

我国中小企业应用电子商务最关心的是营销 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/65/2021\\_2022\\_\\_E6\\_88\\_91\\_E5\\_9B\\_BD\\_E4\\_B8\\_AD\\_E5\\_c40\\_65251.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/65/2021_2022__E6_88_91_E5_9B_BD_E4_B8_AD_E5_c40_65251.htm) 互联网实验室高级研究员，中国信息经济学会电子商务专业委员会副主任梁春晓做客赛迪网，与网友们就中小企业电子商务的发展趋势等话题进行了交流和互动。以下为访谈摘录：

程鸿：从一些广告可以看到，中小企业业主在评估电子商务给他们带来的收益时有这样一个共同点，就是产品销售的范围更广了，可以更主动地找到客户。这是不是也是中小企业迫切需要解决的问题？

梁春晓：是这样的。据我们了解，中小企业应用电子商务最大的动机就是商机捕捉、扩大商机，或者说扩大他的交易数量，能够让他做更多的生意、赚更多的钱。我们刚才谈到了，我们国家中小企业、电子商务应用有它自己的特点。以前我们谈得比较多的国外电子商务应用跟我们相比更多的是强调降低企业经营成本。而我们国家中小企业应用电子商务最关心的恰好不是降低成本，最关心的是怎么样扩大商机、怎么样挣钱，这是我们国家中小企业最大的特点。

程鸿：我们之前访谈过一些企业管理软件方面的专家，也访问过一些目前在做企业建站或者ASP服务的专家。有一些专家提出的观点是，对于中小企业来说首先要解决营销问题，制造和生产和管理问题并不是目前最迫切的，这个有没有实际的数据和调查的观点可以支持呢？

梁春晓：这个说法是有道理的。去年商务部有一个《中国电子商务发展报告》，我在其中负责一个专题，叫“2004 - 2005年中小企业电子商务应用”，为此，我们做过比较广泛的调查，结果表明中小企业应用电

子商务最关心的是商机，最关心的是营销，最关心的是市场，而不是内部企业的管理和制造成本。这是有调查数据支持，而不是空口说出来的。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)