

2024-2030年中国SaaS行业市场专项调研及竞争 战略分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国SaaS行业市场专项调研及竞争战略分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202110/978329.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

为方便行业人士或投资者更进一步了解SaaS行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国SaaS行业市场专项调研及竞争战略分析报告》（以下简称《报告》）。报告对中国SaaS市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保SaaS行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年SaaS行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能SaaS从业者抢跑转型赛道。

SaaS是Software-as-a-Service（软件即服务）的简称，通过Internet提供软件的模式，厂商将应用软件统一部署在自己的服务器上，客户可以根据自己实际需求，通过互联网向厂商定购所需的应用软件服务，按定购的服务多少和时间长短向厂商支付费用，并通过互联网获得厂商提供的服务。商业模式来看，SaaS可以划分为两种类型，通用型SaaS适用于全行业，以通用的管理工具和技术工具为主，包括即时通讯、协同OA、财务管理、人力资源管理等服务，主要提供大部分行业通用的软件功能，有阿里巴巴、金蝶、用友网络、玄武云等。垂直类SaaS旨在针对特定或细分行业，如医疗保健、金融、电子商务、房地产等，聚焦于提供针对垂直行业痛点的解决方案。

我国SaaS产业市场规模变动而言，随着整体云计算产业持续渗透和发展扩张，叠加企业对于SaaS市场认可度持续走高，我国SaaS保持稳定增长，2022年整体公有云SaaS市场规模472亿元，较2021年增长27.57%，但整体增速不及IaaS和PaaS，占比整体云计算份额持续下降，到2022年仅为13.3%，未来作为中小型企业上云的典型模式，在政策对中小企业数字化转型驱动下，SaaS市场预计将迎来一波激增。

全球云计算行业的市场份额仍然由海外厂商占主导，2022年全球云计算排名前列的公司有微软、AWS、谷歌、IBM、甲骨文和阿里云占据了全球云计算主要市场份额，国内来看，阿里云仍是国内云计算领域的领军企业，2022年营业收入为776亿元，市场份额占比达36%；而在应用软件及服务（应用SaaS）市场中，Salesforce、微软、SAP、Oracle、Google占据了约30%的市场份额，市场更加分散，长尾更加明显，国内企业级SaaS市场份额来看，国产企业金蝶和用友网络占据一席之地，其中用友网络2022年SaaS订阅收入实现3.82亿元，同比2021年增长47.2%左右。

未来，SaaS将在更多领域得到应用扩展。除了当前已经广泛应用的领域如企业协作、客户关系管理、人力资源管理、财务和会计、营销等，SaaS将进一步扩展到教育、医疗、物流

、制造等多个行业，为不同行业带来更多的数字化解决方案，提高工作效率和服务质量。随着人工智能和大数据技术的迅速发展，SaaS平台将更多地整合这些先进技术。人工智能可以使SaaS应用更加智能化，通过数据分析和机器学习提供更加个性化和智能化的服务。例如，人工智能可以帮助SaaS应用更好地理解用户需求，并根据用户的行为和偏好进行智能推荐和优化。

《2024-2030年中国SaaS行业市场专项调研及竞争战略分析报告》内容丰富、数据翔实、亮点纷呈。是智研咨询重要研究成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是SaaS领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一章 SaaS（软件运营服务）的相关概述

第一节 SaaS的定义及分类

一、SaaS的概念解析

二、SaaS的分类情况

三、SaaS的生态系统构成

第二节 SaaS的特性与作用

一、SaaS服务的主要特征

二、SaaS模式的作用分析

三、SaaS模式与传统许可模式的比较浅析

四、SaaS的客户价值透析

五、SaaS的应用领域广泛

第三节 SaaS与ASP的区别与联系

一、ASP的基本介绍

二、SaaS相关概念的区别解析

三、SaaS模式与ASP模式的差异剖析

第二章 SaaS产业发展分析

第一节 全球SaaS产业的发展概况

一、SaaS发展的演进历程

二、国外SaaS产业发展状况及特征分析

三、世界SaaS市场需求与提供商分析

四、全球SaaS市场将增长情况

五、日本SaaS市场投资趋势解析

第二节 中国SaaS产业总体发展综述

第三节 2019-2023年中国SaaS市场发展现状

第四节 SaaS产业发展存在的问题

一、中国SaaS市场发展的制约因素

二、SaaS产业发展面临的主要挑战分析

三、SaaS市场存在的三大难题

四、中国SaaS产业安全问题亟待解决

五、SaaS亟待增强产品功能性凸显行业特性

第五节 SaaS产业发展的对策分析

第三章 管理型SaaS市场分析

第一节 企业管理类SaaS发展历程

一、概念传播阶段

二、萌芽阶段

三、初级阶段

第二节 管理型SaaS市场发展概况

一、管理型SaaS与工具型SaaS渐趋融合

二、管理型SaaS给企业带来的利好

三、管理型SaaS市场逐渐受到企业重视

四、我国管理型SaaS应用成交率大幅上升

五、传统管理软件厂商的SaaS用户规模将快速增长

六、2023年SaaS管理软件市场分析

七、管理型SaaS的个性化发展透析

第三节 管理型SaaS市场成功的要点解析

一、SaaS厂商需具备的能力剖析

二、企业运用互联网的能力

三、构建创新商业模式能力

四、全程客户服务能力

第四节 管理型saas市场前景及发展趋势

一、管理型SaaS：创新仍是未来发展方向

二、本土化优势渐显 国产管理类SaaS软件的崛起

三、渠道将成为管理型SaaS企业制胜法宝

第四章 SaaS市场的厂商与用户分析

第一节 SaaS市场的厂商发展动态

- 一、国外大型SaaS企业积极抢攻中国市场
- 二、国内SaaS行业企业格局分析
- 三、中国SaaS市场的两大阵营简析
- 四、国内主流SaaS企业及其产品评析
- 五、我国SaaS厂商积极构筑战略联盟

第二节 2023年SaaS用户的使用状况分析

- 一、用户对SaaS的认知情况
- 二、SaaS规模大增 用户接受度提升
- 三、企业SaaS应用计划分析
- 四、OA类SaaS应用受用户重视

第三节 2023年SaaS用户的使用情况透析

- 一、用户了解程度
- 二、数据安全问题受关注
- 三、服务的方便性受企业青睐
- 四、降低成本是企业考虑的重要因素

第四节 2023年SaaS市场厂商动态

第五章 中国SaaS的市场应用分析

第一节 SaaS在中小企业的应用情况

- 一、SaaS帮助中小企业摆脱在线管理困境
- 二、中小企业全面普及SaaS尚待时日
- 三、中小企业选择SaaS的注意事项
- 四、中小企业实施SaaS模式面临的挑战及策略
- 五、多数中小企业将应用SaaS模式

第二节 SaaS在邮件领域的应用分析

- 一、SaaS对传统邮件市场影响颇深
- 二、SaaS技术升温 电子邮件领域掀并购潮
- 三、SaaS在反垃圾邮件中应用效果突出
- 四、SaaS的邮件归档功能突出应用前景光明
- 五、2023年邮件系统20%转向SaaS

第三节 SaaS在电子政务领域的应用综述

- 一、电子政务领域SaaS发展的机会
- 二、SaaS模式在电子政务中应用特点透析

三、SaaS在电子政务中的具体应用情况

四、SaaS在电子政务领域的应用潜力探析

五、电子政务应用SaaS模式的风险与管控

第四节 SaaS模式的其他应用分析

一、零售企业对SaaS的需求及应用风险探析

二、SaaS模式下视频会议租用成市场新趋向

三、SaaS模式下视频会议遭遇的阻碍

第五节 SaaS模式的应用个案及方向透析

一、全程电子商务管理

二、CRM客户关系管理

三、SCM供应链管理

四、节省通讯成本

第六章 SaaS的市场运营分析

第一节 SaaS产业的基本运营模式剖析

一、中国SaaS产业有两种主导运营模式

二、以自身产品为核心应用的模式浅析

三、以在线软件服务的第三方平台模式介绍

第二节 摆脱ASP模式困境SaaS需解决的难题

一、SaaS业务模式的深入解析

二、服务提供商的公信力是首要挑战

三、应用连续性与数据安全性成为重要

四、盈利模式和营销方式的突破

第三节 SaaS模式的运营风险及安全策略分析

一、SaaS模式面临的主要风险因素

二、SaaS系统的风险主体探讨

三、透析SaaS系统存在的安全隐患

四、SaaS系统的风险规避措施探究

第四节 SaaS的营销策略探讨

一、SaaS市场营销的三大建议

二、SaaS的渠道建设方案透析

三、SaaS的市场推广模式探索

四、SaaS的品牌推广策略思考

第七章 国外重点企业分析

第一节 微软

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况及竞争力分析

第二节 Google

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况及竞争力分析

第三节 NetSuite

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况及竞争力分析

第四节 Salesforce.com

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况及竞争力分析

第八章 国内重点企业分析

第一节 阿里软件

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况及竞争力分析

第二节 金蝶

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况及竞争力分析

第三节 用友

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况及竞争力分析

第四节 八百客

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况及竞争力分析

第五节 铭万

- 一、企业简介
- 二、企业经营状况及竞争力分析

第九章 2024-2030年SaaS市场发展前景及趋势预测

第一节 世界SaaS市场发展前景展望

- 一、2023年亚太区75%的机构将增加SaaS投资
- 二、全球SaaS未来发展方向探析
- 三、2023年SaaS服务将成全球电子商务发展主流

第二节 中国SaaS市场发展前景及趋势

- 一、未来中国SaaS市场发展前景展望
- 二、2023年SaaS市场预测
- 三、2023年中国SaaS市场规模预测
- 四、未来SaaS产业发展分水岭将现
- 五、未来传统软件业与SAAS仍将并存

图表目录：部分

图表：SaaS成熟模型

图表：2019-2023年企业应用软件市场SaaS分市场销售收入及预测

图表：日本SaaS应用较高的领域

图表：日本协作 / 通信领域系统应用形态

图表：日本SaaS实施现状的年度变化

图表：日本用户对SaaS应用迟疑的主要原因及对策

图表：中国软件运营服务市场规模状况

图表：SaaS市场区域分布情况

图表：中国软件运营服务市场（工具型与管理型）规模

图表：制造、服务和流通是软件运营服务(SaaS)的主要应用行业

图表：软件运营服务(SaaS)的应用行业

图表：2019-2023年软件运营服务用户续费率情况

图表：2019-2023年软件运营服务用户流失原因

图表：2019-2023年软件运营服务(SaaS)市场规模状况

图表：2019-2023年中国SaaS市场规模

图表：中小企业对于SaaS相关的付费增值服务的接受度

图表：管理型SaaS为中小型企业带来的变化

图表：2019-2023年管理型SaaS应用成交率

图表：成功SaaS厂商需具备的关键能力要素

图表：2023年第四季度SaaS管理软件市场厂商收入分析

图表：用户对SaaS运营商的体验数据

图表：2023年SaaS用户了解情况调查

图表：公司未曾应用SaaS产品原因调查

图表：按照模式划分SaaS运营产业链分析

图表：SaaS营销模式

图表：阿里软件互联平台价值链

图表：中国云服务供应商名单

图表：中国中小企业协会服务机构评级体系榜单

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/978329.html>