



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005-2006年中国协同软件市场 研究年度报告

一、调研说明

《2005-2006年中国协同软件市场研究年度报告》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/39918.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

报告推荐 从全球范围来看，协同软件产业已经是相对成熟的产业。继2004年6月IBM推出WORKPLACE后，2005年Microsoft收购Groove，正式进入了协同领域。IBM、Oracle、SAP等厂商也不断收购和兼并中小型协同软件企业，扩展产品功能，覆盖更多的行业市场，提高市场占有率，在全球范围内形成了少数领导厂商垄断市场的竞争格局。2005年，国内协同软件市场群雄并起，国外厂商跑马圈地的同时，国内厂商针对协同市场的热度和关注度也明显提高，浪潮等国内厂商也正式进入协同市场。2005年中国协同软件市场的快速增长，一方面是对协同软件的需求逐渐走向明确化和迫切化，另一方面是市场上出现了众多的协同软件产品和服务提供商，经过多年的技术积累和产品化努力，目前市场上的主流协同软件产品功能逐步增强，满足客户需求的能力不断增强。

《2005-2006年中国协同软件市场研究年度报告》总结了2005年全球(美国、欧洲、日本等)与中国的协同软件市场发展情况，详尽分析了该产品市场结构、品牌结构等，从产品、价格、渠道、营销和服务等方面对主力厂商市场竞争力进行了综合评价。在此基础上，深入分析了影响2006-2010年中国协同软件市场发展的主要因素，进而对协同软件市场的发展趋势做出了定性与定量的分析预测，并对厂商制定市场竞争策略提出建议。

报告亮点 在丰富数据库和多个大型项目成功实施经验积累的基础上，构建全新厂商评价模型，从价格、渠道、营销、服务和产品等方面对协同软件主力厂商进行策略分析并作出总体评价。通过主要行业用户、厂商和渠道等方面获得市场数据，通过赛迪顾问数据处理模型，对不同来源数据进行校验和验证，得到最贴近市场的最终数据。

报告框架 **主要结论** 一、2005年全球协同软件市场现状 (一) 市场现状 1、市场规模 2、市场特点 (二) 主要国家与地区发展概要 1、美国 2、日本 3、欧洲 4、亚太(除日本) 二、2005年中国协同软件市场现状

(一) 市场规模 1、总量规模与增长 2、各季度市场情况 (二) 产品结构 1、产品类型 2、价格段 3、其他 (三) 市场结构 1、垂直市场结构 2、平行市场结构 3、区域市场结构 4、销售渠道市场结构 (四) 品牌市场结构 1、总体市场品牌结构 2、垂直市场品牌结构 3、平行市场品牌结构 4、区域市场品牌结构

(五) 市场特征 三、2005年中国协同软件市场主力厂商点评 (一) 泛微软件 1、总体评价 2、产品策略 3、价格策略 4、渠道策略 5、营销策略 6、服务策略

(二) 点击科技 (三) 用友致远 四、2005年中国协同软件市场用户需求分析 (一) 品牌倾向 (二) 产品功能 (三) 价格期望 (四) 促销手段 (五) 采购渠道 (六) 服务需求

五、2006-2010年中国协同软件市场发展趋势分析与预测

(一) 市场趋势分析 1、产品发展趋势 2、价格变化趋势 3、渠道发展趋势 4、服

务发展趋势 (二) 市场规模预测 (三) 市场结构预测 1、产品结构 2、价格结构 3、区域市场结构 4、垂直市场结构 5、平行市场结构 6、销售渠道结构

六、市场发展策略建议 (一) 产品策略 (二) 价格策略 (三) 渠道策略

(四) 销售策略 (五) 服务策略 (六) 品牌策略

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/39918.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。