

# 中国SAAS (软件运营服务)市 场营运局势与战略前景预测报告（2011-2015年）

## 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

《中国SAAS(软件运营服务)市场营运局势与战略前景预测报告(2011-2015年)》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/201101/60795.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

### 第一章 SAAS（软件运营服务）的相关概述

#### 1.1 SAAS的定义及分类

##### 1.1.1 SaaS的概念解析

##### 1.1.2 SaaS的分类情况

##### 1.1.3 SaaS的生态系统构成

##### 1.1.4 SaaS发展的演进历程

#### 1.2 SAAS的特性与作用

##### 1.2.1 SaaS服务的主要特征

##### 1.2.2 SaaS模式的作用分析

##### 1.2.3 SaaS模式与传统许可模式的比较浅析

##### 1.2.4 SaaS的客户价值透析

##### 1.2.5 SaaS的应用领域广泛

#### 1.3 SAAS与ASP的区别与联系

##### 1.3.1 ASP的基本介绍

##### 1.3.2 SaaS相关概念的区别解析

##### 1.3.3 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

#### 2.1 2010年全球SAAS产业的发展概况

##### 2.1.1 国外SaaS产业发展状况及特征分析

##### 2.1.2 世界SaaS市场需求与提供商分析

##### 2.1.3 全球SaaS市场规模透析

##### 2.1.4 欧美地区SaaS型CRM渐成市场主导

##### 2.1.5 日本SaaS市场投资趋势解析

#### 2.2 2010年中国SAAS产业总体发展综述

##### 2.2.1 我国SaaS市场发展的基本情况

##### 2.2.2 国内SaaS市场发展的新特点

##### 2.2.3 企业对SaaS的需求状况分析

#### 2.3 2010年中国SAAS产业发展存在的问题分析

##### 2.3.1 中国SaaS市场发展的制约因素

- 2.3.2 SaaS产业发展面临的主要挑战分析
- 2.3.3 SaaS市场存在的两大难题
- 2.3.4 中国SaaS产业安全问题亟待解决
- 2.3.5 国内SaaS产业发展遭遇三大瓶颈
- 2.4 2010年中国SAAS产业发展的对策分析
  - 2.4.1 国内SaaS市场发展的建议
  - 2.4.2 健全的安全运营体系是SaaS发展的关键
  - 2.4.3 中国SaaS健康发展需要构建完善的诚信机制
  - 2.4.4 中国SaaS厂商快速壮大的对策
  - 2.4.5 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

- 3.1 企业管理类SAAS发展历程
  - 3.1.1 萌芽阶段
  - 3.1.2 调整阶段
  - 3.1.3 稳步发展阶段
- 3.2 2010年中国管理型SAAS市场发展概况
  - 3.2.1 管理型SaaS与工具型SaaS渐趋融合
  - 3.2.2 管理型SaaS给企业带来的利好
  - 3.2.3 管理型SaaS市场逐渐受到企业重视
  - 3.2.4 我国管理型SaaS应用成交率大幅上升
  - 3.2.5 渠道将成为管理型SaaS企业制胜法宝
  - 3.2.6 管理型SaaS的个性化发展透析
- 3.3 2009年中国管理型SAAS市场的发展回顾
  - 3.3.1 2009年第2季度管理型SaaS市场发展状况
  - 3.3.2 2009年第3季度管理型SaaS市场发展状况
  - 3.3.3 2009年第4季度管理型SaaS市场发展简况
- 3.4 2010年中国管理型SAAS市场成功的要点解析
  - 3.4.1 SaaS厂商需具备的能力剖析
  - 3.4.2 企业运用互联网的能力
  - 3.4.3 构建创新商业模式能力
  - 3.4.4 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

### 4.1 2010年中国SAAS市场的厂商发展动态

#### 4.1.1 国外大型SaaS企业积极抢攻中国市场

#### 4.1.2 国内SaaS行业显现“羊群效应”;

#### 4.1.3 中国主流SaaS运营商市场份额

#### 4.1.4 国内主流SaaS企业及其产品评析

#### 4.1.5 我国SaaS厂商积极构筑战略联盟

### 4.2 2008年SAAS用户的使用状况分析

#### 4.2.1 用户对SaaS的认知情况

#### 4.2.2 用户最看重的SaaS功效

#### 4.2.3 企业SaaS应用计划分析

#### 4.2.4 OA类SaaS应用受用户重视

### 4.3 2009年SAAS用户的使用情况透析

#### 4.3.1 数据安全问题受关注

#### 4.3.2 服务的方便性受企业青睐

#### 4.3.3 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

### 5.1 SAAS在中小企业的应用情况

#### 5.1.1 SaaS帮助中小企业摆脱在线管理困境

#### 5.1.2 中小企业全面普及SaaS尚待时日

#### 5.1.3 中小企业选择SaaS的注意事项

#### 5.1.4 中小企业实施SaaS模式面临的挑战及策略

#### 5.1.5 多数中小企业将应用SaaS模式

### 5.2 SAAS在邮件领域的应用分析

#### 5.2.1 SaaS对传统邮件市场影响颇深

#### 5.2.2 SaaS在反垃圾邮件中应用效果突出

#### 5.2.3 SaaS的邮件归档功能突出应用前景光明

### 5.3 SAAS在电子政务领域的应用综述

#### 5.3.1 电子政务领域SaaS发展的机会

#### 5.3.2 SaaS模式在电子政务中应用特点透析

#### 5.3.3 SaaS在电子政务中的具体应用情况

- 5.3.4 SaaS在电子政务领域的应用潜力探析
- 5.4 SAAS模式的其他应用分析
  - 5.4.1 零售企业对SaaS的需求及应用风险探析
  - 5.4.2 SaaS模式下视频会议租用成市场新趋向
  - 5.4.3 SaaS模式下视频会议遭遇的阻碍
- 5.5 SAAS模式的应用案例及方向透析
  - 5.5.1 全程电子商务管理
  - 5.5.2 CRM客户关系管理
  - 5.5.3 SCM供应链管理
  - 5.5.4 节省通讯成本
- 5.6 SAAS模式的企业应用个案解析
  - 5.6.1 博思格集团
  - 5.6.2 济南创弈工场科技
  - 5.6.3 安吉汽车俱乐部

## 第六章 2010年中国SAAS的市场运营局势分析

- 6.1 2010年中国SAAS产业的基本运营模式剖析
  - 6.1.1 中国SaaS产业有两种主导运营模式
  - 6.1.2 以自身产品为核心应用的模式浅析
  - 6.1.3 以在线软件服务的第三方平台模式介绍
- 6.2 中国摆脱ASP模式困境SAAS需解决的难题
  - 6.2.1 SaaS业务模式的深入解析
  - 6.2.2 服务提供商的公信力是首要挑战
  - 6.2.3 应用连续性与数据安全性成为重点
  - 6.2.4 盈利模式和营销方式的突破
- 6.3 2010年中国SAAS模式的运营风险及安全策略分析
  - 6.3.1 SaaS模式面临的主要风险因素
  - 6.3.2 SaaS系统的风险主体探讨
  - 6.3.3 透析SaaS系统存在的安全隐患
  - 6.3.4 SaaS系统的风险规避措施探究
- 6.4 2010年中国SAAS的营销策略探讨
  - 6.4.1 SaaS市场营销的三大建议

- 6.4.2 SaaS的渠道建设方案透析
- 6.4.3 SaaS的市场推广模式探索
- 6.4.4 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

### 7.1 微软

- 7.1.1 企业简介
- 7.1.2 微软公司多方位开拓SaaS市场
- 7.1.3 微软SaaS的中国市场战略解读

### 7.2 GOOGLE

- 7.2.1 企业简介
- 7.2.2 Google进军SaaS市场挑战微软
- 7.2.3 Google进军SaaS市场面临的问题

### 7.3 NET SUITE

- 7.3.1 企业简介
- 7.3.2 Net Suite公司的主要产品介绍
- 7.3.3 Net Suite瞄准中国SaaS市场蓄势待发
- 7.3.4 Net Suite在日本地区推出SaaS新品

### 7.4 SALESFORCE.COM

- 7.4.1 企业简介
- 7.4.2 Salesforce的产品及用户规模
- 7.4.3 Salesforce的SaaS业务成功的秘诀
- 7.4.4 Salesforce在中国SaaS市场发展概况

## 第八章 2010年国内SaaS重点企业营运况势分析

### 8.1 阿里软件

- 8.1.1 企业简介
- 8.1.2 阿里软件的主要产品线介绍
- 8.1.3 阿里软件SaaS的发展道路解析
- 8.1.4 阿里软件在南京创建SaaS服务中心

### 8.2 金蝶

- 8.2.1 企业简介

- 8.2.2 金蝶友商网产品介绍
- 8.2.3 金蝶友商网大肆发力国内SaaS市场
- 8.2.4 金蝶SaaS发展的成效与问题
- 8.3 用友
  - 8.3.1 企业简介
  - 8.3.2 用友正式进军SaaS市场
  - 8.3.3 2010年用友融合SaaS等业务打造全程电子商务
- 8.4 八百客
  - 8.4.1 企业简介
  - 8.4.2 八百客SaaS产品特点及收费模式
  - 8.4.3 八百客SaaS业务发展历程
  - 8.4.4 2010年八百客SaaS市场发展策略
- 8.5 铭万
  - 8.5.1 企业简介
  - 8.5.2 铭万SaaS产品线及用户规模分析
  - 8.5.3 SaaS市场竞争激烈铭万抢占先机
  - 8.5.4 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

- 9.1 2011-2015年世界SAAS市场发展前景展望
  - 9.1.1 全球SaaS市场发展迎来黄金时期
  - 9.1.2 全球SaaS未来发展方向探析
  - 9.1.3 SaaS服务将成全球电子商务发展主流
- 9.2 2011-2015年中国SAAS市场发展前景及趋势
  - 9.2.1 未来中国SaaS市场发展前景展望
  - 9.2.2 中国SaaS市场规模预测
  - 9.2.3 SaaS市场前景广阔渐受资本青睐
  - 9.2.4 未来SaaS对中国传统软件行业的影响透析

图表目录：

图表：SaaS发展的三个阶段

图表：全球前十大软件按需定制（Software On Demand）企业营业规模与市场



图表：2008-2010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：2006-2010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：2005-2007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/201101/60795.html>