

2022-2027年中国CRM软件行业发展监测及投资 规划建议报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国CRM软件行业发展监测及投资规划建议报告》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/channel/software/775775.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。

按照部署方式，CRM可以分为传统部署型、SaaS型及PaaS型。传统部署型是最早诞生的CRM形态，为买断型，但企业需购买物理服务器或租用云服务器等自行搭建IT基础架构，因此前期投入成本占比较大。SaaS型则属于租用型，企业无需自备服务器，只需按期订阅，因此交付周期较短，部署门槛较低，但在数据安全和灵活性方面有所折损。PaaS型同样属于租用型，但在集成度和扩展性方面更胜一筹。

传统和云CRM部署成本对比情况

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 中国CRM软件市场环境概述

第一节 CRM软件市场概述

一、产品定义

二、CRM软件发展历程

三、国际CRM软件市场概述

第二节 2021年中国CRM软件市场发展环境

一、政策环境

二、经济环境

第二章 2017-2021年中国CRM软件市场规模与结构

第一节 市场规模

2021年中国CRM市场规模为156亿元，相较2020年增长了16.5%。2020年受疫情影响，企业IT投入收紧，对CRM等非直接用于获客增收的企服软件的需求下降，资本投资力度也同步收缩，CRM供需疲软，市场整体增幅放缓，但随着疫情回暖、市场渗透率提升和社交化、智能化CRM等赛道的发展，市场增速迅速回升。

2017-2021年中国CRM市场规模及增长率

第二节 市场结构

一、垂直市场结构

一、平行市场结构

三、区域市场结构

四、品牌结构

第三节 近年中国CRM软件市场特征

第三章 CRM软件市场供需分析

第一节 CRM软件应用效果分析

一、加速企业对客户的响应速度

二、帮助企业改善服务

三、提高企业工作效率

四、有效降低成本

五、规范企业管理

第二节 中国CRM软件市场现状分析

第三节 用户需求分析

一、客户消费行为的特点

二、客户消费行为分析

三、中小企业需求影响CRM未来

第四节 厂商供给分析

一、产品

二、价格

三、促销

四、渠道

五、覆盖区域

第四章 2017-2021年中国CRM软件市场竞争格局分析

第一节 CRM软件实施价值分析

第二节 行业生命周期分析

第三节 市场竞争格局

第四节 我国CRM软件市场SWOT分析

一、优势（S）

二、劣势（W）

三、机会（O）

四、威胁（T）

第五章 2017-2021年主要厂商分析

第一节 上海驻云信息科技有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 3M中国有限公司北京办事处

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 甲骨文（中国）软件系统有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 东软集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 用友网络科技股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节 金蝶國際軟件集團有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第七节 微软（中国）有限公司广州分公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六章 中国CRM产品行业应用情况分析

第一节 企业在CRM信息化方面的主要应用分布状况

第二节 中国保险行业CRM应用状况分析

第三节 中国银行业CRM应用状况分析

第四节 中国电信行业CRM应用状况分析

第五节 中国汽车制造业CRM应用状况分析

第六节 中国医药行业CRM应用状况分析

第七章 中国CRM软件市场发展趋势分析

第一节 2022-2027年中国CRM软件市场的趋势分析

第二节 2022-2027年中国CRM软件市场的规模预测

一、相关性分析

二、相关变量预测

三、CRM软件销售额预测

第八章 中国CRM软件市场风险及投资策略分析

第一节 中国CRM软件市场风险分析

一、市场竞争加剧的风险

二、新产品运营风险「HJ LPZW」

第二节 市场发展策略与建议

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/software/775775.html>