

2013-2017年管理软件市场调查与未来前景预测报告

研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2017年管理软件市场调查与未来前景预测研究报告》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/125711.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

中国企业对管理信息化的需求越来越迫切，引发了我国企业管理软件的飞速发展。研究数据表明，近几年，我国企业管理软件市场一直以年增加20%以上的速度发展，并且还将持续下去。如此美好的前景也吸引了联想、神州数码、东软、用友、金蝶、新中大、科思、浪潮等公司，它们纷纷通过并购、投资、引进等方式进入企业管理软件市场，这也给企业管理软件市场带来很多变数。

艾凯咨询集团发布的《2013-2017年管理软件市场调查与未来前景预测研究报告》共八章。首先介绍了中国管理软件市场环境、中国软件产业运行新形势，接着分析了中国管理软件市场的现状，然后介绍了中国管理软件市场竞争格局。随后，报告对中国管理软件做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国管理软件市场前景预测。您若想对管理软件产业有个系统的了解或者想投资管理软件行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 2012年中国管理软件市场环境概述

第一节 2012年管理软件市场概述

- 一、管理软件特点
- 二、管理软件模式与传统软件模式的区别
- 三、管理软件-客户关系管理

第二节 2012年中国管理软件市场发展环境

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 二、存贷款利率变化
- 三、财政收支状况

第三节 2012年中国管理软件的主要技术特点分析

第二章 2012年中国软件产业运行新形势透析

第一节 2012年中国软件业产业运行概况

- 一、软件产业发展对中国经济影响
- 二、中国软件产业知识产权保护情况
- 三、中国软件产业多核并行化开发情况
- 四、我国软件产业自主创新战略
- 五、两化融合对软件产业调整升级影响

第二节 2012年中国软件产业市场运行分析

- 一、我国软件产业规模发展状况
- 二、我国软件业运营状况分析
- 三、近两年中国软件销售收入同比
- 四、内需与外包对中国软件产业发展影响
- 五、中国软件产业市场精细化发展状况
- 第三节 2012年中国软件人才现状分析
 - 一、人才"橄榄形"结构现状
 - 二、我国软件产业人才培养状况
 - 三、软件程序员专业化分析
- 第三章 2012年中国管理软件市场规模与结构分析
 - 第一节 2012年中国管理软件市场规模分析
 - 一、管理软件总体市场规模
 - 二、中小企业市场空间较大
 - 第二节 2012年中国管理软件市场结构分析
 - 一、管理软件应用领域结构
 - 二、平行市场结构
 - 三、垂直市场结构
 - 四、区域市场结构
 - 五、品牌结构
 - 第三节 2012年中国管理软件市场特征分析
- 第四章 2012年中国管理软件细分产品市场动态分析
 - 第一节 ERP
 - 一、ERP定义及市场规模分析
 - 二、ERP在企业中的应用分布
 - 三、ERP行业应用情况
 - 四、ERP市场的区域分布结构
 - 五、ERP品牌结构
 - 六、ERP市场集中度分析：整合兼并是行业趋势
 - 第二节 HR
 - 一、HR在企业中的主要应用
 - 二、HR软件的品牌分布
 - 第三节 SCM
 - 一、SCM在企业中的主要应用
 - 二、SCM软件的品牌分布
 - 第四节 OA/办公协同

一、OA/协同办公在企业中的主要应用

二、OA/协同办公软件的品牌分布

第五节 CRM

一、市场规模

二、CRM软件企业使用情况

三、市场结构

四、2012年中国CRM软件市场特征

五、中国CRM软件市场存在的问题

六、中国CRM软件市场发展趋势

第五章 2012年中国管理软件市场竞争格局分析

第一节 2012年中国管理软件产品链

第二节 2012年中国管理软件市场竞争格局分析

一、行业集中度分析

二、中国管理软件行业市场竞争激烈

三、本土厂商具备优势

第三节 2012年中国管理软件竞争格局变化原因

一、中国软件企业实力不强是行业整合动因

二、中国软件企业实力分析

第六章 2012年中国管理软件主要提供商竞争力分析

第一节 用友软件股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 创智信息科技股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 东软集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 其它企业分析

一、金蝶国际软件集团有限公司

二、神州数码控股有限公司

三、SAP公司

四、美国Oracle公司

第七章 2013-2017年中国管理软件市场规模预测及发展趋势分析

第一节 2013-2017年中国管理软件市场规模预测分析

一、相关性分析

二、相关变量预测

三、管理软件销售额预测

第二节 2013-2017年中国管理软件发展的七大基本趋势分析

一、SOA概念被引入ERP，树立成功案例成为年的重点

二、管理软件逐渐平台化，行业化更加深入

三、ERP引入开源技术，但开源ERP前途未卜

四、UC（统一沟通）成为新的热点

五、管理软件平台化的价值进一步凸现，软件产业在年可能成为一个并购年

六、管理软件网络化（SaaS）将成为未来的一个发展趋势

七、引入WEB.概念，建立用户社区将成为软件厂商笼络用户的重要手段

第三节 2013-2017年中国管理软件产业盈利预测分析

第八章 2013-2017年中国管理软件产业投资战略研究

第一节 2012年中国管理软件产业投资环境分析

第二节 2013-2017年中国管理软件产业投资机会分析

一、管理软件投资潜力分析

二、管理软件投资吸引力分析

第三节 2013-2017年中国管理软件产业投资风险分析

一、市场竞争加剧的风险

二、新产品运营风险

三、其它风险分析

第四节 专家投资建议

图表目录：（部分）

- 图表：国内生产总值同比增长速度
- 图表：全国粮食产量及其增速
- 图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
- 图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
- 图表：进出口总额（亿美元）
- 图表：广义货币（M2）增长速度（%）
- 图表：居民消费价格同比上涨情况
- 图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
- 图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
- 图表：农村居民人均收入实际增长速度
- 图表：人口及其自然增长率变化情况
- 图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
- 图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）
- 图表：2012年中国GDP增长预测
- 图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测
- 图表：用友软件股份有限公司主要经济指标走势图
- 图表：用友软件股份有限公司经营收入走势图
- 图表：用友软件股份有限公司盈利指标走势图
- 图表：用友软件股份有限公司负债情况图
- 图表：用友软件股份有限公司负债指标走势图
- 图表：用友软件股份有限公司运营能力指标走势图
- 图表：用友软件股份有限公司成长能力指标走势图
- 图表：创智信息科技股份有限公司主要经济指标走势图
- 图表：创智信息科技股份有限公司经营收入走势图
- 图表：创智信息科技股份有限公司盈利指标走势图
- 图表：创智信息科技股份有限公司负债情况图
- 图表：创智信息科技股份有限公司负债指标走势图
- 图表：创智信息科技股份有限公司运营能力指标走势图
- 图表：创智信息科技股份有限公司成长能力指标走势图
- 图表：东软集团股份有限公司主要经济指标走势图
- 图表：东软集团股份有限公司经营收入走势图
- 图表：东软集团股份有限公司盈利指标走势图
- 图表：东软集团股份有限公司负债情况图
- 图表：东软集团股份有限公司负债指标走势图
- 图表：东软集团股份有限公司运营能力指标走势图

图表：东软集团股份有限公司成长能力指标走势图

通过《2013-2017年管理软件市场调查与未来前景预测研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/125711.html>