



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国协同软件发展趋势市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2006年中国协同软件发展趋势市场分析及发展趋势研究报告》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/39913.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

报告以中文、英文、法语三种语种提供，购买此报告的客户可以赠送VIP数据服务！

【 目录 】

一. 协同软件行业概述 9

- 1. 研究方法 10
- 2. 研究背景 12
 - A) 缺乏有效的平台对企业资源进行充分整合 12
 - B) 网络通讯、电子商务/政务应用得到迅速推广 12
 - C) 中国软件需要一种技术突破国外厂商的垄断 12
 - D) 未来几年大中小型企业的信息化对协同的需求 14
- 3. 协同软件新的定义 16
- 4. 协同软件的应用变化趋势 19
 - A) 协同平台软件的发展变化趋势 21
 - B) 协同工具软件的发展变化趋势 21
 - C) 协同应用软件的发展变化趋势 22
 - D) 2005年协同管理的趋势 23
- 5. 研究结论及主要观点 25

二. 2005年 - 2009年中国企业信息化投资趋势分析 30

- 1. 2005年 - 2009年中国企业IT投资规模 31
- 2. 2005年 - 2009年中国企业IT投资结构 34
- 3. 2005年 - 2009年中国政府行业IT投资 38
- 4. 2005年 - 2009年中国制造行业IT投资 45

三. 中国协同软件市场基本状况 52

- 1. 中国协同软件市场投资规模与趋势 53
- 2. 用户规模结构分析 59
- 3. 行业结构分析 61

- 4. 区域结构分析 62
- 5. 部门应用结构 63

四. 中国协同软件系统建设过程分析 64

- 1. 企业网络平台建设情况 65
- 2. 中国协同软件的采购时间以及计划更新时间 67
- 3. 中国协同软件了解渠道分析 69
- 4. 中国协同软件的采购付费方式 70
- 5. 企业协同软件系统投入主体分析 71
- 6. 中国协同软件的功能应用频率分析 72
- 7. 中国协同软件的采购价格 73

五. 影响2005 - 2006年中国协同软件市场发展因素 75

- 1. 有利因素 76
- 2. 不利因素 77

六. 2005年中国协同软件厂商竞争力分析 79

- 1. 国外厂商 81
 - A) IBM Lotus 81
 - B) Oracle 81
 - C) 微软 82
- 2. 用友致远 83
 - A) 经营情况 83
 - B) 产品特性 83
 - C) 渠道建设 83
 - D) 发展战略 85
- 3. 点击科技 86
 - A) 经营情况 86
 - B) 产品特性 86
 - C) 渠道建设 87
 - D) 发展战略 88
- 4. 泛微 89

A) 经营情况	89
B) 产品特性	89
C) 渠道建设	90
D) 发展战略	91
5. 浪潮	92
A) 经营情况	92
B) 产品特性	92
C) 渠道建设	93
D) 发展战略	94
6. 复旦协达	96
A) 经营情况	96
B) 产品特性	96
C) 渠道建设	97
D) 发展战略	98

七. 2005年 - 2006年协同软件市场用户需求分析 99

1. 协同软件地域需求分析	101
2. 协同软件规模需求分析	102
3. 协同软件行业需求分析	103
4. 协同软件功能需求分析	105

八. 中国企业协同软件采购行为分析 107

1. 采购决策因素	108
2. 采购方式	109
3. 采购渠道分析	110
4. 采购决策流程分析	111

九. 2006年中国协同软件市场机会分析 113

1. 房地产行业：	113
2. 保险行业	114
3. 快速消费品行业	116

一〇. 结论建议 116

1. 产品策略 116
2. 价格策略 117
3. 渠道策略 117
4. 服务策略 118
5. 品牌策略 118

图表目录

- 图表 1 2004年 - 2009年大型企业信息化阶段分析 13
- 图表 2 2004年 - 2009年中小型企业信息化阶段分析 14
- 图表 3 2005年行业信息化规模和增长趋势分析 30
- 图表 4 2005年细分行业信息化规模和增长趋势分析 31
- 图表 5 2003年 - 2005年中国重点行业IT投资规模 32
- 图表 6 2005年没有应用OA系统的政府打算购买协同软件的比例 32
- 图表 7 2004年 - 2009年中国IT支出结构 33
- 图表 8 2004年 - 2009年中国IT投入区域结构 34
- 图表 9 2004年 - 2009年中国IT投入用户结构 35
- 图表 10 2005年中小企业对协同软件的认识 35
- 图表 11 2004年 - 2009年中国IT投入企业性质结构 36
- 图表 12 2005年中国政府行业重点产品保有量品牌分布 37
- 图表 13 2005年重点政府机构IT投资规模 38
- 图表 14 2004年 - 2009年中国政府行业IT投资区域分布 39
- 图表 15 2003年 - 2008年政府行业IT支出 39
- 图表 16 2003年 - 2005年政府行业IT采购规模及机构 40
- 图表 17 2005年中国政府行业信息化应用阶段 41
- 图表 18 2005年中国政府行业重点IT系统建设结构 41
- 图表 19 2004 - 2005年中国政府行业软件产品采购结构 42
- 图表 20 2004 - 2005年中国政府行业IT投资的资金渠道变化 43
- 图表 21 2005年中国制造业网络环境分析 44
- 图表 22 2004年中国制造业产业分布 45
- 图表 23 2003年 - 2008年中国制造业IT支出 45
- 图表 24 2003年 - 2005年中国制造业IT采购状况 46

图表 25	2005年中国制造业信息化规模和增长	46
图表 26	2003年 - 2005年中国制造业IT采购规模及结构	47
图表 27	2004年中国制造业信息化水平	47
图表 28	2004年中国制造业区域IT投资状况	48
图表 29	2004年 - 2005年中国制造业大中小型企业IT投资规模	49
图表 30	2004年 - 2005年中国制造业不同性质企业IT投资规模	49
图表 31	2005年中国制造业硬件产品采购结构	50
图表 32	2005年中国制造业软件产品采购结构	50
图表 33	2004年 - 2005年中国软件产业结构	53
图表 34	2004年 - 2005年中国应用软件产品结构	53
图表 35	2004年 - 2008年中国协同软件市场规模	54
图表 36	2005年中国协同软件市场集中度	58
图表 37	2005年中国协同软件市场用户规模结构	58
图表 38	2005年中国协同软件应用行业分布特征	60
图表 39	2005年中国协同软件市场区域分布特征	61
图表 40	2005年已经应用了协同软件的企业部门分布	62
图表 41	2005年中国协同软件用户IT管理人员情况	64
图表 42	2005年中国协同软件用户网络接入方式	65
图表 43	2005年中国协同软件用户网络接入带宽	65
图表 44	中国协同软件的采购时间	66
图表 45	曾经使用办公自动化系统计划购买协同软件情况	67
图表 46	没有使用办公自动化系统计划购买协同软件情况	67
图表 47	中国协同软件了解渠道	68
图表 48	中国协同软件的采购付费方式	69
图表 49	企业协同软件系统投入主体	70
图表 50	中国协同软件的采购价格	73
图表 51	2004年 - 2008年中国广义的协同化软件市场规模及增长趋势	99
图表 52	2005年-2006年中国协同软件地域需求分析	100
图表 53	2005年-2006年中国协同软件规模需求分析	102
图表 54	2005年-2006年中国协同软件行业需求分析	103
图表 55	2005年 - 2006年中国协同软件功能需求分析	106
图表 56	中国协同软件采购决策因素分析	107

图表 57 中国协同软件采购方式分析	108
图表 58 中国协同软件采购渠道分析	109
图表 59 中国协同软件采购立项分析	110
图表 60 中国协同软件批准采购立项分析	111
图表 61 中国协同软件系统实施部门情况	111
表1 中国协同软件市场上三家国内的主导厂商	12
表2 协同软件依据工作流的柔性化程度分类	15
表3 协同软件依据底层技术分类	16
表4 协同软件依据任务传递机制分类	16
表5 协同管理主的三个层次	17
表6 近三年来的全球协同软件市场的演变	18
表7 2005年用户对协同软件新的要求	19
表8 协同平台软件的发展变化趋势	20
表9 协同工具软件的发展变化趋势	21
表10 协同应用软件的发展变化趋势	21
表11 2005年协同管理的趋势	23
表12 2004年的中国软件市场六大特征	29
表13 2005年中国协同软件行业发展情况	55
表14 中国协同软件的成本分析	72
表15 2005年中国协同软件厂商用户情况	78
表16 用友致远公司多层次产品体系	84
表17 2004年点击科技的市场渠道规划	86
表18 2005年点击科技发展战略分析	87
表19 泛微协同软件产品系列	88
表20 复旦协达SOA协同软件特点	96
表21 中国企业管理流程的变化分析	104

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/39913.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。