

2010-2015年中国管理软件市场深度调研与发展前景预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2010-2015年中国管理软件市场深度调研与发展前景预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/ruanjian/8317083170.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

摘要

软件（英文：Software）是一系列按照特定顺序组织的计算机数据和指令的集合。一般来讲软件被划分为编程语言、系统软件、应用软件和介于这两者之间的中间件。其中系统软件为计算机使用提供最基本的功能，但是并不针对某一特定应用领域。而应用软件则恰好相反，不同的应用软件根据用户和所服务的领域提供不同的功能。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家经济信息中心、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国管理软件行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区管理软件市场的发展状况、管理软件消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国管理软件市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对管理软件未来发展趋势进行了研判，是管理软件生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前管理软件行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

目录

第一章 2009-2010年中国管理软件市场环境概述

第一节 2009-2010年管理软件市场概述

- 一、管理软件特点
- 二、管理软件模式与传统软件模式的区别
- 三、管理软件-客户关系管理

第二节 2009-2010年中国管理软件市场发展环境

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 二、存贷款利率变化
- 三、财政收支状况

第三节 2009-2010年中国管理软件的主要技术特点分析

第二章 2009-2010年中国软件产业运行新形势透析

第一节 2009-2010年中国软件业产业运行概况

- 一、软件产业发展对中国经济影响
- 二、中国软件产业知识产权保护情况
- 三、中国软件产业多核并行化开发情况
- 四、我国软件产业自主创新战略
- 五、两化融合对软件产业调整升级影响

第二节 2009-2010年中国软件产业市场运行分析

- 一、我国软件产业规模发展状况

二、我国软件业运营状况分析

三、近两年中国软件销售收入同比

四、内需与外包对中国软件产业发展影响

五、中国软件产业市场精细化发展状况

第三节 2009-2010年中国软件人才现状分析

一、人才"橄榄形"结构现状

二、我国软件产业人才培养状况

三、软件程序员专业化分析

第三章 2009-2010年中国管理软件市场规模与结构分析

第一节 2009-2010年中国管理软件市场规模分析

一、管理软件总体市场规模

二、中小企业市场空间较大

第二节 2009-2010年中国管理软件市场结构分析

一、管理软件应用领域结构

二、平行市场结构

三、垂直市场结构

四、区域市场结构

五、品牌结构

第三节 2009-2010年中国管理软件市场特征分析

第四章 2009-2010年中国管理软件细分产品市场动态分析

第一节 ERP

一、ERP定义及市场规模分析

二、ERP在企业中的应用分布

三、ERP行业应用情况

四、ERP市场的区域分布结构

五、ERP品牌结构

六、ERP市场集中度分析：整合兼并是行业趋势

第二节 HR

一、HR在企业中的主要应用

二、HR软件的品牌分布

第三节 SCM

一、SCM在企业中的主要应用

二、SCM软件的品牌分布

第四节 OA/办公协同

一、OA/协同办公在企业中的主要应用

二、OA/协同办公软件的品牌分布

第五节 CRM

一、市场规模

二、CRM软件企业使用情况

三、市场结构

四、2009-2010年中国CRM软件市场特征

五、中国CRM软件市场存在的问题

六、中国CRM软件市场发展趋势

第五章 2009-2010年中国管理软件市场竞争格局分析

第一节 2009-2010年中国管理软件产品链

第二节 2009-2010年中国管理软件市场竞争格局分析

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 2009-2010年中国管理软件竞争格局变化原因

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

第六章 2009-2010年中国管理软件主要提供商竞争力分析

第一节 用友软件股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 创智信息科技股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 东软集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

四、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 其它企业分析

一、金蝶国际软件集团有限公司

二、神州数码控股有限公司

三、SAP公司

四、美国Oracle公司

第七章 2010-2015年中国管理软件市场规模预测及发展趋势分析

第一节 2010-2015年中国管理软件市场规模预测 分析

一、相关性分析

二、相关变量预测

三、管理软件销售额预测

第二节 2010-2015年中国管理软件发展的七大基本趋势分析

一、SOA概念被引入ERP，树立成功案例成为年的重点

二、管理软件逐渐平台化，行业化更加深入

三、ERP引入开源技术，但开源ERP前途未卜

四、UC（统一沟通）成为新的热点

五、管理软件平台化的价值进一步凸现，软件产业在年可能成为一个并购年

六、管理软件网络化（SaaS）将成为未来的一个发展趋势

七、引入WEB.概念，建立用户社区将成为软件厂商笼络用户的重要手段

第三节 2010-2015年中国管理软件产业盈利预测分析

第八章 2010-2015年中国管理软件产业投资战略研究

第一节 2009-2010年中国管理软件产业投资环境分析

第二节 2010-2015年中国管理软件产业投资机会分析

一、管理软件投资潜力分析

二、管理软件投资吸引力分析

第三节 2010-2015年中国管理软件产业投资风险分析

一、市场竞争加剧的风险

二、新产品运营风险

三、其它风险分析

图表目录：（部分）

图表：2003-2009年中国国内生产总值及增长率情况

图表：1997-2009年中国存款利率变动情况

图表：1997-2009年中国贷款利率变动情况

图表：2001-2009年中国财政收支状况

图表：管理软件市场规模保持较高速度的增长（单位：亿元）

图表：中小企业管理软件市场份额与增长率超过大型企业

图表：2009-2010年企业在管理软件方面的应用情况

图表：ERP是管理软件市场的主流产品

图表：全球与中国管理软件产品比较

图表：各行业IT投资不断增加，电信、金融、教育等行业的IT投资占较大比重

图表：中国制造业投资规模中软件与服务增长迅速

图表：2009-2010年管理软件在各行业应用结构

图表：2009-2010年中国管理软件区域市场结构

图表：2009年管理软件行业品牌市场情况（%）

图表：2009-2010年管理软件行业品牌市场情况（%）

图表：用户对管理软件产品与服务的满意度均有提升

图表：2009-2015年中国ERP市场规模预测

图表：2008-2009年企业在ERP方面的主要应用分布状况

图表：2009-2010年中国可应用ERP软件企业分布

图表：2009-2010年中国ERP软件行业分布情况

图表：2009-2010年中国ERP软件区域分布情况

图表：2009-2010年中国ERP市场品牌分布情况

图表：2009-2010年企业用户最希望采购的ERP软件的品牌分布状况

图表：2005-2009年中国ERP市场集中度逐渐提高

图表：企业在HR（人力资源）信息化方面的主要应用状况

图表：企业用户最希望购买的HR软件的品牌分布状况

图表：企业在SCM（供应链管理）/物流信息化方面的供应状况

图表：企业用户最希望购买的SCM（供应链管理）系统的品牌分布状况

图表：企业在OA/协同办公方面的主要应用分布状况

图表：企业用户最希望购买的OA/协同办公系统软件的品牌分布状况

图表：CRM软件在各规模企业中的应用

图表：2009-2010年企业在CRM软件方面的应用情况

图表：2009-2010年CRM产品行业应用情况

图表：2009-2010年中国CRM软件市场的区域分布

图表：2009-2010年企业所应用CRM系统的软件品牌分布状况

图表：管理软件产品链

图表：中国管理软件行业收入规模稳步增长（单位：亿元）

- 图表：客户行为周期分析
- 图表：管理软件市场品牌前十名所占份额
- 图表：国内外管理软件厂商展开全方位竞争
- 图表：2009-2010年中国软件企业销售收入普遍偏小
- 图表：2009-2010年中期公司产品销售收入构成
- 图表：2009-2010年中期公司产品销售收入构成
- 图表：主营收入增长率
- 图表：近几年毛利率走势（单位：%）
- 图表：公司研发投入及占主营收入的比例
- 图表：ERP-U860整合管理业务
- 图表：ERP-NC总体架构
- 图表：用友软件2007年在中国管理软件市场中份额
- 图表：用友软件股份有限公司主要经济指标走势图
- 图表：用友软件股份有限公司经营收入走势图
- 图表：用友软件股份有限公司盈利指标走势图
- 图表：用友软件股份有限公司负债情况图
- 图表：用友软件股份有限公司负债指标走势图
- 图表：用友软件股份有限公司运营能力指标走势图
- 图表：用友软件股份有限公司成长能力指标走势图
- 图表：创智信息科技股份有限公司主要经济指标走势图
- 图表：创智信息科技股份有限公司经营收入走势图
- 图表：创智信息科技股份有限公司盈利指标走势图
- 图表：创智信息科技股份有限公司负债情况图
- 图表：创智信息科技股份有限公司负债指标走势图
- 图表：创智信息科技股份有限公司运营能力指标走势图
- 图表：创智信息科技股份有限公司成长能力指标走势图
- 图表：东软集团股份有限公司主要经济指标走势图
- 图表：东软集团股份有限公司经营收入走势图
- 图表：东软集团股份有限公司盈利指标走势图
- 图表：东软集团股份有限公司负债情况图
- 图表：东软集团股份有限公司负债指标走势图
- 图表：东软集团股份有限公司运营能力指标走势图
- 图表：东软集团股份有限公司成长能力指标走势图
- 图表：按照公司主营业务产品划分
- 图表：管理软件销售额与GDP的散点图与相关图

图表：管理软件销售额与固定资产投资额的散点图与相关图

图表：管理软件销售额与居民消费水平的散点图与相关图

图表：略.....

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/ruanjian/8317083170.html>