建设项目的负责部门分布 44

图表 39 SMB信息化管理部门的职能分布 45

图表 40 SMB信息化业务部门拥有支配权的分布 45

图表 41 SMB信息化主管行政级别分布 46

图表 42 SMB信息化决策着眼点分布 47

图表 43 SMB计算机台数分布 48

图表 44 SMB数据中心情况 48

图表 45 SMB引入信息化管理系统情况 49

图表 46 SMB引入信息化管理方式分布 50

图表 47 SMB使用频率最高的其他信息化管理系统分布 51

图表 48 SMB信息化系统维护方式分布 52

图表 49 对SMB移动信息化程度的认知度 53

图表 50 SMB信息化应用的服务商分布 54

图表 51 SMB对提升管理及运营效益的基础电信业务使用情况 56

图表 52 SMB对以提升办公管理效益电信增值业务的使用情况 57

图表 53 SMB对以改进营销及客服电信增值业务使用情况 59

图表 54 SMB对使用信息化应用服务的满意度评价 61

图表 55 SMB对基础运营商企业信息化应用服务品牌的认知度 62

图表 56 SMB对基础运营商企业信息化品牌服务的满意度评价 62

图表 57 SMB对企业信息化整体满意度评价 63

图表 58 未来3年SMB移动信息化发展趋势及特点 64

图表 59 SMB对通信相关信息化应用方面的年投入额分布 65

图表 60 SMB使用通信相关信息化应用年花费比重分布 66

图表 61 SMB移动信息化与非移动信息化投入比例结构 67

图表 62 SMB移动信息化资金投入的主要应用方向 68

图表 63 SMB在采购移动信息化应用时考虑因素 69

图表 64 未来3年SMB移动信息化发展重点 70

图表 65 未来3年SMB考虑使用移动信息化应用 71

图表 66 未来3年SMB急需解决移动信息化应用 72

图表 67 未来3年SMB急需解决及考虑使用移动信息化应用矩阵图 73

图表 68 SMB在非完全通信类应用中更倾向的服务商分布 74

图表 69 SMB在移动信息化建设中更倾向选择的终端 75

图表 70 SMB对移动信息化建设倾向接入技术 75

图表 71有无分支机构/异地办公/连锁机构 SMB移动应用典型市场分布 76

图表 72 A类市场SMB移动信息化应用的行业分布 77

图表 73 A类市场SMB服务客户主要类型分布 78

图表 74 A类市场SMB对以提升管理及运营效益基础电信业务使用情况 79

图表 75 A类市场SMB使用以提升办公管理效益电信增值业务情况 81

图表 76 A类市场SMB使用以改进营销及客户服务电信增值业务情况 82

图表 77未来3年A类市场SMB信息化选择的重点分布 83

图表 78未来3年内A类市场SMB急需解决的移动信息化应用 84

图表 79 B类市场SMB移动信息化应用的行业分布 85

图表 80 B类市场SMB服务客户主要类型分布 85

图表 81 B类市场SMB使用以提升管理及运营效益基础通信业务情况 87

图表 82 B类市场SMB使用以提升办公管理效益电信增值业务情况 88

图表 83 B类市场SMB使用以改进营销及客户服务电信增值业务情况 90

图表 84未来3年B类市场SMB信息化选择的重点分布 90

图表 85未来3年B类市场SMB急需解决的移动信息化应用 91

图表 86 C类市场SMB移动信息化应用的行业分布 92

图表 87 C类市场SMB服务客户主要类型分布 93

图表 88 C类市场SMB使用以提升管理及运营效益基础通信业务情况 94

图表 89 C类市场SMB使用以提升办公管理效益电信增值业务情况 95

图表 90 C类市场SMB使用以改进营销及客户服务电信增值业务情况 97

图表 91未来3年C类市场SMB信息化选择的重点分布 98

图表 92未来3年C类市场SMB急需解决的移动信息化应用 99

图表 93 D类市场SMB移动信息化应用的行业分布 100

图表 94 D类市场SMB服务客户主要类型分布 100

图表 95 D类市场SMB使用以提升管理及运营效益基础通信业务情况 102

图表 96 D类市场SMB使用以提升办公管理效益电信增值业务情况 103

图表 97 D类市场SMB使用以改进营销及客户服务电信增值业务情况 104

图表 98未来3年D类市场SMB信息化选择的重点分布 105

图表 99未来3年D类市场SMB急需解决的移动信息化应用 106

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自 国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tongxun1509/U25104BZBF.html>