

# 2021年中国CRM软件市场调研报告- 市场运营现状与发展动向预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国CRM软件市场调研报告-市场运营现状与发展动向预测》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/534520534520.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

CRM即客户关系管理，指企业按照客户细分情况有效的组织企业资源，培养以客户为中心的经营行为以及实施以客户为中心的业务流程，并以此为手段来提高企业的经营能力、收入以及客户满意度。我国CRM软件行业起步较晚，但近年在国家相关政策法规大力鼓励支持下，行业进入快速发展阶段。

### 2016-2020年中国CRM软件行业相关政策汇总

日期

政策名称

内容

2016.4

《国务院办公厅关于深入实施“互联网+流通”行动计划的意见》

指出加快推动流通转型升级，支持企业充分应用移动互联网、物联网、大数据等信息技术，在营销、支付、售后服务等方面线上线下互动。鼓励拓展智能消费新领域，大力发展绿色流通和消费，深入推进农村电子商务，积极促进电子商务进社区

2016.8

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》

大数据作为基础性战略资源，全面实施促进大数据发展行动，加快推动数据资源共享开放和开发位用，助力产业转型升级和社会治理创新，支持电子商务基础设施建设，促进重点领域电子商务创新和融合应用。

2016.11

《国务院办公厅关于推动实体零售创新转型的意见》

逐步提高信息化水平，将线下物流、服务，体验等优势与线上商流，资金流，信息流融合，拓展智能化、网络化的全渠道布局。建立社会化、市场化的数据应用机制，鼓励电子商务平台向实体零售企业有条件地开放数据资源，提高资源配置效率和经营决策水平

2016.12

《电子商务“十三五”发展规划》

首次赋予电子商务服务经济增长和社会发展的双重目标，提出了“十三五”时期建设电子商务发展框架的五大任务,包括加快电子商务提质升级；推进电子商务与传统产业深度融台；发展电子商务要素市场；完善电子商务民生服务体系；优化电子商务治理环境指出促进线上线下融合。建立适应融合发展的标准规范、竞争规则，引导实体零售企业

2016.12

《大数据产业发展规划(2016-2020年)》

培育数据即服务模式。发展数据资源服务、在线数据服务、大数据平台服务等模式，支持企业充分整合、挖掘、利用自有数据或公共数据资源，面向具体需求和行业领域，开展数挥分

析、数据咨调等服务，形成按黄提供数据展务的新模式。支持第三方大数据服务。鼓励企业探索数据采集、数据清洗、数据交换等新商业模式，培育一批开展数据服务的新业态

2017.4

《云计算发展三年行动计划(2017-2019年)》

到2019年，我国云计算产业规模达到4300亿元，突破一批核心关键技术，云计算服务能力达到国际先进水平，对新一代信息产业发展的带动效应显著增强。云计算在制造、政务等领域的应用水平显著提升

2017.12

《网络零售标准化建设工作指引》

到2020年，基本建成结构合理、衔接配套、覆盖全面，国际接轨，适应网络零售快速健康发展需要的网络零售标准体系。重点领域标准时效性、完备性、适用性显著提高。

2015.8

《国务院关于印发促进大数据发展行动纲要的通知》

培育高端智能，新兴繁荣的产业发展新生态。推动大数据与云计算、物联网，移动互联网等新一代信息技术融合发展，探索大数据与传统产业协同发展的新业态、新模式，促进传统产业转型升级和新兴产业发展，培育新的经济增长点。形成一批满足大数据重大应用需求的产品、系统和解决方案，建立安全可信的大数据技术体系，大数据产品和服务达到国际先进水平，国内市场占有率显著提高。培育一批面向全球的骨干企业和特色鲜明的创新型中小企业。构建形成政产学研用多方联动、协调发展的大数据产业生态体系

2018.7

《推动企业上云实施指南(2018-2020年)》

推动企业利用云计算加快数字化、网络化、智能化转型，推进互联网、大数据、人工智能与实体经济深度融合

2020.4

《5G消息白皮书》

5G消息带来全新的人机交互模式用户在消息窗口就能完成服务搜索、发现、交互、支付等站式的业务体验，构建了全新的信息服务入口。使用5G消息，用户无需下载客户端，在终端原生的消息入口即可接收到5G消息。5G消息业务使个人用户之间的信息沟通更丰富，更便捷，用户之间除了可以发送文本信息，还可以发送图片、音视频等多种媒体和多种格式的信息。

2020.5

《2020年政府工作报告》

加强新型基础设施建设，发展新一代信息网络，拓展5G应用，建设数据中心，激发新消费需求、助力产业升级

2020.7

### 《关于支持新业态新模式健康发展激活消费市场带动扩大就业的意见》

加快传统企业数字化转型步伐。助力降低数字化转型难度，发展线上线下融合的业务发展模式，提升企业发展活力。培育一批数字化服务企业和创新应用企业，发挥引领带动作用。组织面向数字化转型基础软件、技术、算法等联合攻关。

2020.9

### 《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》

(五)推动线上线下融合消费双向提速。支持互联网平台企业向线下延伸拓展，加快传统线下业态数字化改造和转型升级，发展个性化定制、柔性化生产，推动线上线下消费高效融合、大中小企业协同联动、上下游全链条一体发展。引导实体企业更多开发数字化产品和服务，鼓励实体商业通过直播电子商务、社交营销开启“云逛街”等新模式。(十)安全有序推进数据商用。在健全安全保障体系的基础上，依法加强信息数据资源服务和监管。加大整合开发力度，探索数据流通规则制度，有效破除数据壁垒和“孤岛”，打通传输应用堵点，提升消费信息数据共享商用水平，更好为企业提供算力资源支持和优惠服务。探索发展消费大数据服务。

2021.03

### 《2021年政府工作报告》

加大5G网络和千兆光网建设力度；加强数字政府建设，建立健全政务数据共享协调机制，推动电子证照扩大应用领域和全国互通互认，实现更多政务服务事项网上办、掌上办、一次办。企业和群众经常办理的事项，今年要基本实现“跨省通办”；加快数字化发展，打造数字经济新优势，协同推进数字产业化和产业数字化转型，加快数字社会建设步伐，提高数字政府建设水平，营造良好数字生态，建设数字中国数据来源：公开资料整理

因此，在国家相关政策大力鼓励支持以及信息技术不断进步的背景下，我国CRM软件行业蓬勃发展。同时，近年来我国CRM在各行业企业的经营活动中重要性持续增加，以及本地部署CRM的企业云需求扩大，我国云部署的CRM软件行业发展潜力较大。根据数据显示，2018年我国基于云的CRM行业市场规模为14.40亿元，同比增长48.61%，2020年将达到21.89亿元。

2015-2021年中国云部署的CRM软件行业市场规模及预测情况 数据来源：公开资料整理（WYD）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国CRM软件市场调研报告-市场运营现状与发展动向预测》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【报告大纲】

### 第一章 2017-2020年中国CRM软件行业发展概述

#### 第一节 CRM软件行业发展情况概述

- 一、CRM软件行业相关定义
- 二、CRM软件行业基本情况介绍
- 三、CRM软件行业发展特点分析
- 四、CRM软件行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、CRM软件行业需求主体分析

#### 第二节 中国CRM软件行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、CRM软件行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
  - 1、沟通协调机制
  - 2、风险分配机制
  - 3、竞争协调机制

#### 四、中国CRM软件行业产业链环节分析

##### 1、上游产业

##### 2、下游产业

#### 第三节 中国CRM软件行业生命周期分析

##### 一、CRM软件行业生命周期理论概述

##### 二、CRM软件行业所属的生命周期分析

#### 第四节 CRM软件行业经济指标分析

##### 一、CRM软件行业的赢利性分析

##### 二、CRM软件行业的经济周期分析

##### 三、CRM软件行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国CRM软件行业进入壁垒分析

##### 一、CRM软件行业资金壁垒分析

##### 二、CRM软件行业技术壁垒分析

##### 三、CRM软件行业人才壁垒分析

##### 四、CRM软件行业品牌壁垒分析

##### 五、CRM软件行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2020年全球CRM软件行业市场发展现状分析

### 第一节 全球CRM软件行业发展历程回顾

### 第二节 全球CRM软件行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲CRM软件行业地区市场分析

#### 一、亚洲CRM软件行业市场现状分析

#### 二、亚洲CRM软件行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲CRM软件行业市场前景分析

### 第四节 北美CRM软件行业地区市场分析

#### 一、北美CRM软件行业市场现状分析

#### 二、北美CRM软件行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美CRM软件行业市场前景分析

### 第五节 欧洲CRM软件行业地区市场分析

#### 一、欧洲CRM软件行业市场现状分析

#### 二、欧洲CRM软件行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧洲CRM软件行业市场前景分析

### 第六节 2021-2026年世界CRM软件行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026年全球CRM软件行业市场规模预测

### 第三章 中国CRM软件产业发展环境分析

#### 第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品CRM软件总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

#### 第二节 中国CRM软件行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

#### 第三节 中国CRM软件产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

### 第四章 中国CRM软件行业运行情况

#### 第一节 中国CRM软件行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

#### 第二节 中国CRM软件行业市场规模分析

#### 第三节 中国CRM软件行业供应情况分析

#### 第四节 中国CRM软件行业需求情况分析

#### 第五节 我国CRM软件行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

#### 第六节 中国CRM软件行业供需平衡分析

#### 第七节 中国CRM软件行业发展趋势分析

### 第五章 中国CRM软件所属行业运行数据监测

## 第一节 中国CRM软件所属行业总体规模分析

### 一、企业数量结构分析

### 二、行业资产规模分析

## 第二节 中国CRM软件所属行业产销与费用分析

### 一、流动资产

### 二、销售收入分析

### 三、负债分析

### 四、利润规模分析

### 五、产值分析

## 第三节 中国CRM软件所属行业财务指标分析

### 一、行业盈利能力分析

### 二、行业偿债能力分析

### 三、行业营运能力分析

### 四、行业发展能力分析

## 第六章 2017-2020年中国CRM软件市场格局分析

### 第一节 中国CRM软件行业竞争现状分析

#### 一、中国CRM软件行业竞争情况分析

#### 二、中国CRM软件行业主要品牌分析

### 第二节 中国CRM软件行业集中度分析

#### 一、中国CRM软件行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国CRM软件行业市场集中度分析

### 第三节 中国CRM软件行业存在的问题

### 第四节 中国CRM软件行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国CRM软件行业钻石模型分析

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

## 第七章 2017-2020年中国CRM软件行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国CRM软件行业消费市场动态情况

### 第二节 中国CRM软件行业消费市场特点分析

#### 一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 CRM软件行业成本结构分析

第四节 CRM软件行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国CRM软件行业价格现状分析

第六节 中国CRM软件行业平均价格走势预测

一、中国CRM软件行业价格影响因素

二、中国CRM软件行业平均价格走势预测

三、中国CRM软件行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国CRM软件行业区域市场现状分析

第一节 中国CRM软件行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区CRM软件市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区CRM软件市场规模分析

四、华东地区CRM软件市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区CRM软件市场规模分析

四、华中地区CRM软件市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区CRM软件市场规模分析

四、华南地区CRM软件市场规模预测

第九章 2017-2020年中国CRM软件行业竞争情况

第一节 中国CRM软件行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国CRM软件行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国CRM软件行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 CRM软件行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

##### 第四节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

##### 第五节 企业

###### 一、企业概况

###### 二、主营产品

###### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第十一章 2021-2026年中国CRM软件行业发展前景分析与预测

#### 第一节 中国CRM软件行业未来发展前景分析

##### 一、CRM软件行业国内投资环境分析

##### 二、中国CRM软件行业市场机会分析

##### 三、中国CRM软件行业投资增速预测

#### 第二节 中国CRM软件行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国CRM软件行业市场发展预测

##### 一、中国CRM软件行业市场规模预测

##### 二、中国CRM软件行业市场规模增速预测

##### 三、中国CRM软件行业产值规模预测

##### 四、中国CRM软件行业产值增速预测

##### 五、中国CRM软件行业供需情况预测

#### 第四节 中国CRM软件行业盈利走势预测

##### 一、中国CRM软件行业毛利润同比增速预测

##### 二、中国CRM软件行业利润总额同比增速预测

### 第十二章 2021-2026年中国CRM软件行业投资风险与营销分析

#### 第一节 CRM软件行业投资风险分析

##### 一、CRM软件行业政策风险分析

##### 二、CRM软件行业技术风险分析

##### 三、CRM软件行业竞争风险分析

##### 四、CRM软件行业其他风险分析

#### 第二节 CRM软件行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

## 第十三章 2021-2026年中国CRM软件行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国CRM软件行业品牌战略分析

- 一、CRM软件企业品牌的重要性
- 二、CRM软件企业实施品牌战略的意义
- 三、CRM软件企业品牌的现状分析
- 四、CRM软件企业的品牌战略
- 五、CRM软件品牌战略管理的策略

### 第二节 中国CRM软件行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

### 第三节 中国CRM软件行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

### 第四节 CRM软件行业竞争力提升策略

- 一、CRM软件行业产品差异性策略
- 二、CRM软件行业个性化服务策略
- 三、CRM软件行业的促销宣传策略
- 四、CRM软件行业信息智能化策略
- 五、CRM软件行业品牌化建设策略
- 六、CRM软件行业专业化治理策略

## 第十四章 2021-2026年中国CRM软件行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国CRM软件行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国CRM软件行业营销渠道策略

一、CRM软件行业渠道选择策略

二、CRM软件行业营销策略

第三节 中国CRM软件行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国CRM软件行业重点投资区域分析

二、中国CRM软件行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/ruanjian/534520534520.html>