



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005年-2008年中国协同软件行业发展趋势研究及深度调研报告

一、调研说明

《2005年-2008年中国协同软件行业发展趋势研究及深度调研报告》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/70792.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

2005年-2008年中国协同软件行业发展趋势研究及深度调研报告

目录

一. 协同软件行业概述 8

1. 研究方法 9
2. 研究背景 11
3. 协同软件新的定义 15
4. 协同软件的应用变化趋势 18
5. 研究结论及主要观点 24

二. 2005-2008年中国企业信息化投资趋势分析 29

1. 2005-2008年中国企业IT投资规模 30
2. 2005-2008年中国企业IT投资结构 33
3. 2005-2008年中国政府行业IT投资 37
4. 2005-2008年中国制造行业IT投资 44

三. 中国协同软件市场基本状况 51

1. 中国协同软件市场投资规模与趋势 52
2. 用户规模结构分析 58
3. 行业结构分析 60
4. 区域结构分析 61
5. 品牌市场结构 62

四. 中国协同软件系统建设过程分析 63

1. 企业网络平台建设情况 64
2. 中国协同软件的采购时间以及计划更新时间 66
3. 中国协同软件了解渠道分析 68
4. 中国协同软件的采购付费方式 69
5. 企业协同软件系统投入主体分析 70
6. 中国协同软件的功能应用频率分析 71

7. 中国协同软件的采购价格	72
五. 影响2006 - 2007年中国协同软件市场发展因素	74
1. 有利因素	75
2. 不利因素	76
六. 2007年中国协同软件厂商竞争力分析	78
1. 国外厂商	80
2. 用友致远	82
3. 点击科技	85
4. 泛微	88
5. 浪潮	91
6. 复旦协达	95
七. 2006年 - 2007年协同软件市场用户需求分析	98
1. 协同软件地域需求分析	100
2. 协同软件规模需求分析	101
3. 协同软件行业需求分析	102
4. 协同软件功能需求分析	104
八. 中国企业协同软件采购行为分析	106
1. 采购决策因素	107
2. 采购方式	108
3. 采购渠道分析	109
4. 采购决策流程分析	110
九. 2007年中国协同软件市场机会分析	112
1. 房地产行业	112
2. 保险行业	113
3. 快速消费品行业	115
一〇. 结论建议	115

1. 产品策略 115
2. 价格策略 116
3. 渠道策略 116
4. 服务策略 117
5. 品牌策略 117

图表目录

- 图表 1 2005年 - 2008年大型企业信息化阶段分析 13
- 图表 2 2005年 - 2008年中小型企业信息化阶段分析 14
- 图表 3 2007年行业信息化规模和增长趋势分析 30
- 图表 4 2007年细分行业信息化规模和增长趋势分析 31
- 图表 5 2005年 - 2007年中国重点行业IT投资规模 32
- 图表 6 2007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 2005年 - 2008年中国IT支出结构 33
- 图表 8 2005年 - 2008年中国IT投入区域结构 34
- 图表 9 2005年 - 2008年中国IT投入用户结构 35
- 图表 10 2007年中小企业对协同软件的认识 35
- 图表 11 2005年 - 2008年中国IT投入企业性质结构 36
- 图表 12 2007年中国政府行业重点产品保有量品牌分布 37
- 图表 13 2007年重点政府机构IT投资规模 38
- 图表 14 2005年 - 2008年中国政府行业IT投资区域分布 39
- 图表 15 2005年 - 2008年政府行业IT支出 39
- 图表 16 2005年 - 2008年政府行业IT采购规模及机构 40
- 图表 17 2007年中国政府行业信息化应用阶段 41
- 图表 18 2007年中国政府行业重点IT系统建设结构 41
- 图表 19 2006 - 2007年中国政府行业软件产品采购结构 42
- 图表 20 2006 - 2007年中国政府行业IT投资的资金渠道变化 43
- 图表 21 2007年中国制造业网络环境分析 44
- 图表 22 2006年中国制造业产业分布 45
- 图表 23 2005年 - 2008年中国制造业IT支出 45
- 图表 24 2005年 - 2007年中国制造业IT采购状况 46
- 图表 25 2007年中国制造业信息化规模和增长 46

图表 26 2005年 - 2007年中国制造业IT采购规模及结构 47

图表 27 2007年中国制造业信息化水平 47

图表 28 2007年中国制造业区域IT投资状况 48

图表 29 2006年 - 2007年中国制造业大中小型企业IT投资规模 49

图表 30 2006年 - 2007年中国制造业不同性质企业IT投资规模 49

图表 31 2007年中国制造业硬件产品采购结构 50

图表 32 2007年中国制造业软件产品采购结构 50

图表 33 2006年 - 2007年中国软件产业结构 53

图表 34 2006年 - 2007年中国应用软件产品结构 53

图表 35 2005年 - 2008年中国协同软件市场规模 54

图表 36 2007年中国协同软件市场集中度 58

图表 37 2007年中国协同软件市场用户规模结构 58

图表 38 2007年中国协同软件应用行业分布特征 60

图表 39 2007年中国协同软件市场区域分布特征 61

图表 40 2007年已经应用了协同软件的企业部门分布 62

图表 41 2007年中国协同软件用户IT管理人员情况 64

图表 42 2007年中国协同软件用户网络接入方式 65

图表 43 2007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 2005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 2006年-2007年中国协同软件地域需求分析 100

图表 53 2006年-2007年中国协同软件规模需求分析 102

图表 54 2006年-2007年中国协同软件行业需求分析 103

图表 55 2006年 - 2007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 2007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 2007年协同管理的趋势 23
表12 2006年的中国软件市场六大特征 29
表13 2007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 2007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 2006年点击科技的市场渠道规划 86
表18 2007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

纸制版2000美金；电子版2300美金；
纸制版 + 电子版 = 2500美金

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/70792.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。