



## “中小型企业：卓越技术助力提升竞争力” 中国地区调查简报

### 调查概述

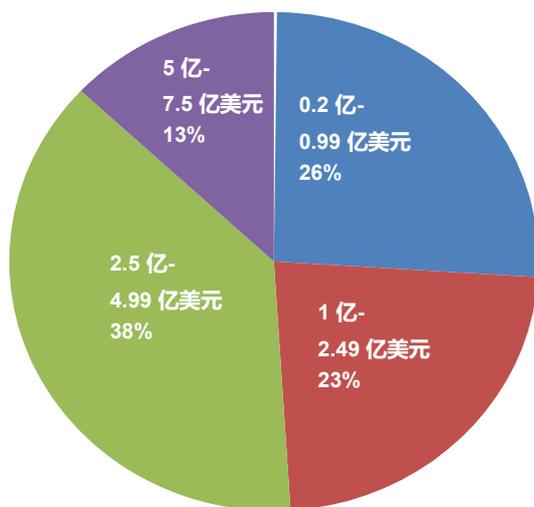
“中小型企业：卓越技术助力提升竞争力”是一项调查研究，旨在更好地了解全球范围内的中小型企业如何利用技术推动创新，巩固客户关系，提高灵活性，拓展业务。我们的研究内容包括：

- 一项全球调查，涉及 21 个国家/地区、五个行业的 2,100 位高管（每个国家/地区 100 位高管）。
- 与 12 位中小型企业高管进行深度访谈。
- 一份概述关键调查结果的行政摘要。
- 一系列按地区和行业对结果进行分析的文章和信息图表。



### 受调查公司统计信息：中国

在刚刚过去的财年中，贵公司的年收入是多少？



- 30% 的公司来自离散制造业，22% 来自消费品行业，18% 来自零售业，16% 来自批发行业，14% 来自专业服务行业。
- 半数以上 (54%) 的受访者为企业管理层，其中 29% 是首席信息官/IT 主管，16% 是首席运营官。
- 55% 的公司成立至少七年；11% 的公司成立不到三年。
- 38% 的公司年收入为 2.5 亿-4.99 亿美元；49% 的公司年收入为 0.2 亿-2.49 亿美元。

**68%**  
的中国中小型企业  
只有在看到明确的  
投资回报时才会投  
资购买新技术。

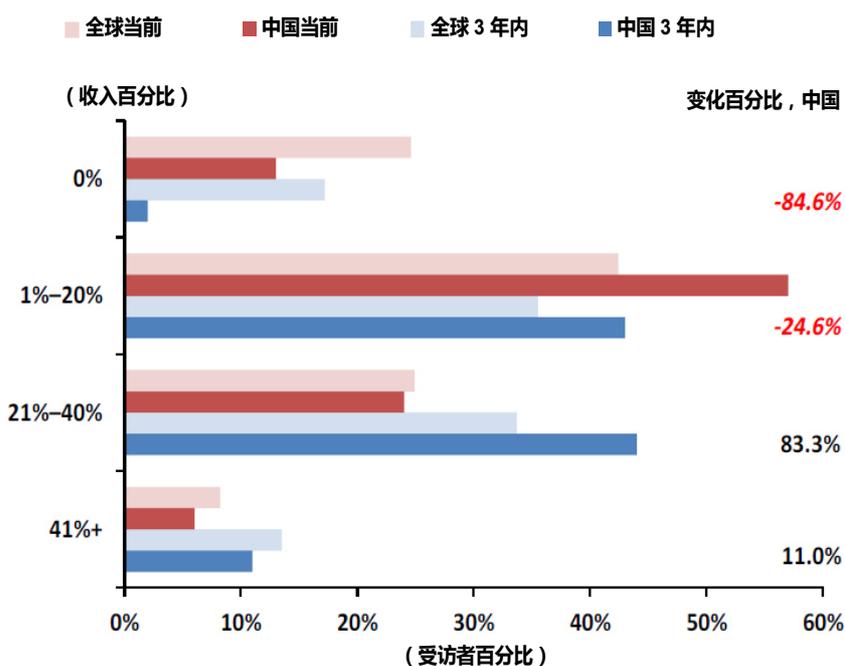
## 发展趋势和关注重点

- 中国的中小型企业最关心不断增加的人工成本问题。在中国，39% 的中小型企业将此视为头等大事，高于全球 28% 的关注比例。不断变化的客户期望和需求 (28%)，以及地区市场或更广阔的市场中的增长机会 (28%) 分别位列第二和第三大问题。
- 53% 的中国中小型企业将推动创新、降低成本和提高效率视为实现增长的关键，紧随其后的是扩展产品和服务 (51%) 以及全球拓展 (48%)。
- 61% 的受访企业表示，与过去相比，他们现在与更大规模的公司进行竞争。

**56%**  
的受访企业越来越多地通过在线业务网络和平台与其他公司协作。

## 全球增长预期

在贵公司的收入中，总部所在国家/地区之外创造的收入占多大的百分比？



- 中国的中小型企业正在快速扩展其全球业务范围。虽然目前 13% 的中国中小型企业没有任何海外收入，但这一数字在三年内将下降到 2%，降幅达 85%。
- 44% 的中国中小型企业期望在三年内使其 21%-40% 的收入来自全球范围，增长率达 83%，是全球增速 36% 的两倍多。
- 仅有 5% 的中国中小型企业期望在未来三年内仅在中国开展业务（低于当前的 15%），在六个或更多国家/地区开展业务的中国中小型企业的数量从 17% 锐增到 44%（这两项指标的全球水平分别为 15% 和 35%）。

## 重新思考企业战略，积极应对不断变化的市场环境

**79%**  
的中国中小型企业已完成、正在进行或即将开始重大业务转型。

- 中国的绝大多数中小型企业最近已完成、正在进行或即将开始重大业务转型，这表明，中国的中小型企业已认识到，企业需要适应日益全球化的市场环境。
- 业务转型的一个重点是进入新的地理市场（选择此项的中国受访者比例为 47%，选择此项的所有受访者比例为 41%）。在新的市场中开展业务也被视为业务转型的主要挑战，51% 的受访者提到了这一点。

## 利用技术适应变革：亚太地区

		下列技术在贵公司中的应用程度如何？ (适当或广泛使用的百分比)					
		行业					
		总体	制造业	专业服务行业	消费品行业	零售业	批发行业
商务管理软件	目前	55.8%	70.8%	48.8%	58.4%	48.1%	48.4%
	3年内	67.3%	79.2%	61.9%	66.2%	63.3%	62.5%
	增长率	20.6%	11.8%	26.8%	13.3%	31.6%	29.0%
商务分析	目前	51.8%	59.4%	50.0%	45.5%	54.4%	46.9%
	3年内	72.3%	70.8%	66.7%	76.6%	81.0%	65.6%
	增长率	39.6%	19.3%	33.3%	68.6%	48.8%	40.0%
云计算	目前	37.8%	54.2%	34.5%	37.7%	29.1%	28.1%
	3年内	54.3%	60.4%	53.6%	61.0%	48.1%	45.3%
	增长率	43.7%	11.5%	55.2%	62.1%	65.2%	61.1%
社交媒体	目前	52.3%	60.4%	46.4%	54.5%	49.4%	48.4%
	3年内	66.3%	74.0%	61.9%	74.0%	64.6%	53.1%
	增长率	26.8%	22.4%	33.3%	35.7%	30.8%	9.7%
移动商务	目前	50.5%	56.3%	50.0%	57.1%	44.3%	42.2%
	3年内	60.0%	68.8%	53.6%	66.2%	59.5%	48.4%
	增长率	18.8%	22.2%	7.1%	15.9%	34.3%	14.8%

- **云计算和商务分析**的采用率预计将在亚太地区的中小型企业中实现最高增长，增长率将分别为 44% 和 40%。与之相对的全局增长率分别为 35% 和 33%。消费品公司在商务分析技术方面的采用增长率高达 69%，将引领商务分析技术的地区行业增长，而亚洲零售公司的云平台采用速度将居首，消费品公司和批发公司紧随其后。
- 亚太地区 60% 的中小型企业预计将在三年内广泛采用**移动商务**技术，高于全球受访者的 54%。在本研究案例中，零售公司预计将实现最高的移动商务技术采用增长率（达到 34%，高于 19% 的总体增长率）。
- **社交媒体**在区域中小型企业环境中将实现 27% 的增长率，高于 22% 的全局增长率。消费品公司将再次成为亚太地区发展最快的行业，实现 36% 的增长率。专业服务公司的进展与其相当，增长率为 33%；批发公司落后于其他公司，增长率仅为 10%。
- 当前已被亚太地区超过半数的中小型企业所采用的**商务管理软件 (BMS)**，将在零售业中得到最积极的采用（增长率将达 32%）。离散制造业对商务管理软件的采用率已达到 71%，这一数字将在未来三年内上升到 79%。21% 的地区增长率与 19% 的全局增长率基本持平。
- 在开销方面，中国的中小型企业最关注商务管理软件的开销，其次是商务分析和云计算。

### 关于本调查

本调查研究由 SAP 赞助，包括在 2013 年 4 月和 5 月开展的一项面向 2,100 位高管的全球调查。受访者代表以下五个行业：离散制造业 (25%)，专业服务行业 (21%)，消费品行业 (22%)，零售业 (17%) 以及批发行业 (16%)；受访者来自以下 21 个国家/地区：澳大利亚、巴西、加拿大、智利、中国、哥伦比亚、捷克共和国、法国、德国、匈牙利、印度、印度尼西亚、意大利、墨西哥、波兰、葡萄牙、俄罗斯、南非、西班牙、英国和美国。企业高管在受访者中所占的比例约为 46%。约有 27% 的受访者就职于收入介于 0.2 亿到 0.99 亿美元的公司；23% 的受访者就职于收入介于 1 亿到 2.49 亿美元的公司；50% 的受访者就职于收入介于 2.5 亿到 7.5 亿美元的公司。

Sponsored by

