



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005-2006年中国管理软件市场 研究年度总报告

一、调研说明

《2005-2006年中国管理软件市场研究年度总报告》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/39919.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 中国企业用户信息化重点正在从硬件向软件转移，从基础软件向应用软件转移，包括ERP等在内的管理软件成为今年中国IT市场增长最快的板块之一。在垂直市场，中小企业正在成为拉动管理软件市场第二轮增长的原动力，占据总体市场接近60%的市场份额，增长率远超过大型企业。认为中小企业用户对标准化管理软件的需求将持续释放，但是也不能回避中小企业市场开拓成本较高、边际利润较低的现实，厂商需要更务实的产品及价格策略引导市场良性成长。

2005年管理软件产品表现为平台化和模块化两极趋势，这一趋势强化了针对不同垂直市场层次的产品个性化和标准化双向发展，同时提高了个性化开发能力和标准化交付效率。为了更加全面的把握中国管理软件市场的发展特点及趋势，

《2005-2006年中国管理软件市场研究年度报告》从财务管理软件、ERP软件、CRM软件、SCM软件、HRM软件、EAM软件等细分产品市场深入分析其行业、区域、垂直结构特点，透视细分市场的需求增长点，为厂商推出更具适用性的产品和服务，制定细分市场竞争策略提供了有力的参考依据。

本报告在分析了中国管理软件市场规模与结构以及市场特点的基础上，聚焦于这个市场的核心——用户需求，重点研究不同类型用户的管理软件消费行为偏好，挖掘未来的需求增长潜力；并基于中国管理软件市场发展趋势的分析，综合市场调研数据以及内外部影响因素的分析构建周期波动时间序列预测模型科学地预测未来五年中国管理软件应用的市场规模和增长状态，并从不同的市场结构维度刻画这一应用潜力的增长基础，为厂商调整未来细分市场竞争战略提供理论基础。另外，本报告还通过对市场上主力厂商的竞争格局和竞争力分析，为用户选择品牌提供参考指标，同时帮助厂商了解自己与竞争对手的差距所在。

报告亮点 关注细分市场中用户端需求增长点。本报告通过对不同细分产品在垂直、平行、区域等各维度市场结构中的用户需求分析，深入挖掘细分市场中用户需求的新增长点，为厂商制定更具针对性的竞争策略提供有力支撑。

全面解析市场未来发展趋势。本报告从产品、价格、服务等不同角度分析了中国管理软件市场未来五年的发展趋势，并通过赛迪顾问积累的中国管理软件市场监测数据库构建周期波动时间序列预测模型科学地预测未来五年中国管理软件应用的市场规模和增长状态，刻画了这一市场的发展生命周期。

以用户需求特征和市场发展趋势分析为基础提出合理化的竞争战略建议。基于自身在管理软件市场多年研究经验积累，通过对2005年用户需求特征的提炼和未来市场发展趋势的专业分析，基于不同细分市场中增长点的释放，为管理软件厂商提供产品、价格、渠道、销售、服务及品牌营销等全方位的竞争战略建议。

【目录】 报告框架 主要结论 一、2005年全球管理软件市场现状 (一) 市场现状 1、市场规模 2、市场特点 (二) 主要国家和地区发展概要 1、美国 2、

日本 3、欧洲 4、亚太(除日本) 二、2005年中国管理软件市场规模与特征 (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 (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、销售渠道结构 5、品牌市场结构 三、2005年中国管理软件细分产品市场规模与结构 (一) 财务管理软件市场 1、市场规模 2、垂直市场结构 3、平行市场结构 4、区域市场结构 5、品牌市场结构 (二) ERP软件市场 (三) CRM软件市场 (四) SCM软件市场 (五) HRM软件市场 (六) EAM软件市场 四、2005年中国管理软件市场主力厂商点评(TOP 5-10位) (一) Vendor 1 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) Vendor 2 五、2005年中国管理软件用户需求分析(定量图表体现) (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 六、2006-2010年中国管理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、区域市场结构 3、垂直市场结构 4、平行市场结构 5、销售渠道结构 七、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/39919.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。