

2017-2023年中国CRM软件行业市场研究及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2023年中国CRM软件行业市场研究及发展前景预测报告》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/325106.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

CRM是一个不断加强与顾客交流，不断了解顾客需求，并不断对产品及服务进行改进和提高以满足顾客的需求的连续的过程。CRM注重的是与客户的交流，企业的经营是以客户为中心，而不是传统的以产品或以市场为中心。为方便与客户的沟通，CRM可以为客户提供多种交流的渠道。

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 CRM软件产品/行业基本概况16

第一节CRM软件定义16

一、产品定义16

二、产品分类16

三、产品用途16

第二节 CRM软件产业的发展生命周期判研 16

第三节 CRM软件产业链分析17

一、产业链模型介绍17

1、产业链定义17

2、产业链内涵18

3、产业链类型18

4、产业链模型19

二、CRM软件产业链模型分析20

第四节 我国CRM软件产业发展的“波特五力模型”分析17

一、“波特五力模型”介绍17

二、CRM软件产业环境的“波特五力模型”分析18

1、现有企业间竞争18

2、潜在进入者分析19

3、替代品威胁分析19

4、供应商议价能力19

5、客户议价能力19

第四节 我国CRM软件行业市场发展“SWOT”分析 19

一、“SWOT模型”介绍19

1、优势——机会（SO）战略19

- 2、优势——威胁（ST）战略20
- 3、弱点——机会（WO）战略20
- 4、弱点——威胁（WT）战略 20
- 二、CRM软件市场发展的“SWOT”分析 20
 - 1、行业发展强势分析 20
 - 2、行业发展弱势分析 20
 - 3、行业发展机会 20
 - 4、行业发威胁 20
- 第二章CRM软件行业宏观环境发展分析21
 - 第一节2013-2016年中国经济环境分析21
 - 一、2013-2016年宏观经济21
 - 二、2013-2016年工业形势24
 - 三、2013-2016年固定资产投资25
 - 第二节 2013-2016年中国CRM软件行业发展政策环境分析27
 - 一、行业政策影响分析27
 - 二、相关行业标准分析28
 - 第三节 2013-2016年中国CRM软件行业发展社会环境分析28
 - 一、2013-2016年居民消费水平分析28
 - 二、2013-2016年工业发展形势分析29
- 第三章 CRM软件行业生产环境分析30
 - 第一节 CRM软件行业总体规模30
 - 第二节 CRM软件产能概况31
 - 一、2013-2016年产能分析31
 - 二、2017-2023年产能预测32
 - 第三节 CRM软件市场容量发展分析32
 - 一、2013-2016年市场容量分析32
 - 二、2017-2023年市场容量预测34
 - 第三节 CRM软件产量发展及趋势预测35
 - 一、2013-2016年产量分析35
 - 二、2017-2023年产量预测36
- 第四章 CRM软件产品价格影响因素分析及价格趋势预测37
 - 第一节 国内产品价格影响因素分析37
 - 第二节 国内产品2011-2016年价格回顾38
 - 第三节 国内产品当前市场价格及评述38
 - 第四节 国内产品2017-2023年期间价格走势预测39

第五章CRM软件行业技术发展环境分析	40
第一节、产品工艺设备采购渠道分析	40
第二节 CRM软件产品国内外技术比较分析	41
一、2016年CRM软件产品技术变化特点	41
二、国外主要生产工艺	41
三、国内主要生产方法	42
第三节 CRM软件技术发展趋势预测	42
第六章 CRM软件产业供需发展环境分析	43
第一节 2013—2016年市场供需状况分析	43
一、2013—2016年CRM软件产量发展分析	43
二、2013—2016年CRM软件消费量发展分析	44
第二节 CRM软件的经销模式	44
一、CRM软件营销模式分析	44
二、CRM软件主要销售渠道分析	45
1、直效营销模式	45
2、分公司营销模式	47
3、代理营销模式	47
4、关联营销模式	48
三、CRM软件行业广告与促销方式分析	49
1、广告宣传策略	49
2、促销方式	51
四、CRM软件行业价格竞争方式分析	53
五、CRM软件行业国际化营销模式分析	54
六、CRM软件行业渠道策略分析	55
第三节 产品竞争策略分析	57
一、提高产品附加值	57
二、提升营销水平和品牌宣传	57
三、产品选择策略	58
四、销售竞争策略	58
第三节 中国CRM软件需求特点及地域分布分析	59
第四节 未来5年内中国CRM软件市场供需格局预测	60
一、供给预测	60
二、需求预测	60
三、供需格局趋势	61
第七章 CRM软件进出口市场分析	62

第一节 全球进出口市场价格互动机制研究62

第二节 代表性国家和地区进出口市场分析62

一、分国别进口概况62

二、分国别出口概况65

第三节 中国CRM软件行业历史进出口总量变化68

一、CRM软件行业近3年内进口总量变化68

二、CRM软件行业近3年内出口总量变化69

三、近三年内CRM软件进出口差量变动情况70

第四节 中国CRM软件行业历史进出口结构变化70

一、CRM软件行业当年内进口来源情况分析71

二、CRM软件行业当年内出口去向分析73

第五节 中国CRM软件行业进出口态势展望76

一、中国CRM软件进出口的主要影响因素分析76

二、CRM软件行业未来5年内中国进口预测分析77

三、CRM软件行业未来5年内中国出口态势展望78

第八章 CRM软件地区市场竞争分析79

第一节 中国CRM软件区域销售市场结构变化79

第二节 华北地区销售分析79

一、华北地区城市座标图示79

二、华北地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）80

三、2013—2016年华北地区CRM软件产业市场规模发展趋势分析 81

四、华北地区主要生产或代理厂商的联系方式82

第三节 华东地区销售分析83

一、华东地区城市座标图示83

二、华东地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）84

三、2013—2016年华东地区CRM软件产业市场规模发展趋势分析 85

四、华东地区主要生产或代理厂商的联系方式86

第四节 华南地区销售分析86

一、华南地区城市座标图示86

二、华南地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）87

三、2013—2016年华南地区CRM软件产业市场规模发展趋势分析 88

四、华南地区主要生产或代理厂商的联系方式89

第五节 西北地区销售分析89

一、西北地区城市座标图示89

二、西北地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）90

- 三、2013—2016年西北地区CRM软件产业市场规模发展趋势分析 91
- 四、西北地区主要生产或代理厂商的联系方式92
- 第六节 东北地区销售分析 93
 - 一、东北地区城市座标图示93
 - 二、东北地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）94
 - 三、2013—2016年东北地区CRM软件产业市场规模发展趋势分析 95
 - 四、东北地区主要生产或代理厂商的联系方式96
- 第七节 华中地区销售分析96
 - 一、华中地区城市座标图示96
 - 二、华中地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）97
 - 三、2013—2016年华中地区CRM软件产业市场规模发展趋势分析 98
 - 四、华中地区主要生产或代理厂商的联系方式99
- 第八节 西南地区销售分析99
 - 一、西南地区城市座标图示99
 - 二、西南地区用户/消费者偏好调查（技术、价格、售服等）100
 - 三、2013—2016年西南地区CRM软件产业市场规模发展趋势分析 101
 - 四、西南地区主要生产或代理厂商的联系方式102
- 第九章 CRM软件行业上下游产业链发展环境分析103
 - 第一节 CRM软件行业上游行业分析103
 - 一、主要原材料介绍103
 - 二、重点上游行业发展现状103
 - 三、重点上游行业发展趋势预测103
 - 四、行业新动态及其对CRM软件行业的影响104
 - 五、行业竞争状况及其对CRM软件行业的意义104
 - 第二节 CRM软件行业下游行业分析 105
 - 一、主要应用领域分析105
 - 二、主要下游行业发展现状105
 - 三、主要下游行业发展趋势预测105
 - 四、主要下游行业市场现状分析106
 - 五、行业新动态及其对CRM软件行业的影响107
 - 六、行业竞争状况及其对CRM软件行业的意义107
- 第十章 CRM软件特色生产及销售厂家分析108
 - 第一节 Turbo CRM信息科技有限公司108
 - 一、企业基本概况108
 - 二、近三年内企业经营与财务状况分析108

- 三、企业swot竞争分析 109
- 四、企业未来发展战略与规划109
- 第二节 SIEBEL中国办事处110
 - 一、企业基本概况110
 - 二、近三年内企业经营与财务状况分析 110
 - 三、企业swot竞争分析111
 - 四、企业未来发展战略与规划111
- 第三节 Oracle中国公司112
 - 一、企业基本概况112
 - 二、近三年内企业经营与财务状况分析112
 - 三、企业swot竞争分析113
 - 四、企业未来发展战略与规划113
- 第四节 东软软件股份有限公司 113
 - 一、企业基本概况113
 - 二、近三年内企业经营与财务状况分析 114
 - 三、企业swot竞争分析114
 - 四、企业未来发展战略与规划115
- 第五节 北京联成互动软件技术有限公司115
 - 一、企业基本概况115
 - 二、近三年内企业经营与财务状况分析116
 - 三、企业swot竞争分析117
 - 四、企业未来发展战略与规划117
- 第十一章 CRM软件产业政策及贸易预警118
 - 第一节 国内CRM软件行业税收政策分析118
 - 第二节 国内外环保规定118
 - 一、中国相关环保规定118
 - 二、国外相关环保规定118
 - 第三节 贸易预警 119
 - 一、可能涉及的倾销及反倾销119
 - 二、可能遭遇的贸易壁垒及技术壁垒119
 - 第四节 近期人民币汇率变化的影响119
 - 第五节 我国与主要市场贸易关系稳定性分析120
 - 一、美国120
 - 二、欧洲 120
 - 三、日本121

四、韩国121

五、大陆与台湾122

第十二章 CRM软件行业未来五年内投资趋势及投资风险分析123

第一节 2016年CRM软件行业投资情况分析123

一、2016年总体投资结构123

二、2016年投资规模情况123

三、2016年投资增速情况123

四、2016年分地区投资分析123

第二节 CRM软件行业投资机会分析124

一、CRM软件投资项目分析 124

二、可以投资的CRM软件模式125

三、2016年CRM软件投资机会125

四、2016年CRM软件投资新方向126

第三节2017-2023年中国CRM软件行业投资方向分析126

一、未来CRM软件投资方向分析126

二、未来CRM软件行业技术开发方向127

第四节 2017-2023年中国CRM软件行业投资风险分析127

一、经济环境风险分析127

二、产业政策环境风险分析128

三、市场竞争风险129

四、原材料压力风险分析 129

五、技术风险分析129

六、经营风险129

七、其他风险130

1、财务风险130

2、企业出口风险分析130

3、外资进入现状及对未来市场的威胁 130

第十三章 CRM软件行业未来五年内投资战略研究131

第一节2017-2023年中国CRM软件行业投资策略分析131

一、CRM软件行业投资策略131

二、CRM软件行业投资筹划策略 131

三、CRM软件行业品牌竞争战略132

第二节2017-2023年中国CRM软件行业“十二五”建设策略132

一、CRM软件行业发展规划132

二、CRM软件行业建设重点132

三、CRM软件行业优秀企业成功之道	132
第十四章CRM软件市场发展预测及行业项目投资建议	133
第一节 中国生产、营销企业投资运作模式分析	133
一、生产产品	133
二、代理该产品	133
第二节 外销与内销优势分析	134
一、生产要素	134
二、需求条件	134
三、支援与相关产业	135
第三节 CRM软件行业未来5年内中国市场规模及增长趋势	136
第四节 CRM软件行业未来5年内中国净投资规模预测	137
第五节 CRM软件行业未来5年内市场盈利预测	138
第六节CRM软件行业项目投资建议	139
一、投资营销模式	139
1、企业的国内营销模式建议	139
2、企业的海外营销模式建议	139
二、企业资本结构选择	140
三、企业战略选择	140
1、产品选择	140
2、销售竞争策略	140
3、专门的企业信息传播	141
4、一个明确的方向，产品结构和市场	141
四、CRM软件行业项目注意事项	142
1、产品技术应用注意事项	142
2、项目投资注意事项	143
3、产品生产开发注意事项	144
4、产品销售注意事项	145
图表目录：	
图表：CRM软件产业的发展生命周期判研	16
图表：产业链模型介绍	17
图表：“波特五力模型”介绍	17
图表：“SWOT模型”介绍	19
图表：2013-2016年GDP及增长变化图	21
图表：2013-2016年工业形势	24
图表：2013-2016年国内固定资产投资及增长变化图	25

- 图表：2013-2016年居民消费价格指数（CPI）28
- 图表：2013-2016年工业增加值增长速度29
- 图表：2013-2016年CRM软件行业产能分析31
- 图表：2017-2023年CRM软件行业产能预测32
- 图表：2013-2016年CRM软件市场容量分析32
- 图表：2017-2023年CRM软件市场容量预测34
- 图表：2013-2016年CRM软件行业产量分析35
- 图表：2017-2023年CRM软件行业产量预测36
- 图表：CRM软件产品价格影响因素示意图37
- 图表：CRM软件产品2013-2016年价格走势图38
- 图表：CRM软件产品2017-2023年期间价格趋势预测变化图39
- 图表：2013-2016年CRM软件行业产量发展分析43
- 图表：2013-2016年CRM软件行业消费量发展分析44
- 图表：未来5年内中国CRM软件市场供需格局预测60
- 图表：2013-2016年CRM软件行业供给预测60
- 图表：2013-2016年CRM软件行业需求预测60
- 图表：2013-2016年CRM软件行业供需格局预测61
- 图表：CRM软件行业近三年内进口总量变化68
- 图表：CRM软件行业近三年内出口总量变化69
- 图表：CRM软件行业近三年内进出口差额变动情况70
- 图表：CRM软件行业中国历史进出口结构变化70
- 图表：CRM软件行业近年内进口来源情况分析71
- 图表：CRM软件行业近年内出口去向分析73
- 图表：CRM软件行业未来5年内中国进口态势展望77
- 图表：CRM软件行业未来5年内中国出口态势展望78
- 图表：中国CRM软件区域销售市场结构变化79
- 图表：华北地区城市座标图示79
- 图表：华北地区用户/消费者偏好调查 80
- 图表：2013—2015年华北地区CRM软件产业市场规模发展趋势分析 81
- 图表：华北地区主要生产或代理厂商的联系方式表82
- 图表：华东地区城市座标图示83
- 图表：华东地区用户/消费者偏好调查 84
- 图表：2013—2015年华东地区CRM软件产业市场规模发展趋势分析 85
- 图表：华东地区主要生产或代理厂商的联系方式表86
- 图表：华南地区城市座标图示86

- 图表：华南地区用户/消费者偏好调查87
- 图表：2013—2015年华南地区CRM软件产业市场规模发展趋势分析 88
- 图表：华南地区主要生产或代理厂商的联系方式表89
- 图表：西北地区城市座标图示89
- 图表：西北地区用户/消费者偏好调查90
- 图表：2013—2015年西北地区CRM软件产业市场规模发展趋势分析 91
- 图表：西北地区主要生产或代理厂商的联系方式表92
- 图表：东北地区城市座标图示93
- 图表：东北地区用户/消费者偏好调查94
- 图表：2013—2015年东北地区CRM软件产业市场规模发展趋势分析 95
- 图表：东北地区主要生产或代理厂商的联系方式表96
- 图表：华中地区城市座标图示96
- 图表：华中地区用户/消费者偏好调查97
- 图表：2013—2015年华中地区CRM软件产业市场规模发展趋势分析 98
- 图表：华中地区主要生产或代理厂商的联系方式表99
- 图表：西南地区城市座标图示99
- 图表：西南地区用户/消费者偏好调查100
- 图表：2013—2015年西南地区CRM软件产业市场规模发展趋势分析 101
- 图表：西南地区主要生产或代理厂商的联系方式表102
- 图表：CRM软件行业未来5年内中国净投资收益预测 137
- 图表：CRM软件行业未来5年内市场盈利预测138

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/325106.html>