

2015-2020年中国SaaS (软件运营服务)市场监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国SaaS(软件运营服务)市场监测及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/ruanjian1412/W450437IAE.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-12-16

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国SaaS(软件运营服务)市场监测及投资前景研究报告》共九章。首先介绍了SaaS的概念、分类、特征、与ASP的区别等，接着分析了国内外SaaS产业的发展状况及管理型SaaS的发展现状。随后报告对SaaS的厂商与用户、市场应用、运营及国际国内重点企业做了细致分析，最后预测了SaaS市场的发展前景和未来趋势。

SaaS是Software-as-a-service（软件运营服务），是一种基于互联网提供软件服务的应用模式；是一种随着互联网技术的发展和应用程序的成熟，在21世纪开始兴起的完全创新的软件应用模式，是软件科技发展的最新趋势。

SaaS提供商为企业搭建信息化所需要的所有网络基础设施及软件、硬件运作平台，并负责所有前期的实施、后期的维护等一系列服务，企业无需购买软硬件、建设机房、招聘IT人员，即可通过互联网使用信息系统。SaaS是未来十年软件产业新的发展方向。

SaaS市场自从2004年在中国开始以后，每一年都经历不同变化，在经过2007、2008年炒概念、炒模式的热炒，到2009年，媒体、用户、政府开始对SaaS真正关注，纷纷推出了各种SaaS扩张计划。2010年SaaS厂商风云变幻，SaaS与“云”、“全程电子商务”、“革命”、“整合”成为关键词。

2012年是SaaS的转折年，尤其是在云计算得到了用户的普遍认可，同时也得到众多厂商认同的前提下，SaaS应用模式正处于历史上最好的发展时期，许多软件开发公司和大型的网络公司纷纷进军SaaS领域。

2014年，国内企业对云计算了解程度进一步提升，并已有37.5%企业已经开始部署云计算应用，其中SaaS层应用占比仅为16%，却拥有28.05亿市场规模，市场规模远超PaaS及IaaS层面应用。

随着移动互联网的兴起，中国企业级的移动软件市场正在形成。软件服务商也从传统的PC时代的装机卖软件模式过渡到现在流行的SaaS（软件即服务）的模式。SaaS模式的推广显著降低了软件的使用和维护成本，使其更贴近客户，特别是广大的中小企业客户，SaaS模式的推广将促进软件产品的大规模普及。未来几年，中国SaaS市场将保持30%以上的年复合增长率，互联网企业将成为SaaS推广的生力军。

报告目录

第一章 SAAS（软件运营服务）的相关概述

1.1 SAAS的定义及分类

1.1.1 SaaS的概念解析

1.1.2 SaaS的分类情况

1.1.3 SaaS的生态系统构成

1.1.4 SaaS发展的演进历程

1.2 SAAS的特性与作用

1.2.1 SaaS服务的主要特征

1.2.2 SaaS模式的作用分析

1.2.3 SaaS模式与传统许可模式的比较浅析

1.2.4 SaaS的客户价值透析

1.2.5 SaaS的应用领域广泛

1.3 SAAS与ASP的区别与联系

1.3.1 ASP的基本介绍

1.3.2 SaaS相关概念的区别解析

1.3.3 SaaS模式与ASP模式的差异剖析

第二章 2013-2014年SAAS产业发展分析

2.1 2013-2014年全球SAAS产业的发展概况

2.1.1 国外SaaS产业发展状况及特征分析

2.1.2 世界SaaS市场需求与提供商分析

2.1.3 全球SaaS市场整体规模分析

2.1.4 全球SaaS安全服务市场规模迅速扩大

2.1.5 欧美地区SaaS型CRM渐成市场主导

2.2 中国SAAS产业总体发展综述

2.2.1 我国SaaS市场发展的基本情况

2.2.2 国内SaaS市场发展的新特点

2.2.3 企业对SaaS的需求状况分析

2.3 2013-2014年中国SAAS市场发展分析

2.3.1 2012年我国SaaS市场发展特征

2.3.2 2014年我国SaaS市场运行状况

2.3.3 2014年我国SaaS市场发展态势

2.4 SAAS产业发展存在的问题

2.4.1 中国SaaS市场发展的制约因素

2.4.2 SaaS产业发展面临的主要挑战分析

2.4.3 SaaS市场存在的两大难题

2.4.4 中国SaaS产业安全问题亟待解决

2.4.5 国内SaaS产业发展遭遇三大瓶颈

2.5 SAAS产业发展的对策分析

2.5.1 国内SaaS市场发展的建议

2.5.2 健全的安全运营体系是SaaS发展的关键

2.5.3 中国SaaS健康发展需要构建完善的诚信机制

2.5.4 中国SaaS厂商快速壮大的对策

2.5.5 SaaS产品的开发攻略

第三章 2013-2014年管理型SAAS市场分析

3.1 企业管理类SAAS发展历程

3.1.1 萌芽阶段

3.1.2 调整阶段

3.1.3 稳步发展阶段

3.2 2013-2014年管理型SAAS市场发展概况

3.2.1 管理型SaaS与工具型SaaS渐趋融合

3.2.2 管理型SaaS给企业带来的利好

3.2.3 管理型SaaS市场逐渐受到企业重视

3.2.4 我国管理型SaaS应用成交率大幅上升

3.2.5 渠道将成为管理型SaaS企业制胜法宝

3.2.6 管理型SaaS的个性化发展透析

3.3 管理型SAAS市场成功的要点解析

3.3.1 SaaS厂商需具备的能力剖析

3.3.2 企业运用互联网的能力

3.3.3 构建创新商业模式能力

3.3.4 全程客户服务能力

第四章 2013-2014年SAAS市场的厂商与用户分析

- 4.1 2013-2014年SAAS市场的厂商发展动态
 - 4.1.1 国外大型SaaS企业积极抢攻中国市场
 - 4.1.2 国内SaaS行业显现“羊群效应”;
 - 4.1.3 中国主流SaaS运营商市场份额
 - 4.1.4 国内主流SaaS企业及其产品评析
 - 4.1.5 我国SaaS厂商积极构筑战略联盟
- 4.2 SAAS用户的使用状况分析
 - 4.2.1 用户对SaaS的认知情况
 - 4.2.2 用户最看重的SaaS功效
 - 4.2.3 企业SaaS应用计划分析
 - 4.2.4 OA类SaaS应用受用户重视
- 4.3 SAAS用户的关注焦虑调查
 - 4.3.1 数据安全问题受关注
 - 4.3.2 服务的方便性受企业青睐
 - 4.3.3 降低成本是企业考虑的重要因素

第五章 2013-2014年中国SAAS的市场应用分析

- 5.1 2013-2014年SAAS在中小企业的应用情况
 - 5.1.1 SaaS帮助中小企业摆脱在线管理困境
 - 5.1.2 中小企业全面普及SaaS尚待时日
 - 5.1.3 中小企业选择SaaS的注意事项
 - 5.1.4 中小企业实施SaaS模式面临的挑战及策略
 - 5.1.5 多数中小企业将应用SaaS模式
- 5.2 2013-2014年SAAS在邮件领域的应用分析
 - 5.2.1 SaaS对传统邮件市场影响颇深
 - 5.2.2 SaaS在反垃圾邮件中应用效果突出
 - 5.2.3 SaaS的邮件归档功能突出应用前景光明
- 5.3 2013-2014年SAAS在电子政务领域的应用综述
 - 5.3.1 电子政务领域SaaS发展的机会
 - 5.3.2 SaaS模式在电子政务中应用特点透析
 - 5.3.3 SaaS在电子政务中的具体应用情况
 - 5.3.4 SaaS在电子政务领域的应用潜力探析

- 5.4 2013-2014年SAAS模式的其他应用分析
 - 5.4.1 零售企业对SaaS的需求及应用风险探析
 - 5.4.2 SaaS模式下视频会议租用成市场新趋向
 - 5.4.3 SaaS模式下视频会议遭遇的阻碍
- 5.5 SAAS模式的应用案例及方向透析
 - 5.5.1 全程电子商务管理
 - 5.5.2 CRM客户关系管理
 - 5.5.3 SCM供应链管理
 - 5.5.4 节省通讯成本
- 5.6 SAAS模式的企业应用个案解析
 - 5.6.1 博思格集团
 - 5.6.2 济南创弈工场科技
 - 5.6.3 安吉汽车俱乐部

第六章 2013-2014年SAAS的市场运营分析

- 6.1 2013-2014年SAAS产业的基本运营模式剖析
 - 6.1.1 中国SaaS产业有两种主导运营模式
 - 6.1.2 以自身产品为核心应用的模式浅析
 - 6.1.3 以在线软件服务的第三方平台模式介绍
- 6.2 摆脱ASP模式困境SAAS需解决的难题
 - 6.2.1 SaaS业务模式的深入解析
 - 6.2.2 服务提供商的公信力是首要挑战
 - 6.2.3 应用连续性与数据安全性成为重点
 - 6.2.4 盈利模式和营销方式的突破
- 6.3 SAAS模式的运营风险及安全策略分析
 - 6.3.1 SaaS模式面临的主要风险因素
 - 6.3.2 SaaS系统的风险主体探讨
 - 6.3.3 透析SaaS系统存在的安全隐患
 - 6.3.4 SaaS系统的风险规避措施探究
- 6.4 SAAS的营销策略探讨
 - 6.4.1 SaaS市场营销的三大建议
 - 6.4.2 SaaS的渠道建设方案透析

6.4.3 SaaS的市场推广模式探索

6.4.4 SaaS的品牌推广策略思考

第七章 2013-2014年国外重点企业分析

7.1 微软

7.1.1 企业简介

7.1.2 2012-2014财年微软经营状况

7.1.3 微软公司多方位开拓SaaS市场

7.1.4 微软SaaS的中国市场战略解读

7.2 GOOGLE

7.2.1 企业简介

7.2.2 2013-2014年上半年Google经营状况

7.2.3 Google进军SaaS市场挑战微软

7.2.4 Google进军SaaS市场面临的问题

7.3 NET SUITE

7.3.1 企业简介

7.3.2 2013-2014年上半年Net Suite经营状况

7.3.3 Net Suite公司的主要产品介绍

7.3.4 Net Suite瞄准中国SaaS市场蓄势待发

7.3.5 Net Suite在日本地区推出SaaS新品

7.4 SALESFORCE.COM

7.4.1 企业简介

7.4.2 2013-2014年上半年Salesforce经营状况

7.4.3 Salesforce的产品及用户规模

7.4.4 Salesforce的SaaS业务成功的秘诀

7.4.5 Salesforce在中国SaaS市场发展概况

7.5 甲骨文

7.5.1 企业简介

7.5.2 2012-2014财年甲骨文经营状况

7.5.3 甲骨文的产品及用户规模

7.5.4 甲骨文SaaS业务发展现状

第八章 2011-2014年国内重点企业分析

8.1 阿里软件

8.1.1 企业简介

8.1.2 阿里软件的主要产品线介绍

8.1.3 阿里软件SaaS的发展道路解析

8.1.4 阿里软件在南京创建SaaS服务中心

8.2 金蝶

8.2.1 企业简介

8.2.2 2013-2014年6月金蝶经营状况

8.2.3 金蝶友商网产品介绍

8.2.4 金蝶友商网大肆发力国内SaaS市场

8.2.5 金蝶SaaS发展的成效与问题

8.3 用友

8.3.1 企业简介

8.3.2 2013-2014年6月用友经营状况

8.3.3 用友正式进军SaaS市场

8.3.4 用友融合SaaS等业务打造全程电子商务

8.4 八百客

8.4.1 企业简介

8.4.2 八百客SaaS产品特点及收费模式

8.4.3 八百客SaaS业务发展历程

8.5 铭万

8.5.1 企业简介

8.5.2 铭万SaaS产品线及用户规模分析

8.5.3 SaaS市场竞争激烈铭万抢占先机

8.5.4 铭万联合联想力推SaaS新品

第九章 博思数据关于SAAS市场的发展前景分析

9.1 世界SAAS市场发展前景展望

9.1.1 全球SaaS市场发展迎来黄金时期

9.1.2 全球SaaS未来发展方向探析

9.1.3 SaaS服务将成全球电子商务发展主流

- 9.1.4 2016年全球企业移动SaaS市场规模预测
- 9.2 中国SAAS市场发展前景及趋势
 - 9.2.1 未来中国SaaS市场发展前景展望
 - 9.2.2 2015-2020年中国SaaS市场规模预测
 - 9.2.3 SaaS市场前景广阔渐受资本青睐
 - 9.2.4 未来SaaS对中国传统软件行业的影响透析

图表目录

- 图表 应用软件运营商类型
- 图表 管理软件运营商类型
- 图表 WEB商业运营提供商类型
- 图表 SaaS发展的三个阶段
- 图表 全球前十五大软件按需定制（Software On Demand）企业营业规模与市场
- 图表 SaaS各细分市场的销售收入状况
- 图表 日本SaaS（包含ASP）投资情况
- 图表 用户对SaaS运营商的体验数据
- 图表 中国SaaS市场区域分布情况
- 图表 中国SaaS应用行业分布情况
- 图表 中国SaaS应用类型分布情况
- 图表 软件运营服务（SaaS）市场规模
- 图表 2008-2012年中国SaaS市场规模
- 图表 管理型SaaS应用成交率情况
- 图表 中国管理型SaaS厂商付费用户数市场份额
- 图表 成功SaaS厂商需具备的关键能力要素
- 图表 中国SaaS行业在线管理软件运营商营收份额
- 图表 中国SaaS管理软件运营商营收规模
- 图表 SaaS领域厂商获取成功的两种方法
- 图表 企业用户对SaaS的了解状况
- 图表 阻碍用户使用SaaS产品的因素
- 图表 用户最看重的SaaS功效
- 图表 用户选择SaaS产品的主要依据
- 图表 企业未曾应用SaaS产品的原因调查

图表 企业使用SaaS产品的原因调查

图表 企业对SaaS产品降低成本功效的看法

图表 按照模式划分SaaS运营产业链结构

图表 2011-2013财年微软公司全面收益表

图表 2012-2014财年微软公司全面收益表

图表 2011-2014年谷歌公司全面收益表

图表 2013-2014年6月谷歌公司全面收益表

图表 2011-2014年NET SUITE全面收益表

图表 2013-2014年6月NET SUITE全面收益表

图表 2011-2014年Salesforce全面收益表

图表 2013-2014年6月Salesforce全面收益表

图表 2011-2013财年甲骨文公司全面收益表

图表 2012-2014财年甲骨文公司全面收益表

图表 Net Suite主要产品线

图表 Salesforce主要产品功能及价格

图表 Salesforce营收规模增长情况

图表 Salesforce个人用户和企业用户数量规模增长情况

图表 阿里软件主要产品线

图表 阿里软件产品功能特点及价格

图表 金蝶友商网主要产品功能及特点

图表 八百客产品功能及特点

图表 八百客产品收费模式

图表 铭万产品线

图表 主要铭万SaaS产品功能及特点

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对SaaS市场有个系统的了解、或者想投资软件运营服务，本报告是您不可或缺的重要工具。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/ruanjian1412/W450437IAE.html>