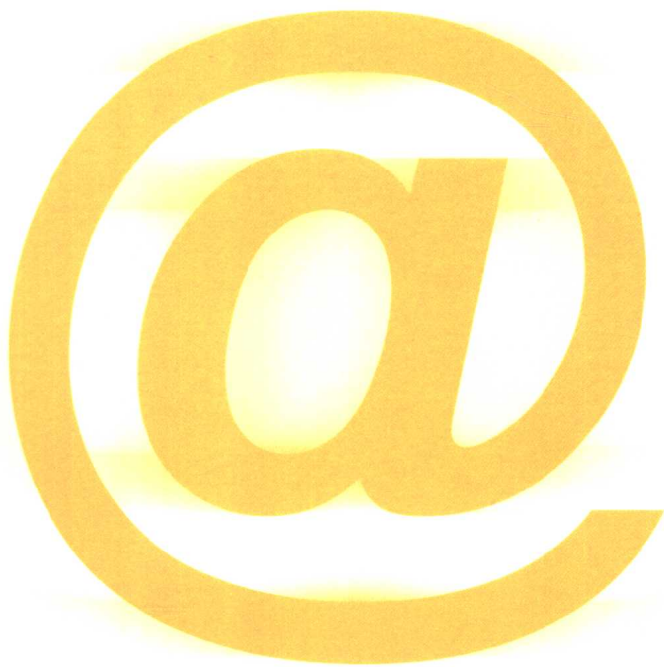


国家经济贸易委员会贸易市场局
北京大学网络经济研究中心

联合发布

中国企业互联网应用与电子商务 白皮书

(2000~2001 年度)



中国经济出版社

www.economyph.com

中国企业互联网应用与电子商务

白 皮 书

国家经贸委贸易市场局 联合发布
北京大学网络经济研究中心

中 国 经 济 出 版 社

责任编辑：毛增余 （电话：010-68319287）

封面设计：白长江

图书在版编目（CIP）数据

中国企业互联网应用与电子商务白皮书/国家经贸委贸易市场局，
北京大学网络经济研究中心编. —北京：中国经济出版社，2002.4
ISBN 7-5017-5594-9

I. 中… II. ①国…②北… III. 企业管理-电子-商务-中国
IV. F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2002）第 017196 号

中国企业互联网应用与电子商务 白皮书

国家经贸委贸易市场局 联合发布
北京大学网络经济研究中心

中国经济出版社出版发行
（北京市百万庄北街 3 号）

邮政编码：100037

北京地质局印刷厂印刷 新华书店经销

开本：787×980 毫米 1/16 印张：19.25 260 千字

2002 年 5 月第 1 版 2002 年 5 月第 1 次印刷

印数：5000 册

ISBN 7-5017-5594-9/F·4488

定价：35.00 元

编委会名单

主 编：黄 海 国家经贸委贸易市场局局长
张维迎 北京大学网络经济研究中心主任
北大光华管理学院常务副院长

副主编：门晓伟 国家经贸委贸易市场局助理巡视员、高级经济师

向 欣 国家经贸委贸易市场局副局长、博士

曾 鸣 北京大学网络经济研究中心学术主任
欧洲工商管理学院助理教授

沈 懿 北京大学网络经济研究中心执行主任、博士

编 辑：（按姓氏笔画）

毛长青 尹 虹 石瑜林 李 勇

李习臻 李红岗 李志刚 吴成丕

张蜀东 张建胜 徐 敏

序 言

国家经贸委副主任 张志刚

20 世纪 90 年代以来，伴随着信息技术和网络经济的迅速发展，电子商务对整个社会经济生活产生着越来越大的影响。我国部分企业在互联网应用和电子商务的基础设施建设方面进行了一些有益的探索，开展网上采购、网上销售和信息化管理，但总体发展水平还比较低，并存在许多制约因素。企业是网络经济的主体，但有关我国企业互联网应用及电子商务开展情况的第一手调查资料及在此基础上的系统研究还很欠缺，结合我国国情的探讨也比较少。

互联网应用和发展电子商务是企业技术创新的重要内容。多年来，我国一直在努力不懈地加快建立社会主义市场经济体制，加快推进企业的制度创新、管理创新和技术创新，以期从宏观体制环境和微观企业基础上，能够有效地适应世界贸易组织的贸易准则和市场规范。加入世界贸易组织后，国内企业面临的竞争将更为广泛、激烈，一方面市场空间扩展到全世界，企业有机会在国际市场上与国外企业展开竞争；另一方面中国市场作为国际市场的一部分，我国企业将在国内市场上直面国外企业的竞争。无论在国内市场还是国际市场，它们面对的将是拥有高科技装备优势的竞争伙伴。毋庸讳言，我国企业与未来的国际竞争伙伴相比，在互联网应用和发展电子商务方面还存在较大距离，总体发展水平比较低，多数只处于信息发布与交流的初级阶段；在电子商务发展的大环境方面，认知水平、网络安全、网络基础设施建设、社会信用意识、法制环境、网络支付、人才培养等方面还不能满足实际发展要求，这将直接影响到我国企业的竞争能力和国民经济的发展。面对当前我国企业电子商务发展的实际状况和国际竞争的压力，我们要按照江泽民同志

“三个代表”的重要思想要求，积极发展先进的生产力，推动企业运用网络和信息技朧，提高经营管理水平，提高竞争能力。

为了解我国企业互联网应用和电子商务发展水平，推动企业信息化建设和电子商务健康稳步发展，2001年，国家经贸委对部分大中型企业的互联网应用情况和管理信息化水平进行了一次调查，这是国内首次由政府部门组织，以传统企业为调查对象，专门针对企业互联网应用及电子商务发展水平进行的综合调查。此次调查汇集了大量的第一手资料和数据指标，并借鉴国外的研究手段，采用定量与定性相结合的研究方法，得到一系列有价值的研究成果。调查采取问卷和案例相结合的方式，问卷调查涉及国内分布在29个省、市、自治区，30个重点行业的638家大中型企业，并对中国石油化工股份有限公司、中国华北电力集团公司、联想集团有限公司、联华超市股份有限公司、北新建材股份有限公司等12个具有代表性的企业进行了案例调查。

在调查的基础上，我们编纂了这本白皮书，主要包括：中国企业互联网应用与电子商务发展水平综合调查研究报告，中国企业互联网应用与电子商务发展水平案例调研报告，企业管理信息化和互联网应用水平及电子商务开展情况的完整数据库和基于本次综合调查成果研究撰写的学术论文等，可供研究人员和实际工作者参考。

2002年3月1日

序言	张志刚
----------	-----

第一部分

中国企业互联网应用与电子商务发展水平综合调查报告	(1)
--------------------------------	-----

摘要	(2)
----------	-----

引言	(4)
----------	-----

调研项目的概况	(4)
---------------	-----

调研企业的分布	(6)
---------------	-----

基本概念的界定	(9)
---------------	-----

一、中国企业互联网应用的阶段判定	(9)
------------------------	-----

(一) 大多数企业资金投入明显不足	(10)
-------------------------	------

(二) 缺乏清晰的电子商务战略规划	(12)
-------------------------	------

(三) 电子商务应用多局囿于信息流	(12)
-------------------------	------

(四) 电子商务采购比销售做得要好	(15)
-------------------------	------

(五) B2B 成为我国企业的首选模式	(16)
---------------------------	------

(六) 多种影响因素导致多种差异性	(17)
-------------------------	------

二、中国企业互联网应用的经验总结	(22)
------------------------	------

(一) 信息化与电子商务的驱动模式	(22)
-------------------------	------

(二) 信息化与电子商务的推进策略	(24)
-------------------------	------

(三) 信息化与电子商务的重要前提	(25)
-------------------------	------

(四) 信息化与电子商务的必要保障	(25)
(五) 建立电子商务系统的核心原则	(26)
(六) 电子商务系统开发方式的选择	(28)
(七) 适合传统企业的电子商务模式	(30)
(八) 如何选择电子商务实施切入点	(32)
三、中国企业互联网应用的成效分析	(33)
(一) 从管理优化看成效	(34)
1. 业务管理透明化	(35)
2. 业务流程合理化	(36)
3. 企业决策科学化	(37)
4. 管理效率显著提高	(37)
(二) 从成本控制看成效	(38)
1. 采购成本的降低	(38)
2. 管理成本的降低	(39)
3. 人力成本的降低	(40)
4. 时间成本的降低	(40)
(三) 从市场拓展看成效	(41)
1. 改善企业形象	(41)
2. 提高客户满意度	(41)
3. 提高产品知名度	(41)
4. 改善客户关系	(41)
(四) 从人才培养看成效	(42)
(五) 从制度变革看成效	(42)
小结	(43)
四、中国企业互联网应用的瓶颈诊断	(44)
(一) 网络安全是最突出的障碍	(46)
(二) 网络基础设施建设较薄弱	(47)
(三) 宏观的社会环境尚不成熟	(48)
1. 社会信用普遍较差	(48)

2. 法制环境还未成熟	(48)
3. 标准化问题很突出	(49)
4. 网络支付遭遇困难	(51)
(四) 企业管理层认知程度较低	(51)
(五) 企业缺乏综合性的 IT 人才	(52)
(六) 网络市场规模还有待形成	(53)
小结	(53)
五、中国企业互联网应用的政策建议	(54)
(一) 开展电子商务立法, 积极参与国际协调工作	(55)
(二) 加强基础设施建设, 继续降低电信资费标准	(55)
(三) 执法与技术齐加强, 确保网络环境的安全化	(55)
(四) 促进银行间的互联, 尽快建立网上支付体系	(56)
(五) 加快我国法制进程, 多方培育社会信用环境	(56)
(六) 推动现代物流发展, 提高配送的社会化水平	(56)
(七) 规范软件行业发展, 保护企业域名无形资产	(57)
(八) 制定电子数据标准, 大力推行行业统一标准	(57)
(九) 推出电子商务试点, 促进行业信息化的建设	(58)
(十) 加强电子政务建设, 提高政府部门服务质量	(58)
小结	(59)
附录: 调研报告图表索引	(60)

第二部分

中国企业互联网应用与 电子商务综合调查数据库	(62)
---	-------------

▲数据一: 企业基本情况综合统计表	(63)
-------------------------	------

▲数据二: 集团公司或企业信息化状况综合表 (按省份)	(64)
-----------------------------------	------

▲数据三：集团公司或企业信息化状况综合表（按行业）	(72)
▲数据四：企业财务管理体制（按省份）	(77)
▲数据五：企业财务管理体制（按行业）	(79)
▲数据六：财务管理信息化（按省份）	(81)
▲数据七：财务管理信息化（按行业）	(83)
▲数据八：网络应用状况（按省份）	(85)
▲数据九：网络应用状况（按行业）	(87)
▲数据十：企业电子商务（按省份）	(89)
▲数据十一：企业电子商务（按行业）	(90)
▲数据十二：企业 2000 年购置的主要 IT 产品品牌和 购买相应品牌的比率	(91)
▲附录：企业互联网应用及管理信息化水平调查问卷	(93)

第三部分

中国企业互联网应用

水平综合调查案例报告汇编	(100)
--------------------	-------

汇编说明	(101)
------------	-------

▲案例一：保定天鹅化纤集团案例调研报告	(103)
▲案例二：联华超市公司案例调研报告	(111)
▲案例三：上海宝钢集团案例调研报告	(120)
▲案例四：无锡小天鹅集团公司案例调研报告	(132)
▲案例五：中国石油化工集团案例调研报告	(153)
▲案例六：大连瓦轴集团案例调研报告	(164)
▲案例七：中国华北电力集团案例调研报告	(175)
▲案例八：东风汽车集团案例调研报告	(196)

▲案例九：联想集团案例调研报告	(213)
▲案例十：北新建材（集团）有限公司案例调研报告	(227)

附录：

学术论文	(240)
论文一：中国企业信息化水平指标体系研究	(240)
论文二：中国企业电子商务阻碍因素评测与分析	(258)
后 记	(293)

第一部分

中国企业互联网应用与电子商务发展水平综合调查报告

摘要

引言

* 调研项目的概况

* 调研企业的分布

* 基本概念的界定

一、中国企业互联网应用的阶段判定

二、中国企业互联网应用的经验总结

三、中国企业互联网应用的成效分析

小结

四、中国企业互联网应用的瓶颈诊断

小结

五、中国企业互联网应用的政策建议

小结

附录：调研报告图表索引

摘 要

基于对 638 家企业的问卷调查和 12 家企业的案例调研,本报告认为,中国企业互联网应用的总体水平较低,虽然建立在信息技术和网络基础之上的企业内部信息化建设,取得了一定的进展,正在由信息孤岛向信息集成跨越,但建立在互联网应用基础之上的电子商务建设,仍处在商务信息发布与交流的初级应用阶段。

在互联网和电子商务应用过程中,许多企业都积极投身实践,经过一段时间摸索,积累了一些具有代表性的经验模式。如“一把手工程”、与传统经济实体、主营业务相结合的电子商务模式、购买先进软件经过二次开发后再实施的开发模式、管理思想与管理制度的变革等等,而这些带有共性的经验与模式可以为我国企业发展信息化和电子商务提供有效借鉴。

企业信息化建设和电子商务的发展,在提高企业核心竞争力方面的作用已逐渐显露出来。主要表现在,互联网提供互动的、个性化的定制服务和客户服务管理反应速度的加快,提高了客户满意度;互联网的应用,优化了企业管理流程,降低了企业成本;互联网的应用,提高了业务流程的合理性,保证了企业高效率运作;互联网的应用,提高了企业影响力,拓展了市场范围;互联网应用,推动了企业管理观念与制度的变革,提升了企业的核心竞争力。因此,大力推动企业层面电子商务的发展,以此逐步取代和改造我国企业传统的商务模式,重组业务流程,降低交易成本,缩短流通过程,是我国企业全面提高市场竞争力、迎接 WTO 和全球化经济挑战的必由之路和可行手段。

但是,鉴于我国互联网应用中的阻碍因素主要来自于网络安全、互联网基础设施建设、电子商务法制建设、社会信用、网络支付等

具有普遍性和基础性的问题，所以，现阶段就企业来讲，大规模开展电子商务的时机尚未成熟。人为地抬高电子商务在现阶段经营活动中的作用，对社会，对企业，也都不是明智的选择。如何切实解决这些瓶颈性的阻碍因素，已经成为当前我国企业能否有效开展电子商务的当务之急。

我国政府非常重视企业信息化的建设和电子商务的发展。虽然目前我国大规模发展电子商务的时机尚不成熟，但是从信息化到电子商务的道路却是每个参与国际竞争的企业提高核涯竞争力的有效途径。政府各有关部门将加强协调，积极工作，提高政府的管理水平和服务质量，减少行政干预，创造良好的外部条件，形成一个有利于互联网应用和电子商务环境。

引 言

* 调研项目的概况

中国企业互联网应用和电子商务水平综合调查项目，于 2000 年 12 月正式启动。该项目是国家经贸委在部分大中型企业中进行的。这是国内第一次由国务院职能部门组织开展，专门针对企业互联网应用与电子商务发展水平进行的综合调查项目。进行这次调查的目的，是为了掌握我国企业互联网应用和电子商务发展的情况，实事求是地判断企业电子商务所处的阶段，分析存在的问题和制约因素，更好地推进企业互联网应用和电子商务的发展。

项目前期，由多位国内专家、学者和业内人士组成的专家小组参与了调查问卷的设计和调研手段的评定。经过两次专家论证会的集中讨论和反复评审，于 2001 年 3 月 23 日正式推出了《企业互联网应用及管理信息化水平问卷调查表》，并以国家经贸委办公厅（国经贸厅贸〔2001〕69 号）文件下发至中央管理企业、国家重点企业和地方骨干企业，共计 1300 家左右。

截止 2001 年 6 月底，问卷调查部分共回收有效问卷 638 份，覆盖全国 29 个省、自治区、直辖市（不含西藏，重庆市企业仍计入四川省），涉及机械、电子、轻工、纺织、内外贸、化工、冶金、煤炭、医药、电力、交通、建筑、建材、石油、汽车、铁道、烟草等 30 个国家重点行业。

为了对中国企业互联网应用与电子商务的现状进行更为深入的

考察，在问卷调查的基础上，国家经贸委贸易市场局委托北京大学网络经济研究中心成立了专门的案例企业调查小组，从2001年4月23日至6月29日，对12家具有代表性的特大型和大型企业，分别是中国五矿集团、中国石化集团、中国华北电力集团、联想集团、上海宝钢集团、联华超市公司、无锡小天鹅集团、华北制药集团、东风汽车集团、大连瓦轴集团、保定天鹅化纤集团、北新建材集团进行了深入调查。

通过问卷调查和案例调查相结合，本次调查在中国企业互联网应用和电子商务的现状和应用水平方面获得了大量宝贵的第一手材料，尤其在一些重要数据和指标的采集、衡量、汇总、分析上，通过借鉴国外的研究手段，采用定量和定性相结合的研究工具，得到了许多既有丰富理论价值、又有实际意义的重要结果，其中有些成果均为国内首次获取和公布，从而为政府相关的政策制订提供了一系列有针对性、又有时效性的参考依据。

从本次调研成果来看，目前已经完成的有四项。首先是政策性强、覆盖面广的“中国企业互联网应用与电子商务水平综合调查报告”，二是包含了87个统计指标250项统计条目的“中国企业互联网应用和电子商务水平综合调查”数据库；另有二篇学术论文，“中国企业信息化水平指标体系研究”以及“中国企业电子商务阻碍因素评测与分析”，对中国传统企业的信息化发展水平、电子商务发展阶段进行了科学与系统的衡量与评测，在实证的基础上建立了一套企业信息化水平指标体系和一套电子商务阻碍因素（ECI）评测体系，具有较高的理论价值和政策意义。

由于受调研时间、条件、手段、样本质量等各方面因素的制约，有些成果还不很完善和成熟，只能属于一个基础性、阶段性的成果，可作为考察与评判中国企业互联网应用和电子商务的水平、发展阶段的参考依据与基础，并为政府、企业、学术机构进一步探讨与分析中国企业互联网应用和电子商务的发展奠定了重要的基石。

* 调研企业的分布

从 638 份回收的有效问卷来看, 参与本次“我国企业互联网应用和电子商务水平综合调查”的企业有如下几个特点:

(一) 从企业规模来看, 特大型与大型企业占绝大多数 ($16\% + 62\% = 78\%$), 中型企业占 17%, 其他类占 5% (图 1);

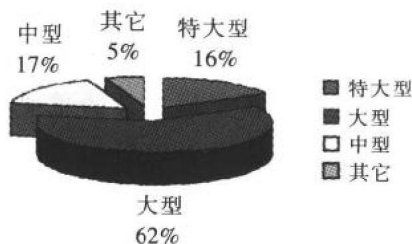


图 1 被调查企业的规模分布

(二) 从企业隶属关系看, 中央企业占 30%, 地方企业 63%, 其他 7% (图 2);

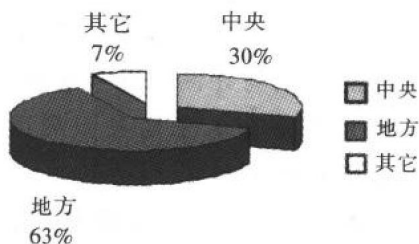


图 2 被调查企业的隶属关系

(三) 从地域分布来看, 东部企业占 64%, 中部占 19%, 西部占 17% (图 3);