

2015-2020年中国客户关系系统市场监测及战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国客户关系系统市场监测及战略咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/174639.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

客户关系系统，英文名RUNWELL-CRM，是以"客户关系管理"作为CRM的系统，设计过程中贯彻CRM的精神，开发出功能强大，使用简单，设计灵活，性价比高，紧贴企业发展的真正CRM。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章客户关系系统市场宏观环境分析18

第一节国内宏观经济环境 18

一、2014-2015年GDP历史变动轨迹 18

二、2014-2015年固定资产投资历史变动轨迹19

三、2014-2015年进出口贸易历史变动轨迹 20

四、2015-2021年我国宏观经济发展预测21

第二节客户关系系统产业政策 24

一、客户关系系统产业“十三五”发展规划 24

二、产业发展鼓励政策 39

三、相关税收政策 40

四、相关投资政策 41

第三节客户关系系统市场发展波特五力模型 43

一、市场内竞争 43

二、买方议价能力 44

三、卖方议价能力 44

四、进入威胁 45

五、替代威胁 46

第四节客户关系系统市场发展影响因素 47

第五节2015-2021年我国客户关系系统市场发展趋势47

第二章全国客户关系系统市场整体运行情况分析49

第一节2014-2015年中国客户关系系统市场基本情况49

一、2014-2015年中国客户关系系统市场发展现状49

二、2014-2015年客户关系系统市场总体运行情况50

三、2014-2015年中国客户关系系统市场资产及负债状况 50

四、2014-2015年中国客户关系系统市场销售及利润状况 50

五、2014-2015年中国客户关系系统市场成本费用构成情况51

第二节2014-2015年中国客户关系系统市场偿债能力分析	52
第三节2014-2015年中国客户关系系统市场盈利能力分析	52
第三章中国客户关系系统市场供给分析	53
第一节2014-2015年客户关系系统市场总产量分析	53
第二节2014-2015年客户关系系统市场产能过剩情况分析	54
第三节2014-2015年客户关系系统市场产销率与产品库存分析	55
第四节2014-2015年客户关系系统市场生产成本变动分析	56
第五节2015-2021年我国客户关系系统市场产量预测	56
第四章中国客户关系系统市场需求分析	57
第一节2014-2015年客户关系系统市场总消费量分析	57
第二节2014-2015年客户关系系统市场消费特点与消费趋势分析	57
第三节2014-2015年客户关系系统市场供需错位情况分析	59
第四节2014-2015年客户关系系统市场需求满足率与潜在需求量分析	60
一、2014-2015年客户关系系统市场满足率分析	60
二、2014-2015年客户关系系统市场潜在需求量分析	60
第五节2014-2015年客户关系系统市场市场价格变动分析	61
第六节2015-2021年我国客户关系系统市场消费量预测	61
第五章中国客户关系系统市场供需状况分析	62
第一节2014-2015年客户关系系统市场供需状况	62
一、2014-2015年客户关系系统供给状况	62
二、2014-2015年客户关系系统需求状况	62
三、2014-2015年客户关系系统供需缺口分析	63
第二节2015-2021年我国客户关系系统供给变化趋势预测	64
第三节2015-2021年我国客户关系系统需求变化趋势预测	65
第四节2015-2021年我国客户关系系统供需缺口变化趋势预测	66
第五节客户关系系统市场供需主要影响因素	66
第六章中国客户关系系统市场价格行情分析	68
第一节2014-2015年客户关系系统市场平均价格走势分析	68
第二节2014-2015年客户关系系统市场价格走势分析	68
第三节价格形成机制分析	69
第四节2015-2021年我国客户关系系统市场价格走势预测	69
第七章中国客户关系系统市场进出口分析	70
第一节2014-2015年客户关系系统市场国际贸易市场分析	70
第二节2014-2015年客户关系系统市场进出口量分析	70
第三节2014-2015年国内外进出口相关政策分析	71

第四节2014-2015年客户关系系统市场进出口特点分析 74

第五节2015-2021年我国客户关系系统市场进出口预测 74

第八章中国客户关系系统市场区域市场分析75

第一节2014-2015年我国不同地区产品生产分析75

第二节2014-2015年我国不同地区产品消费分析76

第三节2014-2015年我国主要城市产品市场价格分析76

第四节2014-2015年我国不同地区产品竞争程度分析77

第五节2014-2015年我国不同地区产品供需走势分析77

第六节2015-2021年我国不同地区产品发展预测78

第九章2014-2015年客户关系系统市场区域市场运行情况分析79

第一节2014-2015年华东地区客户关系系统市场运行情况分析79

一、市场规模 79

二、成长性 79

三、经营能力 79

四、盈利能力 79

五、偿债能力 80

第二节2014-2015年中南地区客户关系系统市场运行情况分析81

一、市场规模 81

二、成长性 81

三、经营能力 81

四、盈利能力 81

五、偿债能力 82

第三节2014-2015年华北地区客户关系系统市场运行情况分析83

一、市场规模 83

二、成长性 83

三、经营能力 83

四、盈利能力 83

五、偿债能力 84

第四节2014-2015年东北地区客户关系系统市场运行情况分析85

一、市场规模 85

二、成长性 85

三、经营能力 85

四、盈利能力 85

五、偿债能力 86

第五节2014-2015年西北地区客户关系系统市场运行情况分析87

一、市场规模 87

二、成长性 87

三、经营能力 87

四、盈利能力 87

五、偿债能力 88

第六节2014-2015年西南地区客户关系系统市场运行情况分析89

一、市场规模 89

二、成长性 89

三、经营能力 89

四、盈利能力 89

五、偿债能力 90

第十章中国客户关系系统市场竞争格局分析91

第一节2014-2015年国内外主要市场企业分析 91

第二节客户关系系统市场历史竞争格局综述 92

一、市场集中度分析 92

二、市场竞争程度 92

第三节客户关系系统市场企业竞争状况分析 94

一、领导企业的市场力量 94

二、其他企业的竞争力 95

第四节市场代表性企业经营发展模式分析 96

第五节近期企业并购分析 98

第六节国内外企业发展的SWOT模型分析 99

第七节2015-2021年客户关系系统市场竞争格局展望100

一、市场集中度展望 100

二、市场竞争格局对产品价格的影响展望 100

三、产品竞争格局有所改变 101

第十一章中国客户关系系统市场产品技术发展分析103

第一节我国客户关系系统技术发展现状 103

第二节我国客户关系系统产品技术成熟度分析 106

第三节中外客户关系系统技术差距及产生差距的主要原因分析 106

第四节我国客户关系系统技术发展对策及建议 108

第五节我国客户关系系统产品研发、设计发展趋势分析 115

第十二章中国客户关系系统市场产品营销分析 118

第一节客户关系系统市场国内营销模式分析 118

第二节客户关系系统市场主要销售渠道分析 121

第三节客户关系系统市场广告与促销方式分析 121

第四节客户关系系统市场价格竞争方式分析 122

第五节客户关系系统市场国际化营销模式分析 123

第十三章中国客户关系系统市场消费者偏好调查 126

第一节客户关系系统市场产品目标客户群体调查 126

一、不同收入水平消费者偏好调查 126

二、不同年龄的消费者偏好调查 126

三、不同地区的消费者偏好调查 127

第二节客户关系系统市场产品的品牌市场调查 128

一、消费者对市场品牌认知度宏观调查 128

二、消费者对市场产品的品牌偏好调查 128

三、消费者对市场品牌的首要认知渠道 128

四、消费者经常购买的品牌调查 128

五、客户关系系统市场品牌忠诚度调查 128

六、客户关系系统市场品牌市场占有率调查 129

七、消费者的消费理念调研 129

第三节不同客户购买相关的态度及影响分析 130

一、价格敏感程度 130

二、品牌的影响 130

三、购买方便的影响 130

四、广告的影响程度 130

五、包装的影响程度 130

第十四章中国客户关系系统市场重点企业分析 131

第一节金蝶 131

一、企业基本情况 131

二、企业资产负债分析 131

三、企业成本费用分析 134

四、企业收入及利润分析 134

五、企业现金流分析 136

六、企业竞争优势分析 137

第二节用友 139

一、企业基本情况 139

二、企业资产负债分析 140

三、企业成本费用分析 145

四、企业收入及利润分析 146

五、企业现金流分析 147

六、企业竞争优势分析 153

第三节八百客 154

一、企业基本情况 154

二、企业资产负债分析 154

三、企业成本费用分析 155

四、企业收入及利润分析 155

五、企业现金流分析 155

六、企业竞争优势分析 155

第四节创智 157

一、企业基本情况 157

二、企业资产负债分析 157

三、企业成本费用分析 162

四、企业收入及利润分析 164

五、企业现金流分析 164

六、企业竞争优势分析 169

第五节立友信 170

一、企业基本情况 170

二、企业资产负债分析 170

三、企业成本费用分析 171

四、企业收入及利润分析 171

五、企业现金流分析 171

六、企业竞争优势分析 171

第十五章2015-2021年客户关系系统市场发展趋势预测分析 173

第一节2014-2015年客户关系系统市场发展趋势与预测 173

一、当前客户关系系统市场的发展趋势 173

二、客户关系系统的研发趋势 175

三、2015-2021年针对客户关系系统产品市场预测176

第二节2015-2021年客户关系系统市场发展趋势与预测 179

一、未来客户关系系统市场发展方向预测 179

二、2015-2021年客户关系系统市场发展预测179

三、2015-2021年客户关系系统市场竞争预测180

第十六章中国客户关系系统市场投资风险分析 182

第一节2015-2021年客户关系系统市场投资机会182

一、2015-2021年客户关系系统市场主要产品投资机会182

二、2015-2021年客户关系系统市场主要出口投资机会186

三、2015-2021年客户关系系统企业的多元化投资机会186

第二节2015-2021年客户关系系统市场投资风险展望188

一、宏观调控风险 188

二、市场竞争风险 188

三、供需波动风险 190

四、技术风险 190

五、经营管理风险 191

六、其他风险 191

第十七章中国客户关系系统市场投资建议分析 192

第一节2015-2021年客户关系系统市场投资分析192

一、2015-2021年市场热点投资产品分析192

二、2015-2021年市场热点投资地域分析194

三、2015-2021年市场热点投资方式分析195

第二节2015-2021年客户关系系统经营战略建议196

第三节2015-2021年客户关系系统的资本运作模式 202

附图

图1.1-2014-2015年国内生产总值（亿元）分析18

图1.2-2014-2015年全社会固定资产投资及其增长速度 19

图1.3-2014-2015年货物进出口总额 21

图3.1-2014-2015年客户关系系统市场总产量分析 53

图3.2-2014-2015年客户关系系统市场产能过剩情况分析54

图3.3-2014-2015年客户关系系统市场产销率分析 55

图3.4-2015-2021年我国客户关系系统市场产量预测56

图4.1-2014-2015年客户关系系统市场总消费量分析57

图4.2-2014-2015年客户关系系统市场供需分析59

图4.3-2014-2015年客户关系系统市场满足率分析 60

图4.4-2014-2015年客户关系系统市场价格变动分析61

图4.5-2015-2021年我国客户关系系统市场消费量预测 61

图5.1-2014-2015年客户关系系统供给状况分析62

图5.2-2014-2015年客户关系系统需求状况分析62

图5.3-2015-2021年我国客户关系系统市场供给预测64

图5.4-2015-2021年我国客户关系系统市场供给增长率预测 64

图5.5-2015-2021年我国客户关系系统市场需求预测65

图5.6-2015-2021年我国客户关系系统市场需求增长率预测 65

图5.7-2015-2021年我国客户关系系统供需缺口变化趋势预测66
图6.1-2014-2015年客户关系系统市场平均价格走势分析68
图6.2-2015-2021年我国客户关系系统市场价格走势预测69
图7.1-2009-2015年中国客户关系系统进出口量统计分析70
图7.2-2015-2021年我国客户关系系统市场进出口预测 74
图8.1-2014-2015年客户关系系统不同地区产品生产分析75
图8.2-2014-2015年客户关系系统不同地区产品消费分析76
图8.3-2014-2015年客户关系系统主要城市市场平均价格走势分析76
图8.4-2014-2015年客户关系系统不同地区产品供给走势分析77
图8.5-2014-2015年客户关系系统不同地区产品消费需求走势分析78
图10.1-2014-2015年世界客户关系系统行业品牌市场份额91
图10.2-中国客户关系系统行业品牌格局 94
图13.1-CRM行业销售市场不同规模企业所占比例126
图13.2-CRM行业销售市场不同行业企业所占比例126
图13.3-CRM行业销售市场不同地区企业所占比例127
图13.4-下游行业对CRM产品认知度调查 128

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/174639.html>