

2021-2027年中国SAAS 服务市场发展趋势与产业竞争格局报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2021-2027年中国SAAS服务市场发展趋势与产业竞争格局报告》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.abaogao.com/b/hulianwang/I58532SJ4S.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

SaaS，是Software-as-a-Service的缩写名称，意思为软件即服务，即通过网络提供软件服务。

SaaS平台供应商将应用软件统一部署在自己的服务器上，客户可以根据工作实际需求，通过互联网向厂商订购所需的应用软件服务，按订购的服务多少和时间长短向厂商支付费用，并通过互联网获得SaaS平台供应商提供的服务。SAAS的技术优势和SAAS类似，同样有稳定性强、安全可靠和高可扩展性的技术优势。这是以往的IT架构所不具备的。SAAS的技术优势包括：

2019年1-4月B轮前的早期投资共19起，B轮后（包含B轮）的事件共16起，分布比较平均。2019年1-4月中国SAAS行业融资轮次分布

2019年1-4月SaaS融资数量达到了28起，多数服务于政府、金融以及大型企业。其余领域融资数量分布较为均匀，人力资源7起；销售营销6起；客户服务3起；法律服务和办公OA领域各融资1起。2019年1-4月SaaS行业融资领域分布情况

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国SAAS服务市场发展趋势与产业竞争格局报告》共九章。首先介绍了中国SAAS服务行业市场发展环境、SAAS服务整体运行态势等，接着分析了中国SAAS服务行业市场运行的现状，然后介绍了SAAS服务市场竞争格局。随后，报告对SAAS服务做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国SAAS服务行业发展趋势与投资预测。您若想对SAAS服务产业有个系统的了解或者想投资中国SAAS服务行业，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1.1SAAS的定义及分类1.1.1SaaS的概念解析1.1.2SaaS的分类情况1.1.3SaaS的生态系统构成1.1.4SaaS发展的演进历程1.2SAAS的特性与作用1.2.1SaaS服务的主要特征1.2.2SaaS模式的作用分析1.2.3SaaS模式与传统许可模式的比较浅析1.2.4SaaS的客户价值透析1.2.5SaaS的应用领域广泛1.3SAAS与ASP的区别与联系1.3.1ASP的基本介绍1.3.2SaaS相关概念的区别解析1.3.3SaaS模式与ASP模式的差异剖析 第二章 2015-2019年中国SAAS产业发展形势分析2.12015-2019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市场规模透析2.1.4欧美地区SaaS型CRM渐成市场主导2.1.5日本SaaS市场投资趋势解析2.22015-2019年中国SAAS产业总体发展综述2.2.1我国SaaS市场发展的基本情况

中国SaaS市场依旧处于初级的高速发展阶段，发展相对成熟的细分市场有CRM、OA、IM以

及协同应用市场。其中CRM和OA是规模较大的细分领域，诞生了Salesforce和Workday等重量级公司。2018年中国SAAS行业细分产品市场份额情况

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

2.32015-2019年中国SAAS产业发展存在的问题分析

2.3.1中国SaaS市场发展的制约因素

2.3.2SaaS产业发展面临的主要挑战分析

2.3.3SaaS市场存在的两大难题

2.3.4中国SaaS产业安全问题亟待解决

2.3.5国内SaaS产业发展遭遇三大瓶颈2.42015-2019年中国SAAS产业发展的对策分析2.4.1国内SaaS市场发展的建议2.4.2健全的安全运营体系是SaaS发展的关键2.4.3中国SaaS健康发展需要构建完善的诚信机制2.4.4中国SaaS厂商快速壮大的对策2.4.5SaaS产品的开发攻略第三章 2015-2019年中国管理型SAAS市场格（亚泰）局分析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3.22015-2019年中国管理型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3.32015-2019年中国管理型SAAS市场的发展回顾3.3.12015-2019年第管理型SaaS市场发展状况3.3.22015-2019年第管理型SaaS市场发展状况3.3.32015-2019年第管理型SaaS市场发展简况3.42015-2019年中国管理型SAAS市场成功的要点解析3.4.1SaaS厂商需具备的能力剖析3.4.2企业运用互联网的能力3.4.3构建创新商业模式能力3.4.4全程客户服务能力第四章 2015-2019年中国SAAS市场的厂商与用户分析4.12015-2019年中国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4.22015-2019年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4.2.4OA类SaaS应用受用户重视4.32015-2019年SAAS用户的使用情况透析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chengben是企业考虑的重要因素第五章 2015-2019年中国SAAS的市场应用分析5.1SAAS在中小企业的应用情况5.1.1SaaS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5.2SAAS在邮件领域的应用分析5.2.1SaaS对传统邮件市场影响颇深5.2.2SaaS在反垃圾邮件中应用效果突出5.2.3SaaS的邮件归档功能突出应用前景光明5.3SAAS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5.3.2SaaS模式在电子政务中应用特点透析5.3.3SaaS在电子政务中的具体应用情况5.3.4SaaS在电子政务领域的应用潜力探析5.4SAAS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5.4.2SaaS模式下视频会议租用成市场新趋向5.4.3SaaS模式下视频会议遭遇的阻碍5.5SAAS模式的应用案例及方向透析5.5.1全程电子商务管理5.5.2CRM客户关系管理5.5.3SCM供应链管理5.5.4节 省通讯chengben5.6SAAS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 2015-2019年中国SAAS的市场运营局势分析6.12015-2019年中国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中国摆脱ASP模式困境SAAS需解决的难题6.2.1SaaS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6.32015-2019年中国SAAS模式的运营风险及安全策略分析6.3.1SaaS模式面临的主要风险因素6.3.2SaaS系统的风险主体探讨6.3.3透析SaaS系统存在的安全隐患6.3.4SaaS系统的风险规避措施探究6.42015-2019年中国SAAS的营销策略探讨6.4.1SaaS市场营销的三大建议6.4.2SaaS的渠道建设方案透析6.4.3SaaS的市场推广模式探索6.4.4SaaS的品（亚泰）牌推广策略思考 第七章 国外SaaS重点企业最（亚泰）新动态分析7.1 微软7.1.1企业简介7.1.2微软公司多方位开拓SaaS市场7.1.3微软SaaS的中国市场战略解读7.2GOOGLE7.2.1企业简介7.2.2Google进（亚泰）junSaaS市场挑战微软7.2.3Google进（亚泰）junSaaS市场面临的问题7.3NETSUITE7.3.1企业简介7.3.2NetSuite公司的主要产品介绍7.3.3NetSuite瞄准中国SaaS市场蓄势待发7.3.4NetSuite在日本地区推出SaaS新品7.4SALESFORCE.COM7.4.1企业简介7.4.2Salesforce的产品及用户规模7.4.3Salesforce的SaaS业务成功的秘诀7.4.4Salesforce在中国SaaS市场发展概况 第八章 国内SaaS重点企业营运局势分析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金蝶友商网产品介绍8.2.3金蝶友商网大肆发力国内SaaS市场8.2.4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用友正式进（亚泰）junSaaS市场8.3.3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8.4.4八百客SaaS市场发展策略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8.5.3SaaS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 2021-2027年中国SAAS市场的发展前景分析9.12021-2027年世界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9.1.3SaaS服务将成全球电子商务发展主流9.22021-2027年中国SAAS市场市场发展趋势9.2.1未来中国SaaS市场发展前景展望9.2.2中国SaaS市场规模预测9.2.3SaaS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：SaaS发展的三个阶段图表：全球前十五大软件按需定制（SoftwareOnDemand）企业营业规模与市场图表：2015-2019年日本SaaS（包含ASP）投资情况图表：用户对SaaS运营商的体验数据图表：2015-2019年中国SaaS市场规模图表：2015-2019年中国SaaS市场区域分布情况图表：2015-2019年中国SaaS应用行业分布情况图表：2015-2019年中国SaaS应用类型分布情况图表：2015-2019年第SaaS管理软件市场厂商收入占比图表：2015-2019年SaaS市场增长预测图图表：2015-2019年管理型SaaS应用成交率情况图表：成功SaaS厂商需具备的关键能力要素图表

: SaaS领域厂商获取成功的两种方法图表 : 用户对SaaS的了解情况图表 : 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chengben功效的看法图表 : 按照模式划分SaaS运营产业链结构图表 : 阿里巴巴互联网平台价值链更多图表见正文……

详细请访问 : <http://www.abaogao.com/b/hulianwang/I58532SJ4S.html>