

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>