



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2009年中国CRM软件市场趋势预测及投资策略报告

一、调研说明

《2008-2009年中国CRM软件市场趋势预测及投资策略报告》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/39694.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

【 描述 】

2007年，中国CRM软件市场的销售总量达到4.41亿元，同比增长25.8%，进入快速增长阶段，在厂商对市场的多年培育下，来自用户的自发需求明显上升。在这一阶段，主力厂商的品牌树立和维护成为重点，在迅速释放的潜在市场中增强品牌影响力将带来品牌价值的持续增长。

从2007年中国CRM软件垂直市场分布来看，CRM软件基本是应用在大中型企业，尤其是中型企业在客户管理、销售管理以及基于销售信息的商业智能等方面需求增长较快，呼叫中心建设的蓬勃发展也带动了CRM软件的应用规模。

在开展了CRM系统应用的企业中，CRM系统品牌认知度最高的是ORACLE和SAP，分别占17.6%和17.1%；其他品牌还有用友（7.1%）、Siebel（5.3%）、金碟（5.3%）、Sales Logix（4.1%）和Microsoft CRM（4.1%）等；另有24.7%的企业是自主开发的CRM系统。

【 目录 】

一、 2008年上半年中国CRM软件市场环境概述 1

(一) CRM软件市场概述 1

1 产品定义 1

2 CRM软件发展历程 2

3 全球CRM软件市场概述 4

(二) 中国CRM软件市场发展环境 9

1 政策环境 9

2 经济环境 10

二、 2008年上半年中国CRM软件市场规模与结构 13

(一) 市场规模 13

(二) 市场结构	13
1 垂直市场结构	14
2 平行市场结构	14
3 区域市场结构	15
4 品牌结构	15
(三) 2008年上半年中国CRM软件市场特征	16
(四) 中国CRM软件市场存在的问题	16
1 CRM 产品缺乏专业化、细分化的解决方案	17
2 在设计 CRM 产品时缺乏整体系统的掌控	17
3 忽视了CRM流程的改进和集成	17
三、 2008年上半年CRM软件市场供需分析	18
(一) CRM软件应用效果分析	18
1 加速企业对客户的响应速度	18
2 帮助企业改善服务	18
3 提高企业工作效率	18
4 有效降低成本	18
5 规范企业管理	18
6 帮助企业摄入挖掘客户的需求	18
7 为企业的决策提供科学的支持	19
(二) 中国CRM软件市场现状分析	19
1 CRM软件厂商状况分析中国CRM软件商评估	19
2 “产品”调查	19
(三) 用户需求分析	26
1 客户消费行为的特点	26
2 客户消费行为分析	26
3 中小企业需求影响CRM未来	28
(四) 厂商供给分析	28
1 产品	28
2 价格	29
3 促销	30
4 渠道	31

5 覆盖区域 31

四、中国CRM软件市场竞争格局分析 33

(一) CRM软件实施价值分析 33

(二) 行业生命周期分析 33

(三) 市场竞争格局 34

(四) 我国CRM软件市场SWOT分析 34

1 优势 (S) 35

2 劣势 (W) 35

3 机会 (O) 35

4 威胁 (T) 35

五、主要厂商分析 36

(一) Turbo CRM信息科技有限公司 36

1 公司情况 36

2 经营分析 36

3 公司发展规划 37

(二) SIEBEL中国办事处 37

1 公司简介 37

2 经营状况分析 38

(三) Oracle中国公司 38

1 公司简介 38

2 财务状况分析 39

3 经营状况分析 40

(四) 东软软件股份有限公司 40

1 公司简介 40

2 财务状况分析 41

3 经营状况分析 41

4 经营预测分析 42

(五) 北京联成互动软件技术有限公司 43

1 公司简介 43

2 经营状况分析 43

3 财务状况分析 44

(六) 北京用友软件股份有限公司 45

1 公司概况 45

2 公司制定新三年发展规划 46

3 经营分析 47

4 主要产品分析 49

(七) SAP中国公司 55

1 公司简介 55

2 经营状况分析 56

3 产品分析 57

(八) 金蝶国际软件有限公司 58

1 公司简介 58

2 经营状况 59

3 业务构成 59

(九) 微软中国 60

1 微软公司简介 60

2 微软CRM概述 60

3 微软CRM定位 61

4 微软CRM特点 61

六、中国CRM产品行业应用情况分析 63

(一) 企业在CRM信息化方面的主要应用分布状况 63

(二) 中国保险行业CRM应用状况分析 63

(三) 中国银行业CRM应用状况分析 64

(四) 中国电信行业CRM应用状况分析 65

(五) 中国汽车制造业CRM应用状况分析 67

(六) 中国医药行业CRM应用状况分析 69

七、中国CRM软件市场发展趋势分析 71

(一) 未来几年中国CRM软件市场的趋势分析 71

1 行业化、细分化检验着CRM的发展潜力 71

2 强调协同化，与其它业务系统实现无缝集成融合 71

3 技术无线化，随时随地实现无线网络化营销管理 72

4 CRM将向中低端市场、更多行业延伸渗透 72

(二) 未来几年中国CRM软件市场的规模预测 73

1 相关性分析 73

2 相关变量预测 74

3 CRM软件销售额预测 75

八 中国CRM软件市场风险及投资策略分析 77

(一) 中国CRM软件市场风险分析 77

1 市场竞争加剧的风险 77

2 新产品运营风险 77

(二) 市场发展策略与建议 77

表目录

表 1 国外十大CRM软件供应商情况 5

表 2 国外CRM软件供应商产品特点分析 6

表 3 国外CRM软件供应商产品功能和价格比较 7

表 4 CRM软件厂商排名情况 19

表 5 不同功能产品的价格战略 30

表 6 不同城市的主要厂商分析 31

表 7 2005-2008年上半年的经营状况 40

表 8 东软公司主营业务分行业、产品情况（单位：元） 41

表 9 东软公司各地区主营业务情况（单位：元） 41

表 10 用友公司核心业务 46

表 11 用友公司ERP产品的定位 50

表 12 U870新增行业插件 51

表 13 权威机构对未来五年内GDP 的预测 75

表 14 2008年-2012年国内生产总值预测值 75

表 15 2008年-2012年管理软件销售额预测值 76

图目录

图 1 CRM的关键成功要素 1

图 2	2003-2008年上半年中国国内生产总值及增长率情况	11
图 3	1997-2008年上半年中国存款利率变动情况	11
图 4	1997-2008年上半年中国贷款利率变动情况	12
图 5	2002-2008年上半年中国CRM软件销售额及其增长率变动情况	13
图 6	中国CRM软件垂直市场分布	14
图 7	2008年上半年CRM产品行业应用情况	14
图 8	2008年上半年中国CRM软件市场的区域分布	15
图 9	2008年上半年企业所应用CRM系统的软件品牌分布状况	16
图 10	十家CRM软件商产品得分情况图	20
图 11	十家CRM软件商产品得分组成图	21
图 12	十家CRM软件商品牌形象得分图	22
图 13	十家CRM软件商品牌形象得分组成图	22
图 14	第一选择软件商比例图	23
图 15	最不会选择软件商比例图	25
图 16	CRM软件的市场认知度分析	27
图 17	CRM软件的普及程度分析	27
图 18	各地区对CRM软件的关注程度分析	28
图 19	各CRM产品的主要价格区间	30
图 20	企业实施CRM软件的不同阶段及附加值	33
图 21	CRM运用循环图	34
图 22	Turbo2007 年收入中各类服务占比	37
图 23	2004-2007年Siebel公司收入与投资分析	38
图 24	2004-2008年上半年ORACLE公司营业收入与营业成本比较	39
图 25	按行业划分的业务构成情况	44
图 26	联成互动软件近5个财年的收入利润率变化分析	44
图 27	联成互动软件近5个财年的资产负债率变化分析	45
图 28	2008年上半年中期用友公司产品销售收入构成	46
图 29	2008年上半年中期用友公司产品销售收入构成	47
图 30	用友公司主营收入增长率	48
图 31	近几年用友公司毛利率走势（单位：%）	49
图 32	用友公司研发投入及占主营收入的比例	49
图 33	用友公司ERP-U860整合管理业务	50

图 34 ERP-NC总体架构	52
图 35 用友公司分产品收入情况（单位：万元）	54
图 36 用友软件2007年在中国管理软件市场中份额	55
图 37 2003-2007年SAP公司营业收入与营业成本比较	56
图 38 2004-2007年SAP公司收入与投资分析	57
图 39 2004-2007年SAP历年服务收入平稳	57
图 40 SAP2007年收入中各类服务占比	58
图 41 按行业划分的业务构成情况	59
图 42 2006-2008年上半年金蝶公司营业额构成分析	60
图 43 微软CRM总览	62
图 44 2008年上半年企业在CRM软件方面的应用情况	63
图 45 电信行业CRM基础构架图	66
图 46 汽车行业提供服务项目管理与统计的流程	68
图 47 CRM软件销售额与GDP的散点图与相关图	73

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/39694.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专业提供投资咨询报告、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。