

2014-2020年中国SaaS 行业监测与未来发展策略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2020年中国SaaS行业监测与未来发展策略咨询报告》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/201404/103133.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是Software-as-a-service（软件运营服务），是一种基于互联网提供软件服务的应用模式；是一种随着互联网技术的发展和应用程序的成熟，在21世纪开始兴起的完全创新的软件应用模式，是软件科技发展的最新趋势。

回顾SaaS的发展历程，从2004年SaaS进中国起，至今已经6年了！经过2007以及2008年炒概念、炒模式的热炒，到2009年，媒体、用户、政府开始对SaaS真正关注，纷纷推出了各种SaaS扩张计划，又到如今的沉寂，令人不胜唏嘘。在即将过去的2010年中，我们发现更多的时候，无论是用户、还是服务商都已经很少提及SaaS，更多的而是云计算以及全程电子商务的发展应用，SaaS服务商的矛头几乎指向了云计算以及全程电子商务。

从业绩上来看，目前的SaaS服务商的业绩并不理想，还处在生存的边缘。在最近的几年中我们发现，以阿里软件为首的高调进军SaaS，低调退出SaaS市场后，对于我们这些逛热的SaaS服务商来讲更多的沉思，在概念普及的阶段更多的时候是“赔本赚吆喝”阶段。显然，市场的需求以及企业自身的需求，让艰难中生存的SaaS服务商下一步的行动必然会加强市场战略布局，扩张营销渠道，打造自身的核心能力。适时转型或许SaaS服务商的新出路。

2012年是SaaS的转折年，尤其是在云计算得到了用户的普遍认可，同时也得到众多厂商认同的前提下，SaaS应用模式正处于历史上最好的发展时期，许多软件开发公司和大型的网络公司纷纷进军SaaS领域。2012年中国SaaS市场规模达到584.3亿元，增长率为30.2%。如此高速增长预示着SaaS的发展即将迎来新一轮井喷期。

SaaS模式的推广显著降低了软件的使用和维护成本，使其更贴近客户，特别是广大的中小企业客户，SaaS模式的推广将促进软件产品的大规模普及。未来几年，中国SaaS市场将保持30%以上的年复合增长率，互联网企业将成为SaaS推广的生力军。

本市场分析报告首先介绍了SaaS的概念、分类、特征、与ASP的区别等，接着分析了国内外SaaS产业的发展状况及管理型SaaS的发展现状。随后报告对SaaS的厂商与用户、市场应用、运营及国际国内重点企业做了细致分析，最后预测了SaaS市场的发展前景和未来趋势。

本SaaS市场分析报告，为SaaS企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录

第一章 SaaS（软件运营服务）的相关概述 1

第一节 SaaS的定义及分类 1

一、SaaS的概念解析 1

二、SaaS的分类情况	1
三、SaaS的生态系统构成	3
第二节 SaaS的特性与作用	4
一、SaaS服务的主要特征	4
二、SaaS模式的作用分析	5
三、SaaS模式与传统许可模式的比较浅析	6
四、SaaS的客户价值透析	6
五、SaaS的应用领域广泛	7
第三节 SaaS与ASP的区别与联系	8
一、ASP的基本介绍	8
二、SaaS相关概念的区别解析	10
三、SaaS模式与ASP模式的差异剖析	11
第二章 SaaS产业发展分析	13
第一节 全球SaaS产业的发展概况	13
一、SaaS发展的演进历程	13
二、国外SaaS产业发展状况及特征分析	15
三、世界SaaS市场需求与提供商分析	16
四、全球SaaS市场将增长情况	17
五、2012-2014年日本SaaS市场投资趋势解析	19
第二节 中国SaaS产业总体发展综述	24
一、我国SaaS市场发展的基本情况	24
二、中国SaaS市场集中度正在扩大	26
三、我国SaaS市场发展的趋势浅析	26
四、SaaS市场理性回归 用户认知度逐步提升	28
五、企业对SaaS的需求状况分析	30
第三节 2013-2014年中国SaaS市场发展现状	44
一、2013年SaaS市场发展回顾	44
二、2013年SaaS市场特点	47
三、2013年我国SaaS市场竞争全面升级	49
四、2013年SaaS市场渠道：多赢局面	51
五、2013年SaaS模式对传统软件行业发起猛烈冲击	54
六、2014年SaaS发展突破年	55

七、2014年面向行业进行功能整合成为SaaS突破点 57

八、2014年SaaS竞争更激烈，用户更成熟 59

第四节 SaaS产业发展存在的问题 60

一、中国SaaS市场发展的制约因素 60

二、SaaS产业发展面临的主要挑战分析 61

三、SaaS市场存在的三大难题 66

四、中国SaaS产业安全问题亟待解决 69

五、SaaS亟待增强产品功能性 凸显行业特性 72

第五节 SaaS产业发展的对策分析 74

一、国内SaaS市场发展的建议 74

二、SaaS发展打造本土化特色是关键 76

三、中国SaaS健康发展需要构建完善的诚信机制 78

四、中国SaaS市场快速壮大的对策 78

五、企业部署SaaS更需要相关政策支持 79

六、SaaS产业应注重“以人为本” 82

第三章 管理型SaaS市场分析 84

第一节 企业管理类SaaS发展历程 84

一、概念传播阶段 84

二、萌芽阶段 84

三、初级阶段 84

第二节 管理型SaaS市场发展概况 85

一、管理型SaaS与工具型SaaS渐趋融合 85

二、管理型SaaS给企业带来的利好 85

三、管理型SaaS市场逐渐受到企业重视 88

四、我国管理型SaaS应用成交率大幅上升 88

五、传统管理软件厂商的SaaS用户规模将快速增长 90

六、2013年SaaS管理软件市场回顾 91

七、管理型SaaS的个性化发展透析 94

第三节 管理型SaaS市场成功的要点解析 96

一、SaaS厂商需具备的能力剖析 96

二、企业运用互联网的能力 96

三、构建创新商业模式能力 97

四、全程客户服务能力 97

第四节 管理型saas市场前景及发展趋势 97

一、管理型SaaS：创新仍是未来发展方向 97

二、本土化优势渐显 国产管理类SaaS软件的崛起 99

三、渠道将成为管理型SaaS企业制胜法宝 102

第四章 SaaS市场的厂商与用户分析 105

第一节 SaaS市场的厂商发展动态 105

一、国外大型SaaS企业积极抢攻中国市场 105

二、国内SaaS行业企业格局分析 106

三、中国SaaS市场的两大阵营简析 107

四、国内主流SaaS企业及其产品评析 109

五、我国SaaS厂商积极构筑战略联盟 112

第二节 2012年SaaS用户的使用状况分析 113

一、用户对SaaS的认知情况 113

二、SaaS规模大增 用户接受度提升 114

三、企业SaaS应用计划分析 115

四、OA类SaaS应用受用户重视 116

第三节 2013年SaaS用户的使用情况透析 118

一、用户了解程度 118

二、数据安全问题受关注 119

三、服务的方便性受企业青睐 120

四、降低成本是企业考虑的重要因素 120

第四节 2014年SaaS市场厂商动态 121

一、2014年最大SaaS服务商浮出水面运营服务成关键 121

二、SaaS厂商走向“混合型”谁将成为领头羊 122

第五章 中国SaaS的市场应用分析 124

第一节 SaaS在中小企业的应用情况 124

一、SaaS帮助中小企业摆脱在线管理困境 124

二、中小企业全面普及SaaS尚待时日 124

三、中小企业选择SaaS的注意事项 126

四、中小企业实施SaaS模式面临的挑战及策略 129

五、多数中小企业将应用SaaS模式 131

第二节 SaaS在邮件领域的应用分析 133

- 一、SaaS对传统邮件市场影响颇深 133
- 二、SaaS技术升温 电子邮件领域掀并购潮 134
- 三、SaaS在反垃圾邮件中应用效果突出 135
- 四、SaaS的邮件归档功能突出应用前景光明 136
- 五、2014年邮件系统20%转向SaaS 137

第三节 SaaS在电子政务领域的应用综述 139

- 一、电子政务领域SaaS发展的机会 139
- 二、SaaS模式在电子政务中应用特点透析 141
- 三、SaaS在电子政务中的具体应用情况 142
- 四、SaaS在电子政务领域的应用潜力探析 147
- 五、电子政务应用SaaS模式的风险与管控 148

第四节 SaaS模式的其他应用分析 150

- 一、零售企业对SaaS的需求及应用风险探析 150
- 二、SaaS模式下视频会议租用成市场新趋向 152
- 三、SaaS模式下视频会议遭遇的阻碍 153

第五节 SaaS模式的应用个案及方向透析 154

- 一、全程电子商务管理 154
- 二、CRM客户关系管理 155
- 三、SCM供应链管理 155
- 四、节省通讯成本 155

第六章 SaaS的市场运营分析 156

第一节 SaaS产业的基本运营模式剖析 156

- 一、中国SaaS产业有两种主导运营模式 156
- 二、以自身产品为核心应用的模式浅析 157
- 三、以在线软件服务的第三方平台模式介绍 158

第二节 摆脱ASP模式困境SaaS需解决的难题 158

- 一、SaaS业务模式的深入解析 158
- 二、服务提供商的公信力是首要挑战 159
- 三、应用连续性与数据安全性成为重要 160
- 四、盈利模式和营销方式的突破 160

第三节 SaaS模式的运营风险及安全策略分析 161

一、SaaS模式面临的主要风险因素	161
二、SaaS系统的风险主体探讨	163
三、透析SaaS系统存在的安全隐患	164
四、SaaS系统的风险规避措施探究	165
第四节 SaaS的营销策略探讨	166
一、SaaS市场营销的三大建议	166
二、SaaS的渠道建设方案透析	168
三、SaaS的市场推广模式探索	169
四、SaaS的品牌推广策略思考	171
第七章 国外重点企业分析	173
第一节 微软	173
一、企业简介	173
二、微软的SaaS应用平台分析	173
三、微软SaaS的中国市场战略解读	174
第二节 Google	176
一、企业简介	176
二、Google积极抢攻SaaS市场	176
三、Google进军SaaS市场面临的挑战	177
第三节 NetSuite	178
一、企业简介	178
二、NetSuite瞄准中国SaaS市场蓄势待发	180
三、2012年Net Suite在日本地区推出SaaS新品	182
四、2014年NetSuite携手简柏特共促业务流程管理现代化改造	183
第四节 Salesforce.com	184
一、企业简介	184
二、Salesforce的SaaS业务成功的秘诀	185
三、Salesforce在中国SaaS市场发展概况	185
四、Salesforce.com 亚太客户2014会计年度增长36%	187
第八章 国内重点企业分析	189
第一节 阿里软件	189
一、企业简介	189
二、2013年阿里软件在南京创建SaaS服务中心	190

三、阿里软件平台关闭：SaaS的穷途末路？ 191

第二节 金蝶 193

一、企业简介 193

二、金蝶友商网大肆发力国内SaaS市场 194

三、金蝶SaaS发展的成效与问题 195

四、2014年金蝶友商网锁定小企业的SaaS服务 196

第三节 用友 197

一、企业简介 197

二、2012年用友正式进军SaaS市场 198

三、用友SaaS的草根思维 199

四、2014年用友收购尚南 正式进军BI领域 202

五、2014年用友携手IBM 占位管理软件“云计算” 203

第四节 八百客 206

一、企业简介 206

二、2013年八百客成功融资 206

三、中国SaaS市场八百客居领导地位 211

四、2014年八百客欲打造中国SaaS第一品牌 213

第五节 铭万 215

一、企业简介 215

二、SaaS市场竞争激烈铭万抢占先机 216

三、2012年铭万、联想携手开创中小企业信息化全新服务模式 217

四、2013年铭万公司荣膺国内顶级SAAS专家顾问团 218

第九章 2014-2020年SaaS市场发展前景及趋势预测 219

第一节 世界SaaS市场发展前景展望 219

一、2014年亚太区75%的机构将增加SaaS投资 219

二、全球SaaS未来发展方向探析 220

三、2014年SaaS服务将成全球电子商务发展主流 222

第二节 中国SaaS市场发展前景及趋势 223

一、未来中国SaaS市场发展前景展望 223

二、2014年SaaS市场预测 224

三、2014年中国SaaS市场规模预测 225

四、未来三年 SaaS产业发展分水岭将现 227

五、未来十年内传统软件业与SAAS仍将并存 230

图表目录

图表：SaaS成熟模型 11

图表：2012-2013年企业应用软件市场SaaS分市场销售收入及预测 18

图表：日本SaaS应用较高的领域 20

图表：日本协作 / 通信领域系统应用形态 21

图表：日本SaaS实施现状的年度变化 21

图表：日本用户对SaaS应用迟疑的主要原因及对策 23

图表：中国软件运营服务市场规模状况 24

图表：SaaS市场区域分布情况 24

图表：中国软件营运服务市场（工具型与管理型）规模 25

图表：制造、服务和流通是软件运营服务(SaaS)的主要应用行业 30

图表：软件运营服务(SaaS)的应用行业 31

图表：2004-2012年软件运营服务用户续费率情况 33

图表：2004-2012年软件运营服务用户流失原因 34

图表：2006年-2012年软件运营服务(SaaS)市场规模状况 40

图表：2012-2014年中国SaaS市场规模 57

图表：中小企业对于SaaS相关的付费增值服务的接受度 59

图表：管理型SaaS为中小型企业带来的变化 86

图表：2005-2012年管理型SaaS应用成交率 89

图表：成功SaaS厂商需具备的关键能力要素 96

图表：2012年第四季度SaaS管理软件市场厂商收入分析 115

图表：用户对SaaS运营商的体验数据 117

图表：2013年SaaS用户了解情况调查 118

图表：公司未曾应用SaaS产品原因调查 119

图表：按照模式划分SaaS运营产业链分析 156

图表：SaaS营销模式 161

图表：阿里软件互联平台价值链 190

图表：中国云服务供应商名单 212

图表：中国中小企业协会服务机构评级体系榜单 213

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103133.html>