

2016-2022年中国中小企业(SMB)移动应用市场竞争调研及十三五投资策略研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国中小企业(SMB)移动应用市场竞争调研及十三五投资策略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/253593253593.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

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。

中国报告网发布的《2016-2022年中国中小企业(SMB)移动应用市场竞争调研及十三五投资策略研究报告》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、市场前景、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市场调研分析。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。

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。

报告目录：

第一章 SMB移动应用概述

1.1 SMB移动应用研究背景

1.2 SMB移动应用内涵

1.3 SMB移动应用研究流程

第二章 SMB 移动信息化应用发展综述

2.1 SMB移动信息化应用分类

2.2 SMB移动信息化应用发展特点

2.3 SMB移动信息化应用发展驱动力

2.4 SMB移动信息化应用细分市场状况

2.4.1 不同应用目标定位

2.4.2 不同客户群体定位

2.5 SMB移动应用市场规模及预测

第三章 ICT服务商针对SMB移动应用业务现状

3.1 基础运营商针对SMB移动应用业务现状

3.1.1 中国电信

3.1.2 中国移动

3.1.3 中国联通

3.2 其它服务商针对SMB移动应用业务现状

3.2.1 阿里巴巴

3.2.2 中企动力

3.2.3 中企在线

3.2.4 新网互联

3.2.5 壹加陆

第四章 SMB信息化概况

4.1 SMB信息化建设决策特征

4.1.1 SMB信息化决策者分析

4.1.2 SMB信息化决策着眼点

4.2 SMB信息化基础环境

4.3 SMB信息化使用状况

4.3.1 SMB引入的信息管理系统方式

4.3.2 SMB信息化维护模式

第五章 SMB移动应用认知度和使用状况分析

5.1 SMB移动信息化应用的认知度分析

5.2 SMB信息化应用选择的服务商分析

5.3 SMB移动信息化应用使用状况分析

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

5.3.2 以提升办公管理效益的电信增值业务使用状况

5.3.3 以改进营销及客户服务的电信增值业务使用状况

第六章 SMB对移动信息化评价分析

6.1 SMB对移动应用服务满意度评价

6.1.1 对基础电信服务商信息化应用服务的满意度

6.1.2 对基础电信服务商信息化应用品牌的满意度

6.1.3 对企业移动信息化应用整体满意度

6.2 SMB对移动信息化作用及趋势评价

第七章 SMB移动应用需求分析

7.1 SMB信息化投入分析

7.1.1 对基础通信及相关信息化应用的投入结构分析

7.1.2 对移动信息化与非移动信息化投入结构分析

7.1.3 SMB在移动信息化投入资金分布

7.2 SMB在采购移动信息化应用时考虑因素

7.3 SMB移动信息化需求倾向性分析

7.3.1 未来3年SMB移动信息化发展的重点

7.3.2 SMB对未来3年移动信息化应用需求方向

7.3.3 SMB在非完全通信类应用选择服务商的偏好

7.3.4 SMB对移动信息化终端的倾向性

7.3.5 SMB对移动信息化接入技术的倾向性

第八章 SMB移动应用市场聚类分析

8.1 A类SMB移动信息化应用市场分析

8.1.1 A类SMB移动信息化应用市场特征分析

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

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

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

8.1.5 A类市场SMB未来3年企业信息化的解决重点

8.1.6 A类市场SMB未来3年急需解决的移动信息化应用

8.2 B类SMB移动应用市场分析

8.2.1 B类SMB移动信息化应用市场特征分析

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

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

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

8.2.5 B类市场未来3年企业信息化的解决重点

8.2.6 B类市场未来3年SMB急需解决的移动信息化应用

8.3 C类SMB移动应用市场特征分析

8.3.1 C类SMB移动信息化应用市场特征分析

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

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

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

8.3.5 C类市场未来3年企业信息化的解决重点

8.3.6 C类市场未来3年急需解决的移动信息化应用

8.4 D类SMB移动应用市场特征分析

8.4.1 D类SMB移动应用市场特征分析

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

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

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

8.4.5 D类市场未来3年企业信息化的解决重点

8.4.6 D类市场未来3年急需解决的移动信息化应用

图标目录：

图表 1远程移动办公解决方案网络拓扑图

图表 2 SMB移动应用调研流程

图表 3 SMB移动应用市场分析流程

图表 4SMB移动信息化应用发展驱动力

图表 52016-2022中小企业数量及预测

图表 6 2016-2022年企业移动应用市场规模及预测

图表 7商务领航

图表 8 2016-2022年商务领航客户数及预测

图表 9中国移动通信动力业务对比表

图表 10中国移动办公动力业务对比表

图表 11中国移动营销动力业务对比表

图表 12中国联通的宽带商务

图表 13商务元动力业务

图表 14商务新动力业务

图表 15商务e动力业务

图表 16诚信通服务对比表

图表 17新网互联无线应用-企业应用

图表 18新网互联无线应用-企业管理

图表 19双模.net主机

图表 20双模营销主机

图表 21双模虚拟主机

图表 22企业WAP标准版及专业版

图表 23G5免费邮箱

图表 24双模标准邮

图表 25双模商务邮

图表 26双模集团邮

图表 27信息名址

图表 28中文信息名址

图表 29中文.mobi

图表 30非中文信息名址

图表 31网站验证通过的具体流程

图表 32 二维码物流应用

图表 33 二维码电子门票应用

图表 34 SDK技术架构图

图表 35企业短信服务平台

图表 36嵌入式短信接口平台

图表 37企业WAP服务平台

图表 38 SMB信息化建设项目的负责部门分布

图表 39 SMB信息化管理部门的职能分布

图表 40 SMB信息化业务部门拥有支配权的分布

图表 41 SMB信息化主管行政级别分布

图表 42 SMB信息化决策着眼点分布

图表 43 SMB计算机台数分布

图表 44 SMB数据中心情况

图表 45 SMB引入信息化管理系统情况

图表 46 SMB引入信息化管理方式分布

图表 47 SMB使用频率最高的其他信息化管理系统分布

图表 48 SMB信息化系统维护方式分布

图表 49 对SMB移动信息化程度的认知度

图表 50 SMB信息化应用的服务商分布

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

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

图表 53 SMB对以改进营销及客服电信增值业务使用情况

图表 54 SMB对使用信息化应用服务的满意度评价

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

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

图表 57 SMB对企业信息化整体满意度评价

图表 58 未来3年SMB移动信息化发展趋势及特点

图表 59 SMB对通信相关信息化应用方面的年投入额分布

图表 60 SMB使用通信相关信息化应用年花费比重分布

图表 61 SMB移动信息化与非移动信息化投入比例结构

图表 62 SMB移动信息化资金投入的主要应用方向

图表 63 SMB在采购移动信息化应用时考虑因素

图表 64 未来3年SMB移动信息化发展重点

图表 65 未来3年SMB考虑使用移动信息化应用

图表 66 未来3年SMB急需解决移动信息化应用

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

图表 68 SMB在非完全通信类应用中更倾向的服务商分布

图表 69 SMB在移动信息化建设中更倾向选择的终端

图表 70 SMB对移动信息化建设倾向接入技术

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

图表 72 A类市场SMB移动信息化应用的行业分布

图表 73 A类市场SMB服务客户主要类型分布

图表 74 A类市场SMB对以提升管理及运营效益基础通信业务使用情况

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

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

图表 77未来3年A类市场SMB信息化选择的重点分布

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

图表 79 B类市场SMB移动信息化应用的行业分布

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

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

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

图表 84未来3年B类市场SMB信息化选择的重点分布

图表 85未来3年B类市场SMB急需解决的移动信息化应用

图表 86 C类市场SMB移动信息化应用的行业分布

图表 87 C类市场SMB服务客户主要类型分布

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

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

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

图表 91未来3年C类市场SMB信息化选择的重点分布

图表 92未来3年C类市场SMB急需解决的移动信息化应用

图表 93 D类市场SMB移动信息化应用的行业分布

图表 94 D类市场SMB服务客户主要类型分布

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

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

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

图表 98未来3年D类市场SMB信息化选择的重点分布

图表 99未来3年D类市场SMB急需解决的移动信息化应用

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。（GY KWW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/253593253593.html>