



艾凯咨询
ICAN Consulting

2004-2005年中国管理软件市场 研究年度报告

一、调研说明

《2004-2005年中国管理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/39929.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

2004年中国管理软件市场从“概念普及”开始转向“应用普及”，针对管理系统的信息化投入大幅增长。根据的研究，2004年管理软件市场规模达到144.7亿元，比2003年的113.3亿元增长了27.7%。其中通用型管理软件市场规模为58.8亿，市场增长率为27.5%。预计2005年，中国管理软件市场规模将达185.3亿元，整体保持28.1%以上的增长速度。

一．需求旺盛推动市场发展 如此快速的成长，来源于市场对管理软件旺盛的需求。2004年中国管理软件市场的突出特征表现为：用户的需求推动市场。与此前中国管理软件市场由“概念推动”的市场发展已经大相径庭。至此，中国企业对管理软件的应用，在经历了市场“虚热”之后，艰难度过了被“质疑”的阶段，开始进入“主动应用”的发展期。 研究显示，2004年企业对管理软件产品的应用需求变化主要来自于两个层面：首先是管理软件应用范围的拓展。传统行业对信息化的认可，以及中小企业的应用意识提高，客观上推动了管理软件市场的高速增长。2004年金融电信等行业针对管理软件依然保持24-26%的投资增长，而传统行业对管理软件产品的需求也明显上升。制造行业管理软件的投资额度为48.1亿元，占整体投资的31.8%以上。而其中以机械行业和电子、纺织行业投资增长明显，增长速度超过30.0%以上。此外，交通行业2004年信息化投资增长超过35%，预计随着交通行业内部的调整和业务扩展，对管理软件投资将呈现持续增长的态势。 此外，管理软件产品单笔投资额度上升

。2004年企业投资额度在100万 - 200万之间的用户数，比2003年上升4个百分点，达到所有投资企业的11%。管理软件的应用已经不完全是“单部门”、“单业务系统”的应用方案，而正逐步向整体解决方案转变。

二．ERP应用成为主流，客户管理成熟还需时日 2004年ERP软件整体市场达到了83.6亿元，比2003年市场增长32.7%。预计2005年ERP软件的市场规模为111亿元。高速增长来源于企业ERP应用模式的改变，从“单个部门”开始转变到整个业务系统的整体规划。而产品应用的变化，将会带来企业应用ERP软件时对咨询服务、培训服务方面投资比例的增加。 不过，良好的市场发展局面并不意味着不存在问题。2004年通用型管理软件的投资比例依然低于定制化的投资比例，始终处于40%上下的市场比例。这种应用投资，说明目前中国企业管理软件应用依然强调“个性化”的应用模式。

2004年SCM软件的增长达到了11.8亿元，增长速度为55.9%，是管理软件产品中增长最为迅速的产品。但SCM软件在目前应用中，应用的重点在于物流管理。 此外，财务软件在2004年的市场规模为24.8亿元，增长速度超过16.4%。财务软件的增长来源于两个方面：首先是财务软件产品的升级换代进入了一个新的阶段，产品从最初的“替代手工”逐步发展到“过程管理”和“监测管理”；此外，随着企业形态的变化，2004年集团财务的增长也是推动财务软件市场发展的主动力。2004年，仅集团财务软件的投资规模即接近10亿元。 与其他管理软

件产品在市场上一路高走相比，2004年曾经以“帮助企业挖掘商机”为理念的CRM软件，却一度低迷，2004年市场规模仅为7.4亿元。这种现象不仅让提供商，也让用户感到茫然。这种市场状况有两个方面的因素。首先是产品功能与用户需求有差异；其次是用户的需求还没有形成。但随着整体市场的成熟化发展，认为：2006年CRM软件的应用将形成一个真正的投资热点。

相关定义 研究方法 版权申明 第一部分 2004年中国管理软件市场分析 第一章 2004年中国管理软件市场环境分析 1、宏观经济状况 1.1 国民经济整体状况 1.2 电子信息产业发展状况 2、中国IT产业规模 第二章 2004年中国管理软件市场状况 1、市场规模 2、市场结构 2.1 通用型/定制型结构状况 2.2 通用型/定制型软件增长状况 3、产品结构 3.1 分类产品市场规模及比例 3.2 分类产品增长状况 3.3 2003-2004年管理软件分类产品规模比较 4、竞争状况 5、区域结构 5.1 市场规模 5.2 增长状况 6、行业结构 6.1 行业应用 6.2 行业增长 第三章 2004年中国通用型管理软件市场状况 1、市场规模 2、产品结构 2.1 分类产品市场规模 2.2 分类产品增长状况 3、区域结构 3.1 区域市场规模 3.2 区域增长状况 4、行业结构 4.1 行业应用状况 4.2 行业增长状况 5、竞争状况 第四章 2004年中国ERP软件市场状况 1. 市场规模 2. 区域结构 3. 行业分布 4. 通用市场分析 第五章 2004年中国财务软件市场状况 1. 市场规模 1.1 市场状况 1.2 产品结构 2. 区域规模 3. 行业规模 4. 通用市场 4.1 市场状况 4.2 竞争状况 第六章 2004年中国其他管理软件市场状况 1. SCM软件市场状况 1.1 市场规模 1.2 区域规模 2. CRM软件市场状况 2.1 市场规模 2.2 区域状况 2.3 行业状况 3. HR软件市场状况 3.1 市场规模 3.2 竞争分析 第二部分 2005年中国管理软件市场状况 第一章 中国管理软件市场环境分析 第二章 中国管理软件市场发展趋势 1. 2001 - 2008年管理软件市场发展趋势 2. 2005年管理软件市场结构预测 第三章 2005年分类产品发展趋势预测 1. 综合管理软件分类产品发展趋势 2. 通用型管理软件分类产品发展趋势 第四章 2005年管理软件区域发展趋势预测 1. 综合管理软件区域发展趋势 2. 通用管理软件区域发展趋势 第五章 2005年管理软件行业发展趋势预测 1. 综合管理软件行业发展趋势 2. 通用管理软件行业发展趋势

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/39929.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。