



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国SaaS（软件运营服务）市场需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2016-2022年中国SaaS（软件运营服务）市场需求及投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/274635.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

软件运营服务是SaaS（Software as a Service）的中文翻译。是指用户获取软件服务的一种新形式。它不需要用户将软件产品安装在自己的电脑或服务器上，而是按某种服务水平协议（SLA）直接通过网络向专门的提供商获取自己所需要的、带有相应软件功能的服务。

SaaS（软件运营服务）是随着互联网技术的发展和应用程序的成熟，而在21世纪开始兴起的一种完全创新的软件应用模式。它与"on-demand software"（按需软件），the application service provider（ASP，应用服务提供商），hosted software（托管软件）所具有相似的含义。它是一种通过Internet提供软件的模式，厂商将应用软件统一部署在自己的服务器上，客户可以根据自己实际需求，通过互联网向厂商定购所需的应用软件服务，按定购的服务多少和时间长短向厂商支付费用，并通过互联网获得厂商提供的服务。用户不用再购买软件，而改用向提供商租用基于Web的软件，来管理企业经营活动，且无需对软件进行维护，服务提供商会全权管理和维护软件。有些软件厂商在向客户提供互联网应用的同时，也提供软件的离线操作和本地数据存储，让用户随时随地都可以使用其定购的软件和服务。对于许多小型企业来说，SaaS是采用先进技术的最好途径，它消除了企业购买、构建和维护基础设施和应用程序的需要。

在这种模式下，客户不再象传统模式那样花费大量投资用于硬件、软件、人员，而只需要支出一定的租赁服务费用，通过互联网便可以享受到相应的硬件、软件和维护服务，享有软件使用权和不断升级；公司上项目不用再像传统模式一样需要大量的时间用于布置系统，多数经过简单的配置就可以使用。这是网络应用最具效益的营运模式。

软营SaaS模式与传统的销售软件永久许可证的方式有很大的不同，它是未来管理软件的发展趋势，相比较传统服务方式而言SaaS具有很多独特的特征：

减少投资

SaaS不仅减少了或取消了传统的软件授权费用，而且厂商将应用软件部署在统一的服务器上，免除了最终用户的服务器硬件、网络安全设备和软件升级维护的支出，客户不需要除了个人电脑和互联网连接之外的其它IT投资就可以通过互联网获得所需要软件和服务。此外，大量的新技术，如WebService，提供了更简单、更灵活、更实用的SaaS。

按需订购

另外，SaaS软件运营商通常是按照客户所租用的软件模块来进行收费的，因此用户可以根据需求按需订购软件应用服务，而且SaaS的供应商会负责系统的部署、升级和维护。而传统管理软件通常是买家需要一次支付一笔可观的费用才能正式启动。

前景美好

SaaS将会有很大的发展。Think战略调研机构的最新调查结果显示，有三分之一的人有打算要在2006年使用SaaS。既然得到了这么多人的接受，SaaS已成为软件产业的一个重要力量。只要SaaS的品质和可信度能继续得到证实，它的魅力就不会消退。

适用广泛

SaaS不仅适用于中小型企业，所有规模的企业都会从SaaS中获利。新一代的SaaS能够使用户在小范围的实施中测试应用程序的可靠性和适用性。

SaaS不仅适用于CRM，而且正在慢慢的用于处理几乎每个管理软件的需求。

ERP这样的企业应用软件，软件的部署和实施比软件本身的功能、性能更为重要，万一部署失败，那所有的投入几乎全部白费，这样的风险是每个企业用户都希望避免的。通常的ERP、CRM项目的部署周期至少需要一两年甚至更久的时间，而SaaS模式的软件项目部署最多也不会超过90天，而且用户无需在软件许可证和硬件方面进行投资。传统软件在使用方式上受空间和地点的限制，必须在固定的设备上使用，而SaaS模式的软件项目可以在任何可接入Internet的地方与时间使用。相对于传统软件而言SaaS模式在软件的升级、服务、数据安全传输等各个方面都有很大的优势。

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。

报告揭示了中国SaaS（软件运营服务）行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国SaaS（软件运营服务）行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国SaaS（软件运营服务）行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 SaaS（软件运营服务）的相关概述 1

第一节 SaaS的定义及分类 1

一、SaaS的概念解析 1

二、SaaS的分类情况 1

三、SaaS的生态系统构成 2

第二节 SaaS的特性与作用 3

一、SaaS服务的主要特征 3

二、 SaaS模式的作用分析	5
三、 SaaS模式与传统许可模式的比较浅析	14
四、 SaaS的客户价值透析	17
五、 SaaS的应用领域广泛	18
第三节 SaaS与ASP的区别与联系	19
一、 ASP的基本介绍	19
二、 SaaS相关概念的区别解析	20
三、 SaaS模式与ASP模式的差异剖析	21
第二章 2013-2015年SaaS产业发展分析	26
第一节 全球SaaS产业的发展概况	26
一、 SaaS发展的演进历程	26
二、 国外SaaS产业发展状况及特征分析	27
三、 全球SaaS市场将增长情况	27
四、 日本SaaS市场投资趋势解析	27
第二节 中国SaaS产业总体发展综述	29
一、 我国SaaS市场发展的基本情况	29
二、 中国SaaS市场集中度正在扩大	30
三、 我国SaaS市场发展的趋势浅析	30
四、 SaaS市场理性回归用户认知度逐步提升	31
五、 企业对SaaS的需求状况分析	35
第三节 中国SaaS市场发展现状	37
一、 SaaS市场发展回顾	37
二、 SaaS市场特点	38
三、 我国SaaS市场竞争全面升级	40
四、 SaaS市场渠道：多赢局面	41
五、 SaaS模式对传统软件行业发起猛烈冲击	46
六、 SaaS发展突破年	47
七、 面向行业进行功能整合成为SaaS突破点	49
八、 SaaS竞争更激烈，用户更成熟	51
第四节 SaaS产业发展存在的问题	52
一、 中国SaaS市场发展的制约因素	52
二、 SaaS产业发展面临的主要挑战分析	53

三、 SaaS市场存在的三大难题	57
四、 中国SaaS产业安全问题亟待解决	59
五、 SaaS亟待增强产品功能性凸显行业特性	60
第五节 SaaS产业发展的对策分析	62
一、 国内SaaS市场发展的建议	62
二、 SaaS发展打造本土化特色是关键	66
三、 中国SaaS健康发展需要构建完善的诚信机制	68
四、 中国SaaS市场快速壮大的对策	69
五、 企业部署SaaS更需要相关政策支持	71
六、 SaaS产业应注重"以人为本"	74
第三章 2013-2015年管理型SaaS市场分析	77
第一节 企业管理类SaaS发展历程	77
一、 概念传播阶段	77
二、 萌芽阶段	77
三、 初级阶段	77
第二节 管理型SaaS市场发展概况	78
一、 管理型SaaS与工具型SaaS渐趋融合	78
二、 管理型SaaS给企业带来的利好	79
三、 管理型SaaS市场逐渐受到企业重视	81
四、 我国管理型SaaS应用成交率大幅上升	84
五、 传统管理软件厂商的SaaS用户规模将快速增长	85
六、 SaaS管理软件市场回顾	86
七、 管理型SaaS的个性化发展透析	88
第三节 管理型SaaS市场成功的要点解析	89
一、 SaaS厂商需具备的能力剖析	89
二、 企业运用互联网的能力	89
三、 构建创新商业模式能力	90
四、 全程客户服务能力	90
第四节 管理型saas市场前景及发展趋势	91
一、 管理型SaaS：创新仍是未来发展方向	91
二、 本土化优势渐显国产管理类SaaS软件的崛起	92
三、 渠道将成为管理型SaaS企业制胜法宝	98

第四章 2013-2015年SaaS市场的厂商与用户分析 101

第一节 SaaS市场的厂商发展动态 101

- 一、国外大型SaaS企业积极抢攻中国市场 101
- 二、国内SaaS行业企业格局分析 103
- 三、中国SaaS市场的两大阵营简析 105
- 四、国内主流SaaS企业及其产品评析 106
- 五、我国SaaS厂商积极构筑战略联盟 106

第二节 SaaS用户的使用状况分析 108

- 一、用户对SaaS的认知情况 108
- 二、SaaS规模大增用户接受度提升 108
- 三、企业SaaS应用计划分析 109
- 四、OA类SaaS应用受用户重视 109

第三节 SaaS用户的使用情况透析 111

- 一、用户了解程度 111
- 二、数据安全问题受关注 111
- 三、服务的方便性受企业青睐 114
- 四、降低成本是企业考虑的重要因素 115

第四节 SaaS市场厂商动态 115

- 一、最大SaaS服务商浮出水面 运营服务成关键 115
- 二、SaaS厂商走向"混合型"谁将成为领头羊 117

第五章 2013-2015年中国SaaS的市场应用分析 119

第一节 SaaS在中小企业的应用情况 119

- 一、SaaS帮助中小企业摆脱在线管理困境 119
- 二、中小企业全面普及SaaS尚待时日 120
- 三、中小企业选择SaaS的注意事项 122
- 四、中小企业实施SaaS模式面临的挑战及策略 126
- 五、多数中小企业将应用SaaS模式 133

第二节 SaaS在邮件领域的应用分析 137

- 一、SaaS对传统邮件市场影响颇深 137
- 二、SaaS技术升温电子邮件领域掀并购潮 138
- 三、SaaS在反垃圾邮件中应用效果突出 140
- 四、SaaS的邮件归档功能突出应用前景光明 141

五、邮件系统20%转向SaaS 143

第三节 SaaS在电子政务领域的应用综述 145

- 一、电子政务领域SaaS发展的机会 145
- 二、SaaS模式在电子政务中应用特点透析 148
- 三、SaaS在电子政务中的具体应用情况 149
- 四、SaaS在电子政务领域的应用潜力探析 159
- 五、电子政务应用SaaS模式的风险与管控 164

第四节 SaaS模式的其他应用分析 168

- 一、零售企业对SaaS的需求及应用风险探析 168
- 二、SaaS模式下视频会议租用成市场新趋向 175
- 三、SaaS模式下视频会议遭遇的阻碍 177

第五节 SaaS模式的应用个案及方向透析 178

- 一、全程电子商务管理 178
- 二、CRM客户关系管理 178
- 三、SCM供应链管理 179
- 四、节省通讯成本 179

第六章 2013-2015年SaaS的市场运营分析 181

第一节 SaaS产业的基本运营模式剖析 181

- 一、中国SaaS产业有两种主导运营模式 181
- 二、以自身产品为核心应用的模式浅析 181
- 三、以在线软件服务的第三方平台模式介绍 182

第二节 摆脱ASP模式困境SaaS需解决的难题 182

- 一、SaaS业务模式的深入解析 182
- 二、服务提供商的公信力是首要挑战 183
- 三、应用连续性与数据安全性成为重要 184
- 四、盈利模式和营销方式的突破 185

第三节 SaaS模式的运营风险及安全策略分析 185

- 一、SaaS模式面临的主要风险因素 185
- 二、SaaS系统的风险主体探讨 189
- 三、透析SaaS系统存在的安全隐患 190
- 四、SaaS系统的风险规避措施探究 190

第四节 SaaS的营销策略探讨 192

一、 SaaS市场营销的三大建议 192

二、 SaaS的渠道建设方案透析 195

三、 SaaS的市场推广模式探索 196

四、 SaaS的品牌推广策略思考 198

第七章 国外重点企业分析 201

第一节 微软 201

一、 企业简介 201

二、 微软的SaaS应用平台分析 201

三、 微软SaaS的中国市场战略解读 202

第二节 Google 205

一、 企业简介 205

二、 Google积极抢攻SaaS市场 205

三、 Google进军SaaS市场面临的挑战 206

第三节 NetSuite 207

一、 企业简介 207

二、 Net Suite瞄准中国SaaS市场蓄势待发 209

三、 Net Suite在日本地区推出SaaS新品 212

四、 Net Suite携手简柏特共促业务流程管理现代化改造 212

第四节 Salesforce.com 213

一、 企业简介 213

二、 Salesforce的SaaS业务成功的秘诀 213

三、 Salesforce在中国SaaS市场发展概况 215

四、 Salesforce.com亚太客户2010会计年度增长36% 217

第八章 国内重点企业分析 219

第一节 阿里软件 219

一、 企业简介 219

二、 阿里软件在南京创建SaaS服务中心 219

三、 阿里软件平台关闭：SaaS的穷途末路？ 220

第二节 金蝶 224

一、 企业简介 224

二、 金蝶友商网大肆发力国内SaaS市场 225

三、 金蝶SaaS发展的成效与问题 225

四、金蝶友商网锁定小企业的SaaS服务 226

第三节 用友 227

一、企业简介 227

二、用友正式进军SaaS市场 228

三、用友SaaS的草根思维 230

四、用友收购尚南正式进军BI领域 231

五、用友携手IBM占位管理软件"云计算" 232

第四节 八百客 236

一、企业简介 236

二、八百客成功融资 237

三、中国SaaS市场八百客居领导地位 238

四、八百客欲打造中国SaaS第一品牌 239

第五节 铭万 240

一、企业简介 240

二、SaaS市场竞争激烈铭万抢占先机 240

三、铭万、联想携手开创中小企业信息化全新服务模式 242

四、铭万公司荣膺国内顶级SAAS专家顾问团 244

第九章 2016-2022年SaaS市场发展前景及趋势预测 245

第一节 世界SaaS市场发展前景展望 245

一、亚太区75%的机构将增加SaaS投资 245

二、全球SaaS未来发展方向探析 247

三、SaaS服务将成全球电子商务发展主流 248

第二节 中国SaaS市场发展前景及趋势 250

一、未来中国SaaS市场发展前景展望 250

二、中国SaaS市场规模预测 255

三、未来三年SaaS产业发展分水岭将现 255

四、未来十年内传统软件业与SAAS仍将并存 258

图表目录:

图表 1：SaaS模式与传统软件许可模式的区别 16

图表 2：2010-2015年我国SaaS用户认知程度变化 108

图表 3：2010-2015年我国SaaS用户接受度变化 108

图表 4：2010-2015年我国计划使用SaaS的企业数量变化 109

图表 5：2015年我国SaaS用户产品认知程度 111

图表 6：2014-2020年我国SaaS市场规模预测 255

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/274635.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等；

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。