

# 2011-2015年中国SAAS (软件运营服务)市场战略格局与前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2011-2015年中国SAAS (软件运营服务)市场战略格局与前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201008/46689.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

SAAS ( Software-as-a-service ) 的意思是软件即服务，SAAS的中文名称为软营或软件运营。SAAS是基于互联网提供软件服务的软件应用模式。作为一种在21世纪开始兴起的创新的软件应用模式，SAAS是软件科技发展的最新趋势。

SAAS提供商为企业搭建信息化所需要的所有网络基础设施及软件、硬件运作平台，并负责所有前期的实施、后期的维护等一系列服务，企业无需购买软硬件、建设机房、招聘IT人员，即可通过互联网使用信息系统。就像打开自来水龙头就能用水一样，企业根据实际需要，从SAAS提供商租赁软件服务。

中国产业信息网发布的《2011-2015年中国SAAS (软件运营服务)市场战略格局与前景预测报告》共九章。首先介绍了SAAS的定义及分类、中国SAAS产业发展等，接着分析了中国管理型SAAS市场格局，然后介绍了中国SAAS的市场应用、运营局势。随后，报告对国内SaaS做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国SAAS市场的发展前景。您若想对SAAS市场有个系统的了解，本报告是您不可或缺的重要工具。

### 第一章 SAAS ( 软件运营服务 ) 的相关概述

#### 第一节 SAAS的定义及分类

##### 一、SaaS的概念解析

##### 二、SaaS的分类情况

##### 三、SaaS的生态系统构成

##### 四、SaaS发展的演进历程

#### 第二节 SAAS的特性与作用

##### 一、SaaS服务的主要特征

##### 二、SaaS模式的作用分析

##### 三、SaaS模式与传统许可模式的比较浅析

##### 四、SaaS的客户价值透析

##### 五、SaaS的应用领域广泛

#### 第三节 SAAS与ASP的区别与联系

##### 一、ASP的基本介绍

##### 二、SaaS相关概念的区别解析

##### 三、SaaS模式与ASP模式的差异剖析

## 第二章 2010年中国SAAS产业发展形势分析

### 第一节 2010年全球SAAS产业的发展概况

- 一、国外SaaS产业发展状况及特征分析
- 二、世界SaaS市场需求与提供商分析
- 三、全球SaaS市场规模透析
- 四、欧美地区SaaS型CRM渐成市场主导
- 五、日本SaaS市场投资趋势解析

### 第二节 2010年中国SAAS产业总体发展综述

- 一、我国SaaS市场发展的基本情况
- 二、国内SaaS市场发展的新特点
- 三、企业对SaaS的需求状况分析

### 第三节 2010年中国SAAS产业发展存在的问题分析

- 一、中国SaaS市场发展的制约因素
- 二、SaaS产业发展面临的主要挑战分析
- 三、SaaS市场存在的两大难题
- 四、中国SaaS产业安全问题亟待解决
- 五、国内SaaS产业发展遭遇三大瓶颈

### 第四节 2010年中国SAAS产业发展的对策分析

- 一、国内SaaS市场发展的建议
- 二、健全的安全运营体系是SaaS发展的关键
- 三、中国SaaS健康发展需要构建完善的诚信机制
- 四、中国SaaS厂商快速壮大的对策
- 五、SaaS产品的开发攻略

## 第三章 2010年中国管理型SAAS市场格局分析

### 第一节 企业管理类SAAS发展历程

- 一、萌芽阶段
- 二、调整阶段
- 三、稳步发展阶段

### 第二节 2010年中国管理型SAAS市场发展概况

- 一、管理型SaaS与工具型SaaS渐趋融合
- 二、管理型SaaS给企业带来的利好

- 三、管理型SaaS市场逐渐受到企业重视
- 四、我国管理型SaaS应用成交率大幅上升
- 五、渠道将成为管理型SaaS企业制胜法宝
- 六、管理型SaaS的个性化发展透析

### 第三节 2009年中国管理型SAAS市场的发展回顾

- 一、2009年第2季度管理型SaaS市场发展状况
- 二、2009年第3季度管理型SaaS市场发展状况
- 三、2009年第4季度管理型SaaS市场发展简况

### 第四节 2010年中国管理型SAAS市场成功的要点解析

- 一、SaaS厂商需具备的能力剖析
- 二、企业运用互联网的能力
- 三、构建创新商业模式能力
- 四、全程客户服务能力

## 第四章 2010年中国SAAS市场的厂商与用户分析

### 第一节 2010年中国SAAS市场的厂商发展动态

- 一、国外大型SaaS企业积极抢攻中国市场
- 二、国内SaaS行业显现“羊群效应”
- 三、中国主流SaaS运营商市场份额
- 四、国内主流SaaS企业及其产品评析
- 五、我国SaaS厂商积极构筑战略联盟

### 第二节 2008年SAAS用户的使用状况分析

- 一、用户对SaaS的认知情况
- 二、用户最看重的SaaS功效
- 三、企业SaaS应用计划分析
- 四、OA类SaaS应用受用户重视

### 第三节 2009年SAAS用户的使用情况透析

- 一、数据安全问题受关注
- 二、服务的方便性受企业青睐
- 三、降低成本是企业考虑的重要因素

## 第五章 2010年中国SAAS的市场应用分析

## 第一节 SAAS在中小企业的应用情况

- 一、SaaS帮助中小企业摆脱在线管理困境
- 二、中小企业全面普及SaaS尚待时日
- 三、中小企业选择SaaS的注意事项
- 四、中小企业实施SaaS模式面临的挑战及策略
- 五、多数中小企业将应用SaaS模式

## 第二节 SAAS在邮件领域的应用分析

- 一、SaaS对传统邮件市场影响颇深
- 二、SaaS在反垃圾邮件中应用效果突出
- 三、SaaS的邮件归档功能突出应用前景光明

## 第三节 SAAS在电子政务领域的应用综述

- 一、电子政务领域SaaS发展的机会
- 二、SaaS模式在电子政务中应用特点透析
- 三、SaaS在电子政务中的具体应用情况
- 四、SaaS在电子政务领域的应用潜力探析

## 第四节 SAAS模式的其他应用分析

- 一、零售企业对SaaS的需求及应用风险探析
- 二、SaaS模式下视频会议租用成市场新趋向
- 三、SaaS模式下视频会议遭遇的阻碍

## 第五节 SAAS模式的应用案例及方向透析

- 一、全程电子商务管理
- 二、CRM客户关系管理
- 三、SCM供应链管理
- 四、节省通讯成本

## 第六节 SAAS模式的企业应用个案解析

- 一、博思格集团
- 二、济南创弈工场科技
- 三、安吉汽车俱乐部

# 第六章 2010年中国SAAS的市场运营局势分析

## 第一节 2010年中国SAAS产业的基本运营模式剖析

- 一、中国SaaS产业有两种主导运营模式

二、以自身产品为核心应用的模式浅析

三、以在线软件服务的第三方平台模式介绍

## 第二节 中国摆脱ASP模式困境SAAS需解决的难题

一、SaaS业务模式的深入解析

二、服务提供商的公信力是首要挑战

三、应用连续性与数据安全性成为重点

四、盈利模式和营销方式的突破

## 第三节 2010年中国SAAS模式的运营风险及安全策略分析

一、SaaS模式面临的主要风险因素

二、SaaS系统的风险主体探讨

三、透析SaaS系统存在的安全隐患

四、SaaS系统的风险规避措施探究

## 第四节 2010年中国SAAS的营销策略探讨

一、SaaS市场营销的三大建议

二、SaaS的渠道建设方案透析

三、SaaS的市场推广模式探索

四、SaaS的品牌推广策略思考

## 第七章 2010年国外SaaS重点企业最新动态分析

### 第一节 微软

一、企业简介

二、微软公司多方位开拓SaaS市场

三、微软SaaS的中国市场战略解读

### 第二节 GOOGLE

一、企业简介

二、Google进军SaaS市场挑战微软

三、Google进军SaaS市场面临的问题

### 第三节 NETSUITE

一、企业简介

二、NetSuite公司的主要产品介绍

三、NetSuite瞄准中国SaaS市场蓄势待发

四、NetSuite在日本地区推出SaaS新品

## 第四节 SALESFORCE.COM

- 一、企业简介
- 二、Salesforce的产品及用户规模
- 三、Salesforce的SaaS业务成功的秘诀
- 四、Salesforce在中国SaaS市场发展概况

## 第八章 2010年国内SaaS优势企业竞争力分析

### 第一节 阿里软件

- 一、企业简介
- 二、阿里软件的主要产品线介绍
- 三、阿里软件SaaS的发展道路解析
- 四、阿里软件在南京创建SaaS服务中心

### 第二节 金蝶

- 一、企业简介
- 二、金蝶友商网产品介绍
- 三、金蝶友商网大肆发力国内SaaS市场
- 四、金蝶SaaS发展的成效与问题

### 第三节 用友

- 一、企业简介
- 二、用友正式进军SaaS市场
- 三、2010年用友融合SaaS等业务打造全程电子商务

### 第四节 八百客

- 一、企业简介
- 二、八百客SaaS产品特点及收费模式
- 三、八百客SaaS业务发展历程
- 四、2010年八百客SaaS市场发展策略

### 第五节 铭万

- 一、企业简介
- 二、铭万SaaS产品线及用户规模分析
- 三、SaaS市场竞争激烈铭万抢占先机
- 四、铭万联合联想力推SaaS新品



## 第九章 2011-2015年中国SAAS市场的发展前景分析

### 第一节 2011-2015年世界SAAS市场发展前景展望

- 一、全球SaaS市场发展迎来黄金时期
- 二、全球SaaS未来发展方向探析
- 三、SaaS服务将成全球电子商务发展主流

### 第二节 2011-2015年中国SAAS市场发展前景及趋势

- 一、未来中国SaaS市场发展前景展望
- 二、中国SaaS市场规模预测
- 三、SaaS市场前景广阔渐受资本青睐
- 四、未来SaaS对中国传统软件行业的影响透析

#### 图表目录：（部分）

图表：Saas发展的三个阶段

图表：全球前十五大软件按需定制（Software On Demand）企业营业规模与市场

图表：20082010年日本SaaS（包含ASP）投资情况

图表：用户对SaaS运营商的体验数据

图表：20062010年中国SaaS市场规模

图表：2007年中国SaaS市场区域分布情况

图表：2007年中国SaaS应用行业分布情况

图表：2007年中国SaaS应用类型分布情况

图表：2008年第四季度SaaS管理软件市场厂商收入占比

图表：2009年SaaS市场增长预测图

图表：20052007年管理型SaaS应用成交率情况

图表：成功SaaS厂商需具备的关键能力要素

图表：SaaS领域厂商获取成功的两种方法

图表：用户对SaaS的了解情况

图表：企业未曾应用SaaS产品的原因调查

图表：企业使用SaaS产品的原因调查

图表：企业对SaaS产品降低成本功效的看法

图表：按照模式划分SaaS运营产业链结构

图表：阿里巴巴互联网平台价值链

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201008/46689.html>