

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

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：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/201101/60795.html>