

2020-2025年中国管理软件行业发展潜力分析及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国管理软件行业发展潜力分析及投资战略咨询报告》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/607654.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

企业管理软件系统工程是目前IT技术的一大类，包括ERP、BPM、CRM、HR、PM、KM、OA等众多的内容。

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 管理软件概述

第一节 管理软件的定义及特点

一、定义

二、特点

第二节 管理软件的发展历程

一、六十年代时段式MRP系统

二、七十年代闭环式MRP系统

三、八十年代的MRP II系统

四、九十年代的ERP系统

五、二十一世纪企业管理软件的发展主线

第三节 新型管理软件的主要技术特点

第二章 中国管理软件发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2019年中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国管理软件行业政策环境分析

第三章 中国管理软件市场分析

第一节 我国软件产业发展现状分析

一、我国软件产业的发展态势

(一)软件技术发展情况

(二)软件产业的特点

二、软件产业经济运行分析

第二节 我国软件产业面临的机遇和挑战

一、主要挑战

二、有利形势

第三节 中国管理软件所属行业市场运行分析

一、市场规模与增长

二、产品结构

三、市场特点

第四节 中国管理软件不同市场分析

一、低端市场

二、中端市场

三、高端市场

第五节 中国管理软件企业的运营模式分析

一、低首付低月租

二、高档次高品牌形象

三、终端客户基数较大

四、能让客户产生依赖

五、选择合适的渠道模式

六、产品和运营的利润分配

第六节 中国管理软件的自主创新模式分析

一、中国软件企业要过三关

二、技术创新与产品开发是企业生命线

三、产品与技术创新必须与商业模式融合

四、打造中国ERP产业链成就世界级软件企业

第四章 我国管理软件细分市场分析

第一节 ERP软件市场

一、ERP软件概念

二、ERP软件发展历程

三、ERP市场新霸主分析

四、实施ERP系统存在的问题

五、多元化是ERP市场未来发展趋势

第二节 HRM软件市场

一、HR在企业中的主要应用

二、2019年人力资源系统市场分析

三、HR系统的选择与使用

四、成功实施HR系统的八个关键点

第三节 CRM软件市场

一、中国中小企业CRM发展阶段

二、2019年CRM管理软件市场分析

三、各成长阶段对CRM选型需求分析

四、成功实施CRM的十大关键因素分析

第四节 SCM软件市场

一、市场规模分析

二、SCM成为中小企业信息化的出发点

三、SCM系统选型分析

四、SCM系统实施分析

第五节 EAM软件市场

一、EAM的概念

二、EAM的重要功能：预测

三、EAM和ERP是互补关系

四、应用EAM系统的重要性

五、实施EAM的三大注意事项

第六节 EKM软件市场

一、企业知识管理概况

二、EKM对企业的价值

三、EKM在企业中发展不顺的原因

四、EKM的“三度”发展模式

第七节 OA软件市场

一、OA概述

二、OA发展历程

三、企业OA项目实施六大注意事项

第五章 我国管理软件用户需求分析

第一节 客户需求选择分析

一、实用性强的软件

二、适应性强的软件

三、亲和力强的软件

四、软件之外的实施能力

第二节 繁荣时期管理软件市场需求特征

一、客户消费和市场需求开始趋向成熟和理性

二、在应用需求方面，企业需要一体化解决方案

三、在技术需求方面，客户需要全方面的IT架构

四、其它方面

第三节 中型管理软件市场的客户特点及功能需求

一、市场地位

二、客户特点

第四节 个性化定制管理软件的设计与实施

一、倾听企业各级管理人员对信息化建设的期望与需求

二、制定详细的调研提纲与调研计划

三、进行企业中、高层培训并启动系统调研

四、企业信息化建设的系统调研

五、企业信息化建设的总体方案设计

六、企业信息化建设总体方案论证

第六章 我国管理软件市场营销分析

第一节 管理软件营销特点分析

一、产品和服务边界模糊

二、决策复杂周期长

三、重复购买行为少

四、以口碑营销为主

第二节 管理软件概念营销分析

一、揭开迷雾看概念营销

二、过度的概念营销带来的机会

三、泛微冲破概念营销的迷雾

第三节 管理软件代理商发展分析

一、管理软件代理商的现状

二、代理商的发展瓶颈分析

三、代理商的瓶颈突破方法

第七章 我国管理软件市场竞争格局

第一节 生命周期分析

一、技术生命周期

二、价值生命周期

第二节 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 竞争格局变化原因分析

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

第八章 我国部分重点公司分析

第一节 北京用友软件股份有限公司

一、公司简介

二、财务分析

三、公司未来发展展望

第二节 金蝶国际软件集团有限公司

一、公司简介

二、财务分析

三、公司未来发展展望

第三节 浪潮集团有限公司

一、公司简介

二、财务分析

三、公司未来发展展望

第四节 神州数码控股有限公司

一、公司简介

二、财务分析

三、公司未来发展展望

第五节 东软集团股份有限公司

一、公司简介

二、财务分析

三、公司未来发展展望

第六节 上海宝信软件股份有限公司

一、公司简介

二、财务分析

三、公司未来发展展望

第九章 我国管理软件市场发展趋势分析

第一节 管理软件行业发展的基本趋势

一、SOA概念被引入ERP

二、管理软件逐渐平台化，行业化

三、ERP引入开源技术

四、统一沟通成为新的热点

五、软件产业并购化

六、管理软件网络化

七、引入WEB2.0概念，建立用户社区

第二节 未来管理软件发展趋势

一、管理软件的专业化

二、管理软件的兼容性

三、管理软件的灵活度

四、管理软件的平台化

图表目录：

图表：2015-2019年国内生产总值

图表：2015-2019年居民消费价格涨跌幅度

图表：2019年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2015-2019年国家外汇储备

图表：2015-2019年用友软件现金流分析

图表：2015-2019年金蝶国际主要财务指标情况

图表：2015-2019年金蝶国际成长性分析

图表：2015-2019年金蝶国际经营能力分析

图表：2015-2019年金蝶国际盈利能力分析

图表：2015-2019年神州数码成长性分析

图表：2015-2019年神州数码经营能力分析

图表：2015-2019年神州数码盈利能力分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/software/607654.html>