

2016-2022年中国SAAS市场深度调查及投资方向 研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2016-2022年中国SAAS市场深度调查及投资方向研究报告》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/286588.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

IaaS市场仍然不断成长，但净利润增速下滑不可避免。由于IT基础设施和大部分应用的历史使命是成为普及性社会基础服务，即成为日用品，也将从企业的核心竞争力变成标准配置，因此终将面对价格压力与利润下滑的考验。换句话说，Amazon Web Services和Rackspace虽然在云计算的风潮兴起之初，便已占有一席之地，但从长远来讲，IaaS业务很难再创辉煌。

2010-2016年全球IaaS市场净利润

IaaS市场格局基本已定，后来者居上可能性很小。由于IaaS市场具有规模效应，提前占位的厂商早已奠定了技术和市场优势，当市场份额超过50%后，后来者若想在同样的技术格局下超越巨头必须付出巨大代价，并且即使出现了颠覆从盈利角度看意义已经不大。我国IaaS公有云市场份额已经被互联网巨头阿里、金山、Ucloud等瓜分完毕，技术、资金、资源实力雄厚并且竞争激烈，新进者胜算极小。

2015年IaaS市场份额

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。

报告目录：

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

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 SaaS产业发展分析

第一节 全球SaaS产业的发展概况

- 一、SaaS发展的演进历程
- 二、国外SaaS产业发展状况及特征分析
- 三、世界SaaS市场需求与提供商分析
- 四、全球SaaS市场将增长情况
- 五、日本SaaS市场投资趋势解析

第二节 中国SaaS产业总体发展综述

一、我国SaaS市场发展的基本情况

我国企业级SaaS在整个SaaS市场占比也将持续扩大。我国SaaS市场中，消费级市场占绝对主流，但企业级市场份额正呈现上升趋势。在消费级SaaS应用已经日益普及的条件下，企业对SaaS应用的认可度、接受度在不断提高，同时由于企业优化自身运营的过程中对效率、成本的要求不断提高，客观上也推动了企业级SaaS市场的发展。

我国2014、2015年消费级SaaS和企业级SaaS市场份额

- 二、中国SaaS市场集中度正在扩大
- 三、我国SaaS市场发展的趋势浅析
- 四、SaaS市场理性回归 用户认知度逐步提升
- 五、企业对SaaS的需求状况分析

第三节 2015年中国SaaS市场发展现状

- 一、2014年SaaS市场发展回顾
- 二、2015年SaaS市场发展分析
- 三、我国SaaS市场竞争全面升级
- 四、SaaS市场渠道：多赢局面
- 五、SaaS模式对传统软件行业发起猛烈冲击
- 六、SaaS发展突破年
- 七、面向行业进行功能整合成为SaaS突破点
- 八、SaaS竞争更激烈，用户更成熟

第四节 SaaS产业发展存在的问题

- 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市场存在的三大难题

四、中国SaaS产业安全问题亟待解决

五、SaaS亟待增强产品功能性 凸显行业特性

第五节 SaaS产业发展的对策分析

一、国内SaaS市场发展的建议

二、SaaS发展打造本土化特色是关键

三、中国SaaS健康发展需要构建完善的诚信机制

四、中国SaaS市场快速壮大的对策

五、企业部署SaaS更需要相关政策支持

六、SaaS产业应注重“以人为本”

第三章 管理型SaaS市场分析

第一节 企业管理类SaaS发展历程

一、概念传播阶段

二、萌芽阶段

三、初级阶段

第二节 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、传统管理软件厂商的SaaS用户规模将快速增长

六、2015年SaaS管理软件市场分析

七、管理型SaaS的个性化发展透析

第三节 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

第四节 管理型saas市场前景及发展趋势

一、管理型SaaS：创新仍是未来发展方向

二、本土化优势渐显 国产管理类SaaS软件的崛起

三、渠道将成为管理型SaaS企业制胜法宝

第四章 SaaS市场的厂商与用户分析

第一节 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行业企业格局分析
- 三、中国SaaS市场的两大阵营简析
- 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 SaaS用户的使用状况分析

- 一、用户对SaaS的认知情况
- 二、SaaS规模大增 用户接受度提升
- 三、企业SaaS应用计划分析
- 四、OA类SaaS应用受用户重视

第三节 2015年SaaS用户的使用情况透析

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

第四节 2015年SaaS市场厂商动态

- 一、最大SaaS服务商浮出水面运营服务成关键
- 二、SaaS厂商走向“混合型”谁将成为领头羊

第五章 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技术升温 电子邮件领域掀并购潮
- 三、SaaS在反垃圾邮件中应用效果突出
- 四、SaaS的邮件归档功能突出应用前景光明
- 五、邮件系统20%转向SaaS

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
- 五、电子政务应用SaaS模式的风险与管控

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模式的应用个案及方向透析

- 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

第六章 SaaS的市场运营分析

第一节 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 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要
- 四、盈利模式和营销方式的突破

第三节 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 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 国外重点企业分析

第一节 微软

一、企业简介

二、微软的SaaS应用平台分析

三、微软SaaS的中国市场战略解读

第二节 Google

一、企业简介

二、Google积极抢攻SaaS市场

三、Google进军SaaS市场面临的挑战

第三节 NetSuite

一、企业简介

二、NetSuite瞄准中国SaaS市场蓄势待发

三、Net Suite在日本地区推出SaaS新品

四、NetSuite携手简柏特共促业务流程管理现代化改造

第四节 Salesforce.com

一、企业简介

二、Salesforce的SaaS业务成功的秘诀

三、Salesforce在中国SaaS市场发展概况

四、Salesforce.com 亚太客户2015会计年度增长情况

第八章 国内重点企业分析

第一节 阿里软件

一、企业简介

二、阿里软件在南京创建SaaS服务中心

三、阿里软件平台关闭：SaaS的穷途末路？

第二节 金蝶

一、企业简介

二、金蝶友商网大肆发力国内SaaS市场

三、金蝶SaaS发展的成效与问题

四、金蝶友商网锁定小企业的SaaS服务

第三节 用友

一、企业简介

二、用友正式进军SaaS市场

三、用友SaaS的草根思维

四、用友收购尚南 正式进军BI领域

五、用友携手IBM 占位管理软件“云计算”

第四节 八百客

一、企业简介

二、八百客成功融资

三、中国SaaS市场八百客居领导地位

四、八百客欲打造中国SaaS第一品牌

第五节 铭万

一、企业简介

二、SaaS市场竞争激烈铭万抢占先机

三、铭万、联想携手开创中小企业信息化全新服务模式

四、铭万公司荣膺国内顶级SAAS专家顾问团

第九章 2016-2022年SaaS市场发展前景及趋势预测

第一节 世界SaaS市场发展前景展望

一、亚太区75%的机构将增加SaaS投资

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 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、2016年SaaS市场预测

三、2016年中国SaaS市场规模预测

四、未来三年 SaaS产业发展分水岭将现

五、未来十年内传统软件业与SAAS仍将并存

图表目录：

图表：SaaS成熟模型

图表：2013-2015年企业应用软件市场SaaS分市场销售收入及预测

图表：日本SaaS应用较高的领域

图表：日本协作 / 通信领域系统应用形态

图表：日本SaaS实施现状的年度变化

图表：日本用户对SaaS应用迟疑的主要原因及对策

图表：中国软件运营服务市场规模状况

图表：SaaS市场区域分布情况

图表：中国软件营运服务市场（工具型与管理型）规模

图表：制造、服务和流通是软件运营服务(SaaS)的主要应用行业

图表：软件运营服务(SaaS)的应用行业

图表：2011-2015年软件运营服务用户续费率情况

图表：2011-2015年软件运营服务用户流失原因

图表：2011-2015年软件运营服务(SaaS)市场规模状况

图表：2014-2015年中国SaaS市场规模

图表：中小企业对于SaaS相关的付费增值服务的接受度

图表：管理型SaaS为中小型企业带来的变化

图表：2011-2015年管理型SaaS应用成交率

图表：成功SaaS厂商需具备的关键能力要素

图表：2015年SaaS管理软件市场厂商收入分析

图表：用户对SaaS运营商的体验数据

图表：2015年SaaS用户了解情况调查

图表：公司未曾应用SaaS产品原因调查

图表：按照模式划分SaaS运营产业链分析

图表：SaaS营销模式

图表：阿里软件互联平台价值链

图表：中国云服务供应商名单

图表：中国中小企业协会服务机构评级体系榜单

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/286588.html>