



中国中小企业协会
China Association of Small and Medium Enterprises

中国中小微企业 数字化转型状况分析报告



中国中小企业协会
2023年9月27日

目录

中国中小微企业数字化转型状况分析报告 错误！未定义书签。

| | |
|-------------------------------------|----|
| 调研背景 | 3 |
| 主要结论 | 4 |
| 一、样本企业基本情况 | 5 |
| 二、中小微企业数字化认知、现状和影响因素 | 8 |
| 1. 数字化转型态度积极，目的明确，路径多样 | 8 |
| 2. 数字化转型显著提升企业运营效率和营收 | 10 |
| 3. 资金和数据安全是影响企业实施数字化转型的最关键因素 | 11 |
| 4. 数字化供需两侧不通畅，精准对接亟待加强 | 12 |
| 5. 企业强烈希望得到财税和资金的政策支持 | 13 |
| 三、相关建议 | 14 |
| 1. 政策支持：完善中小微企业数字化转型配套支撑体系 | 15 |
| 2. 企业自身：积极求变，推动数字化转型落地 | 16 |
| 3. 数字化服务平台：努力为中小企业数字化转型“架桥铺路” | 17 |

调研背景

党的二十大报告提出“促进数字经济与实体经济深度融合”。今年7月14日发布的《中共中央国务院关于促进民营经济发展壮大的意见》提出“加快推动数字化转型和技术改造”。中国企业数字化转型进入了新时代。

我国中小微企业占企业总数的99%以上，中小微企业数字化转型是推进数字经济发展的关键环节，无疑也是数字化转型的重点和难点。为全面了解中小微企业数字化现状，中国中小企业协会发起本次问卷调研，调研对象主要为企业中层以上决策者。

此篇调查报告基于454份企业调研数据形成，包括样本企业基本情况、数字化认知和影响因素、政策建议三个部分，旨在传达各地各行业中小微企业真实声音，客观分析当下中小微企业数字化现状及面临的问题，反映中小微企业数字化转型的真实诉求，为促进“民营经济31条”高质、高效落实提供建议，进而为优化中小微企业发展环境、促进中小微企业数字化转型建言献策。

主要结论

1. 通过调研数据综合分析认为，当前中小微企业的数字化转型态度十分积极，管理层对数字化转型拥有比较清醒的认识，数字化转型的意愿比较强烈，且很多企业通过 618、双 11、828 B2B 企业节等促销节购买数字化产品与服务，来促进企业的数字化转型。（69.38% 的样本企业部分业务或者核心业务已开展数字化。）

2. 加快数字化转型是中小微企业摆脱困难、提升竞争力的必然选择，也是企业加快向“专精特新”迈进的有效手段。数据显示，企业启动数字化转型后，生产或运营效率以及营业收入都有显著提升。

（85.24% 以上的样本企业启动数字化转型后，生产或运营效率提升了 5% 以上；68.28% 以上的样本企业同期营收增长了 5% 以上。）

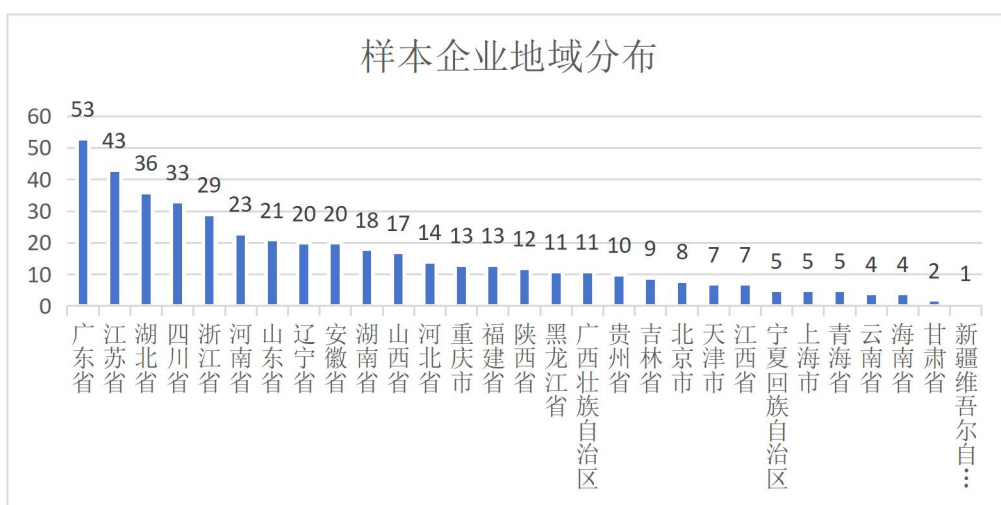
3. 当前，数字化供需两侧之间并不通畅，需要生态联合实现精准对接。数据显示，企业在进行数字化转型时，没有完整的数字化转型战略和框架支持，数据整合、集成利用能力不足，找不到适合本企业数字化转型的产品和服务是当前数字化转型中面临的三大主要困难

（54.41% 的样本企业没有完整的数字化转型战略和框架支持；50.88% 的样本企业表示数据整合、集成利用能力不足；46.70% 的样本企业找不到适合的产品和服务。）

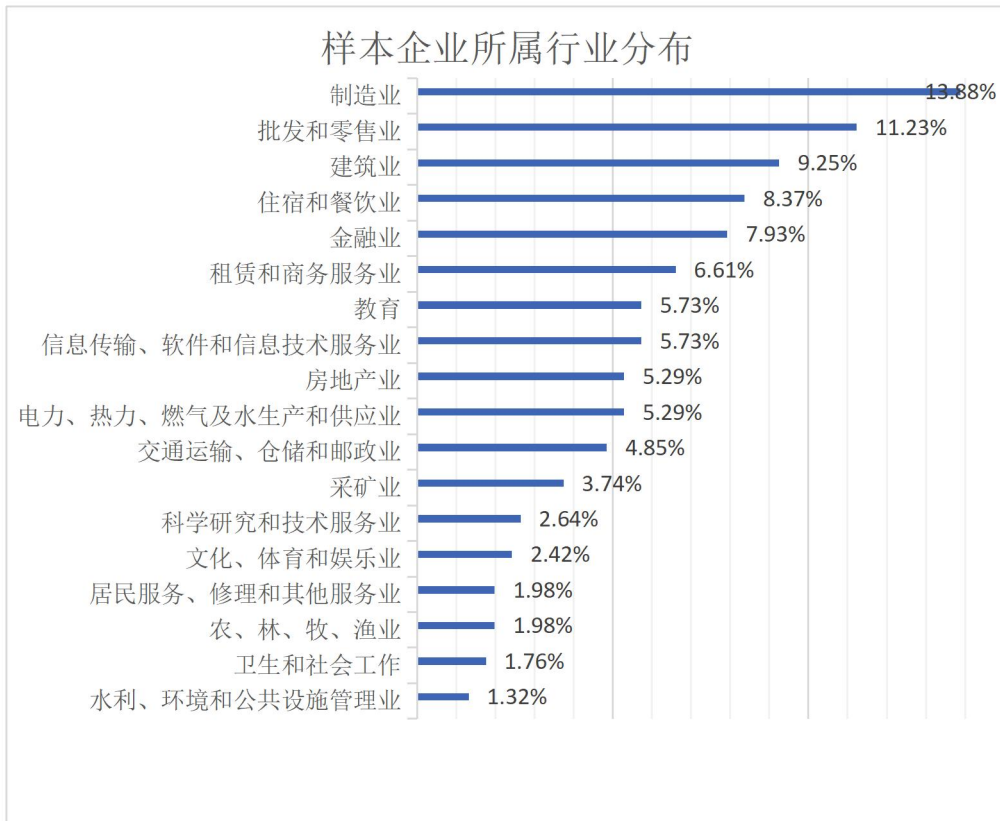
4. 数据显示，还有 30.61% 的样本企业尚未开始数字化转型，距离完成真正的数字化转型还有很长距离。资金压力（67%）和担忧数据安全（55.29%）是影响企业数字化转型的关键因素。企业希望发挥财税政策引导和资金补贴扶持作用，引导中小企业转型。

一、样本企业基本情况

参与本次问卷调查的中小微企业来自全国 93 个城市，覆盖 29 个省市。其中，样本数量前 10 名的省市占比达 65.19%，依次是广东省（53 家）、江苏省（43 家）、湖北省（36 家）、四川省（33 家）、浙江省（29 家）、河南省（23 家）、山东省（21 家）、辽宁省（20 家）、安徽省（20 家）、湖南省（18 家）。



从行业分布来看，样本企业覆盖了国民经济行业分类中的 18 个一级行业。其中，来自制造业的样本企业数量最多，占比 13.88%，其次是批发和零售业，占比 11.23%。建筑业、住宿和餐饮业、金融业和租赁和商务服务业分别占比 9.25%、8.37%、7.93%和 6.61%。



从样本企业的规模看，中型企业 193 家（42.51%），小型企业 183 家（40.31%），微型企业 78 家（17.18%）。

从所有制形式看，民营企业 331 家（72.91%），外资企业 54 家（11.89%），集体企业 40 家（8.81%），国有及国有控股企业 29 家（6.39%）。

从受访人职务看，总监/部门领导 223 位（占 49.12%）、企业主/总经理/总裁 179 位（占 39.43%）、经理 50 位（占 11.01%）、职员 2 位（占 0.44%）。61%的受访者是企业参与数字化转型的主要决策者。

样本企业 2022 年度营收规模分布如下：

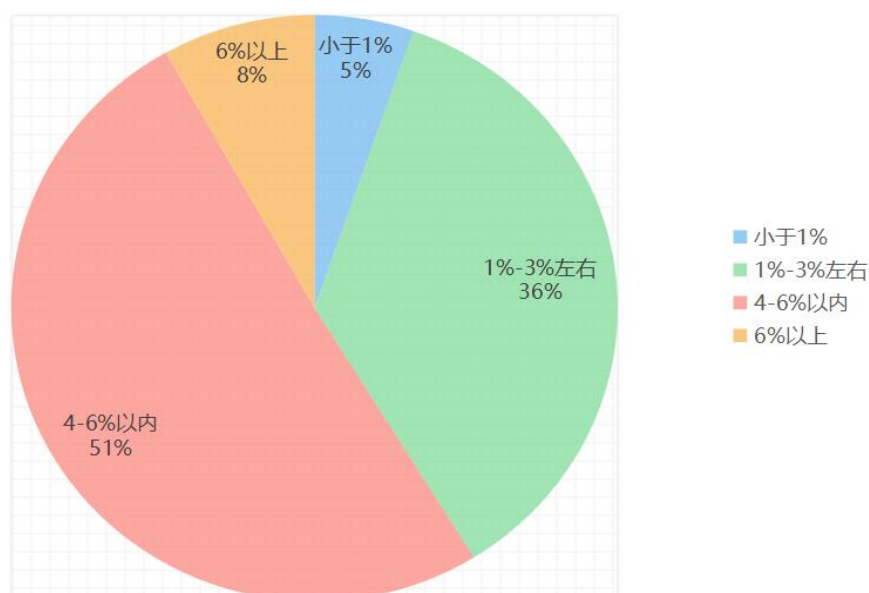
500 万元以下占 19.82%（90 家）、501-2000 万元占 33.26%（151 家）、2001-10000 万元占 39.21%（178 家）、1 亿元以上的占 7.71%（35 家）。

84.58%的样本企业（384家）预计今年企业营业收入与2022年同期相比增加5%及以上，12.11%的样本企业（55家）基本保持不变或变化很小，只有3.3%的样本企业预计今年企业营业收入与2022年同期相比降低5%-10%。

77.97%的样本企业（354家）预计今年企业净利润与2022年同期相比增加5%及以上，20.04%（91家）的样本企业认为基本保持不变或变化很小。1.98%（9家）的样本企业认为今年企业净利润与2022年同期相比降低5%-10%。

87%的样本企业将营业收入的1%-6%用于数字化投入，8%的样本企业将营业收入的6%以上投入数字化，另有5%的样本企业数字化投入不到营业收入的1%。

企业的数字化投入占营业收入比重



二、中小微企业数字化认知、现状和影响因素

1. 数字化转型态度积极，目的明确，路径多样

调查显示，中小微企业的数字化转型态度十分积极，需求旺盛，目的明确，且转型路径呈现多样化。

数据显示，66.3%的样本企业认为数字化转型的时间周期是1-3年；20.04%的样本企业认为数字化转型需要3-5年，13.44%的样本企业认为数字化转型周期在1年以内。

中小微企业数字化转型需求旺盛。62.11%的样本企业中至少部分业务已开展数字化转型，7.27%的样本企业核心业务已全面开展数字化转型，25.11%的样本企业正在做数字化转型的准备，还有5.51%的样本企业未开展数字化转型。

企业对数字化转型的目的明确。51.76%的样本企业认为数字化转型的目的是提升服务质量和客户体验；47.36%的样本企业用来增强企业创新能力；46.7%的样本企业用来提高企业运营效率；41.85%的样本企业用来实现数据驱动决策，更全面、准确的业务洞察和预测；31.5%的样本企业用来加强安全和风险管理，保障企业数据和客户隐私的安全。

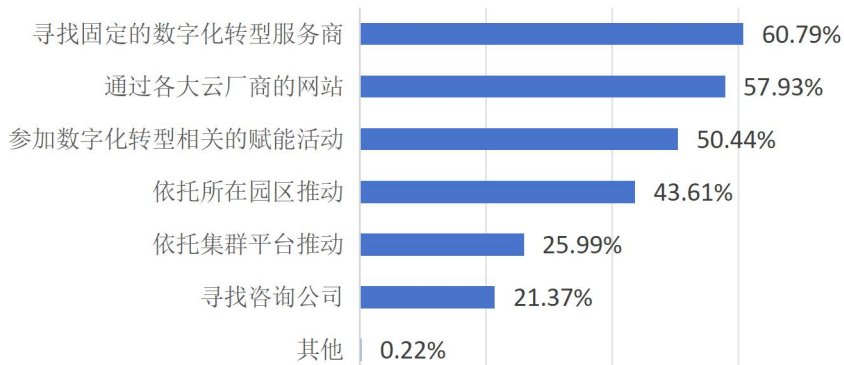
样本企业设立具体的数字化转型目的



企业数字化需求多集中于流程（68.94%）和安全服务（67.18%）。51.32%的样本企业集中于需求诊断服务，集中于AI和智能制造的分别占36.34%和26.65%。

企业开展数字化转型的路径呈现多样化。60.79%的样本企业通过寻找固定的数字化转型服务商实现，57.93%的样本企业通过各大云厂商的网站，近半的样本企业通过参加数字化转型相关的赋能活动实现，43.61%的样本企业依托所在园区推动。

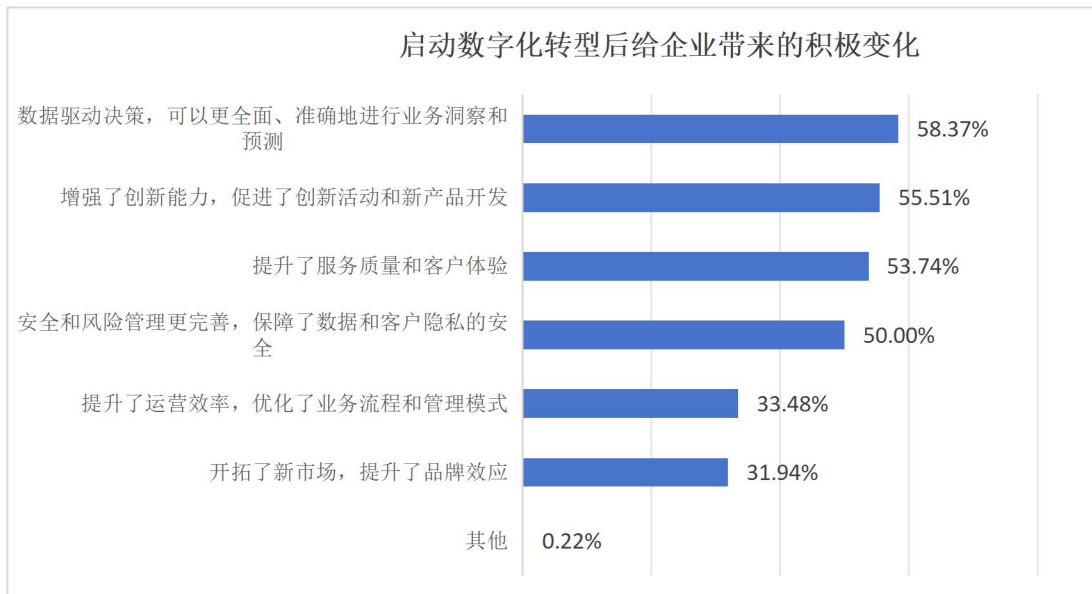
样本企业开展数字化转型的路径



2. 数字化转型显著提升企业运营效率和营收

调查显示，企业启动数字化转型后，相比转型前生产或运营效率以及营业收入都有显著提升。

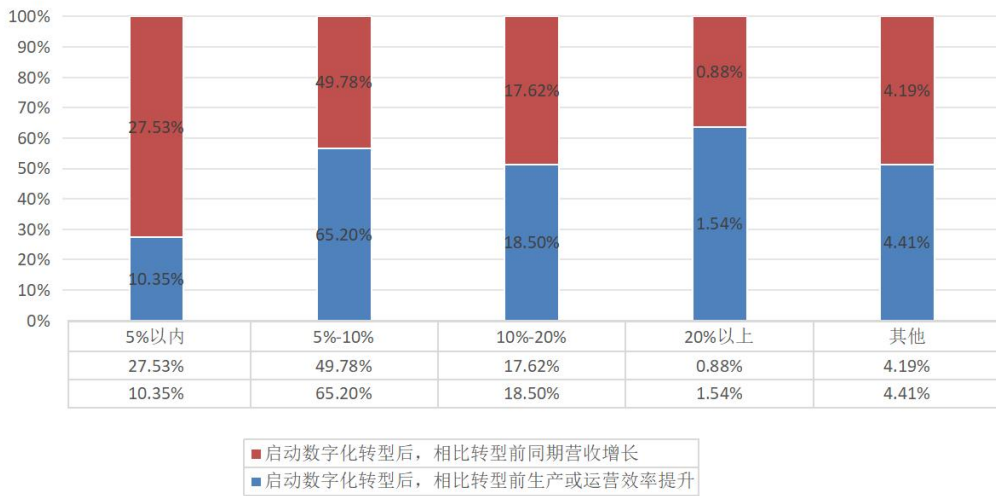
数据显示，50%以上的样本企业表示在启动数字化转型后，为企业带来诸多积极变化，比如可以更全面、准确地进行业务洞察和预测；增强了创新能力，促进了创新活动和新产品开发；提升了服务质量和客户体验；安全和风险管理更完善，保障了数据和客户隐私的安全等。



85.24%的样本企业表示，启动数字化转型后，生产或运营效率提升了5%以上（65.2%的样本企业认为提高了5%-10%）。

68.28%的样本企业认为启动数字化转型后，同期营收增长了5%以上。

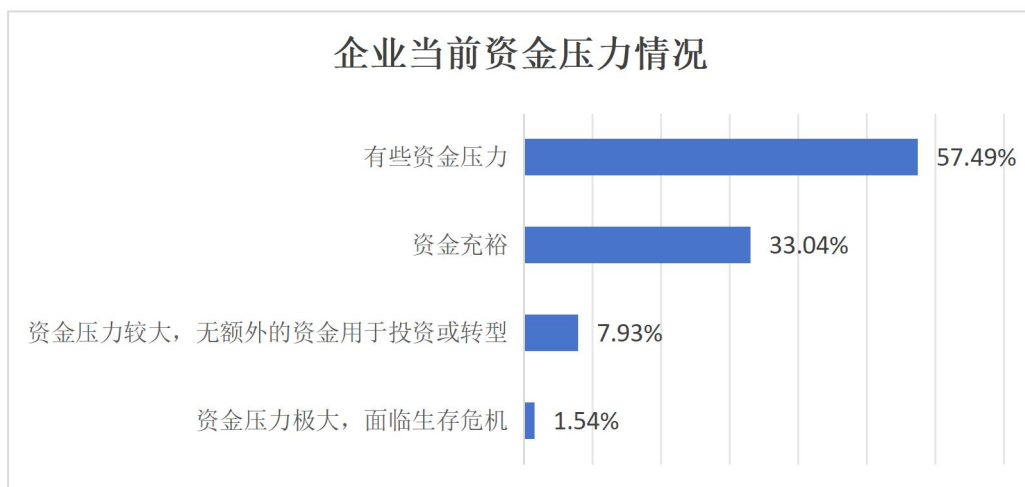
启动数字化转型后，相比转型前生产或运营效率和营收增长



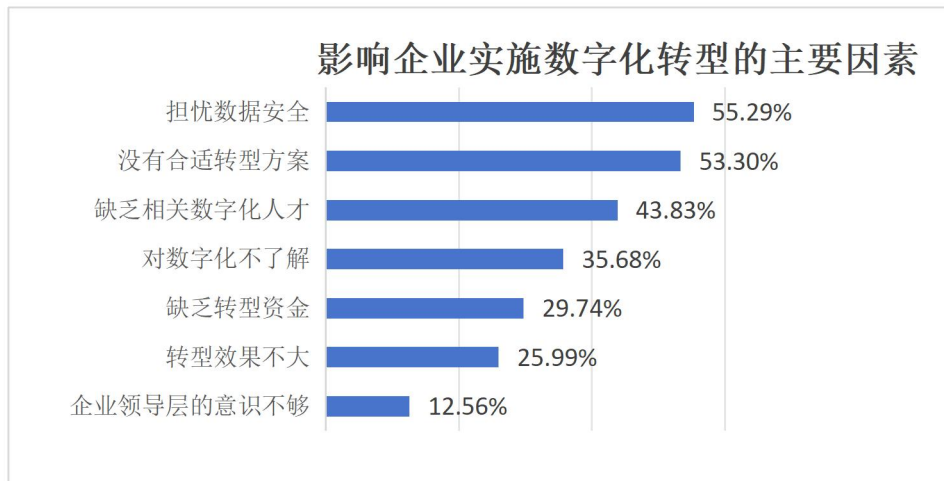
3. 资金和数据安全是影响企业实施数字化转型的最关键因素

数据显示，近7成企业当前存在资金压力，制约了数字化转型的实施。同时，数据安全问题、人才问题、企业自身能力问题等等都是影响企业数字化转型的重要因素。

调查显示，66.96%的样本企业当前存在资金压力（1.54%的样本企业资金压力极大，面临生存危机；7.93%的样本企业资金压力较大，无额外的资金用于投资或转型；57.49%有些资金压力）。



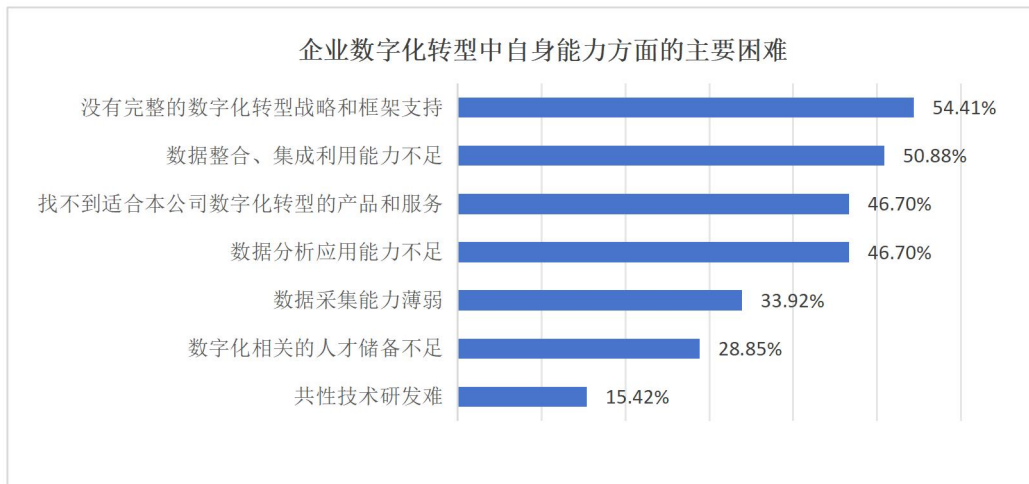
55.29%的样本企业在担忧数据安全，53.3%样本企业认为没有合适的转型方案，43.83%的样本企业缺乏相关数字化人才，35.68%的样本企业对数字化不了解。另有12.56%的样本企业认为企业领导层的意识不够。



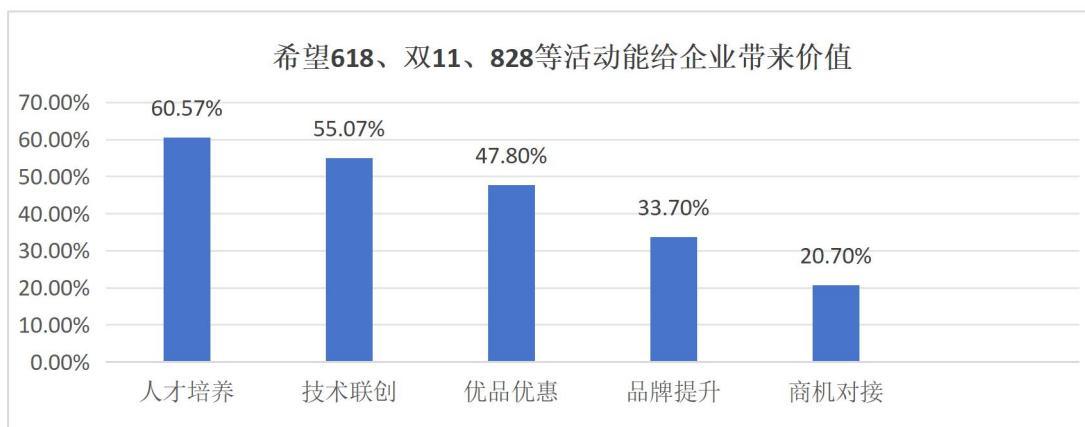
4. 数字化供需两侧不通畅，精准对接亟待加强

数字化转型是中小企业未来发展的趋势和必经之路，当前，数字化供需两侧之间并不通畅，需要生态联合，更好地实现技术联创和能力外溢，实现供需更快更精准地对接。

数据显示，企业在进行数字化转型时，没有完整的数字化转型战略和框架支持；数据整合、集成利用能力不足；找不到适合本企业数字化转型的产品和服务或数据分析应用能力不足，是当前企业数字化转型中的面临三大主要困难。



企业在购买数字化产品与服务时，60.13%的样本企业参与过双11促销节或企业节，50.44%的参与过“618”，37.44%的参与过“828 B2B 企业节”相关活动。



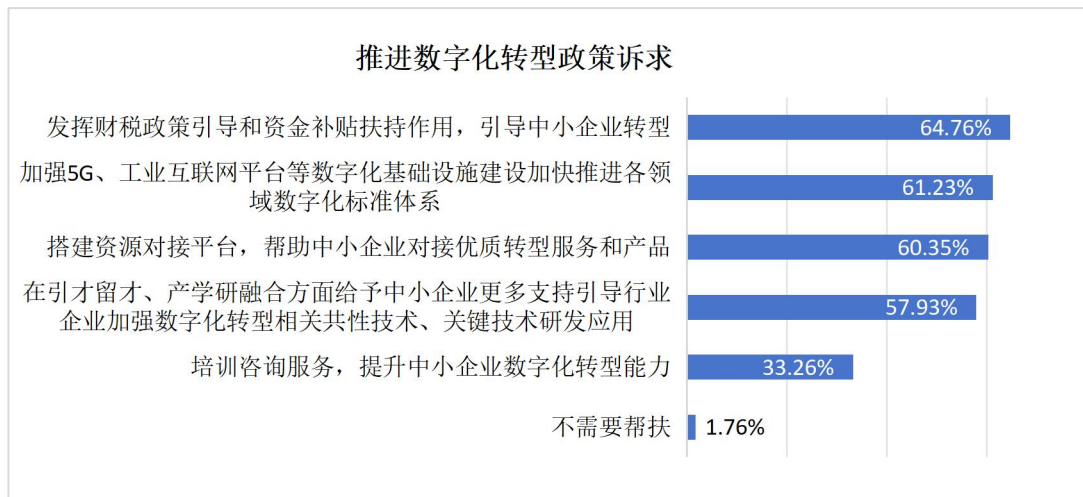
61.89%的样本企业希望相关的活动能给企业带来专业赋能，61.89%的样本企业希望得到人才培养，55.07%希望可以进行技术联创，47.8%希望得到优品优惠。

5. 企业强烈希望得到财税和资金的政策支持

当前，中小企业普遍存在数字化转型需求，在获取支持数字化转型相关政策信息渠道多样，但企业本身囿于营收、利润双承压，投入拓展的空间受限，众多的中小微企业希望政府在推进数字化转型方面给予全方位帮扶。

数据显示，近 62%的样本企业通过政府发放的宣传材料和协会、联盟渠道等中介服务机构获取支持数字化转型相关政策信息；分别有 45%和 42%的样本企业通过政府网站、新闻媒体或 APP 获取。

数据显示，60%以上的样本企业希望发挥财税政策引导和资金补贴扶持作用，引导中小企业转型；加强 5G、工业互联网平台等数字化基础设施建设，加快推进各领域数字化标准体系；搭建资源对接平台，帮助中小企业对接优质转型服务和产品。仅有不到 2%的企业认为不需要帮扶。



三、相关建议

中小微企业历来是我国经济韧性、就业韧性的重要支撑，是推进中国式现代化的生力军，是高质量发展的重要基础，是全面建成社会主义现代化强国、实现第二个百年奋斗目标的重要力量。企业的数字化转型离不开政府、企业自身和社会各界的共同努力。为尽快、有效帮助更多的中小微企业推进数字化转型，结合本次调研实际，提出以下几点建议：

1. 政策支持：完善中小微企业数字化转型配套支撑体系

(1) 尽快落实中小微企业数字化转型城市试点工作和数字化转型专项资金，缓解企业采用数字技术的资金压力。多数中小微企业自身资金有限，对于投资大、周期长、见效慢的数字化转型，单纯依靠自身资源投入几乎难以实现。针对“不会转、不能转、不敢转”的中小微企业，各地应构建多方联动机制，推动数字化生态共同体建设，按照“企业出一点、平台让一点、政府补一点”的思路，支持中小微企业降低数字化转型成本、缩短转型周期、提高转型成功率，如：税收优惠、融资倾斜、公共基础数据共享等；

(2) 探索新型评价考核机制。中小微企业数字化转型是一个系统且漫长的过程，无法短时间内达到现有指标的评价标准。为此应由政府主导探索符合数字经济发展的新型评价考核机制，重视中小微企业数字化转型过程中通过跨界融合所发挥的溢出效应和带动效应，纠正当前评价考核机制重短期轻长期、重直接轻间接、重经济效益轻社会效益的主要问题，以此引导鼓励中小微企业数字化转型。

(3) 面向重点行业开发中小微企业数字化转型工具。针对不同行业中小企业的的需求场景，培育一批数字化解决方案供应商，为其提供实用易用、成本低廉的数字化产品、工具和服务。

(4) 支持成立相关数字化转型专家顾问队伍。向所在省、市、县区(开发区)、产业集群及重点企业，提供产业数字化发展规划咨询、模式提炼、技术知识培训等服务，建立数字化服务商资源池，培育发展本地服务商和产品方案。

(5) **加强数字化人才建设。**人才建设是企业数字化转型的基石，数字化人才的培养是一个系统工程，需要多方共同发力。如政府层面，要出台相关支持政策，加大推进数字化人才的引育工作；企业层面，要加大对员工的数字化、智能化转型培训，培养数字化新蓝领。

2. 企业自身：积极求变，推动数字化转型落地

数字经济浪潮下，加快数字化转型已成为中小微企业摆脱困难、顺应环境求发展的必然选择，也是企业加快向“专精特新”迈进的有效手段。数字化转型既是助企纾困之举，也是提升竞争力的关键。中小微企业应主动去接触新技术，积极将5G网络、大数据、人工智能等新技术融入到应用场景，匹配企业转型，实现高质量发展。

(1) **推崇数字化思维和创新精神，积极融入数字化生态，加速提升自身数字化水平。**企业要认清所属性质以及能力水平，进行战略性规划。条件允许的情况下，积极参与数据中心、工业互联网等新型基础设施投资建设和应用创新。成功的数字化转型，能够帮助中小企业降低成本、提高效率，短期内提升企业的市场竞争力和市场占有率，长期看增强企业的韧性和抗风险能力。但从本次调研情况看，还有31%的中小微企业未正式启动数字化转型。企业数字化转型道路任重道远。

(2) **储备掌握数字化技能和知识的人才。**企业不仅要引进高水平的技术团队，还要培养专业的数字化人才，建立数字化人才储备制度。数字化人才不仅要掌握技术，还要能将技术应用到企业经营管理中去。

(3) **将目光放长远，踏实前进。**从现成的数字化工具入手，如：云计算、大数据分析、人工智能、区块链技术等。利用数字化工具实现智能化营销，利用社交媒体、搜索引擎等手段，提高市场曝光度和品牌知名度。通过提供在线客服、智能客服和快速响应等方式，提高客户的满意度和忠诚度等等。逐步跨过“数字化门槛”，实现从“不想转”到积极拥抱数字化。

3. 数字化服务平台：努力为中小企业数字化转型“架桥铺路”

随着数字化和信息技术的不断发展，平台服务模式的出现改变了数字化服务范式，与中小微企业的发展需求更适配。平台服务可以实现从买“技术资产”到买“技术服务”，从“一对一模式”到“一对多模式”，从“单一服务”到“生态服务”的转变。这样不仅可以降低数字化成本，有效降低数字化风险，还可以大幅提升创新能力和人才专业能力。我们认为，推动企业数字化转型，平台企业可以成为中小微企业的首选。数字化服务平台企业应积极适应我国中小微企业量大、面广、规模小、个性需求多的特点，积极推出与中小微企业精准匹配的产品和解决方案。

(1) **平台实际上变革了提供企业数字化服务的方式。**平台服务模式，周期短、成本低，服务更高效敏捷，中小企业拥有更强的技术和服务选择权，能够有效降低中小企业数字化转型的风险。当前数字化供需两侧并不通畅。一方面中小企业无法精准诊断出自己的需求，且无法高效精准地找到供给方。另一方面，数字化转型服务商、互联网平台企业、工业互联网平台企业等各自为政。市场上需要构建能彼

此依存、互相成就、和谐共生的生态圈，推动产业链供应链上下游企业业务协同、资源整合和数据共享，助力中小企业实现“链式”转型。如这两年 828 B2B 企业节的出现，让更多的中小微企业享受到了数字化红利，加速了中小微企业的数字化转型。

(2) 平台企业本身应建立“龙头企业+孵化”的大中小微企业协同创新载体和专业化技术公共服务体系，打造更多适合中小微企业数字化转型升级的产品和方案，积极鼓励更多企业上平台、用平台，提供数字化转型升级的咨询和服务能力，以平台为抓手促进中小微企业数字化转型。如华为云联合生态伙伴在 828 B2B 企业节期间推出的企业应用一站购平台 B2BG0，积极帮助千行百业的买家卖家完成供需对接，让好企业找得到数字化好产品，好产品也找得到好客户，实现了客户一站式购买与商家一站式运营的商业共赢闭环，每天有超过 1000 笔交易。

(3) 平台企业应注重数据安全、隐私保护、用户体验和公平公正。在数字化时代，数据安全和隐私保护至关重要。平台企业应采取严密的安全措施，包括加密传输、身份验证、数据备份等，以保护用户信息的安全性。同时，平台应重视用户体验，用户体验是吸引和留住用户的关键因素。优化界面设计，简化操作流程，确保平台易于使用，并提供高效的客户支持与反馈机制。平台企业还应积极促进公平竞争，遵守反垄断法规，并不得滥用市场支配地位，建立公正的评价机制，防止恶性竞争等不当行为。