

2021-2027年中国移动协同 办公行业研究与市场全景评估报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2021-2027年中国移动协同办公行业研究与市场全景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0502/202104/23-401627.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

基础办公软件百亿市场，超5亿用户规模。据统计，2018年我国基础办公软件市场规模为85.34亿元，较2017年同比增长9.7%，预计未来几年CAGR为11.8%，到2023年市场规模将达到149亿元。2018年国内用户规模是6.55亿人，同比增长持续趋缓。艾瑞咨询iUserTracker统计的办公软件用户规模在5.3亿人上下小幅波动，基础办公软件相对成熟，我们认为稳定存量用户将保持在5亿人左右。国内基础办公软件市场规模将突破百亿大关 国内办公软件用户数达到6.55亿 预估潜在付费用户数为1亿人。免费及盗版办公软件用户仍将会是大比例人群，唯有高频用户才有因软件功能服务而付费的倾向。我们基于艾瑞咨询对WPS用户使用频次的调查数据，假设每天多次使用者为办公软件潜在付费群体，这一比例约为20%。基于5亿的用户总数，我们预估基础办公软件潜在付费用户数为1亿人。WPS用户使用频次统计（总样本数为2065）

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国基站储能电池行业研究与市场全景评估报告》共十章。首先介绍了中国移动协同办公行业市场发展环境、移动协同办公整体运行态势等，接着分析了中国移动协同办公行业市场运行的现状，然后介绍了移动协同办公市场竞争格局。随后，报告对移动协同办公做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国移动协同办公行业发展趋势与投资预测。您若想对移动协同办公产业有个系统的了解或者想投资中国移动协同办公行业，本报告是您不可或缺的重要工具。 本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：第一章 移动协同办公行业产品定义及行业概述发展分析第一节 移动协同办公行业产品定义一、移动协同办公行业产品定义及分类二、移动协同办公行业产品应用范围分析三、移动协同办公行业发展历程四、移动协同办公行业发展地位及影响分析第二节 移动协同办公行业产业链发展环境简析一、移动协同办公行业产业链模型理论二、移动协同办公行业产业链示意图及相关概述第三节 经济环境一、国民经济运行情况GDP（季度更新）二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）三、全国居民收入情况（季度更新）四、恩格尔系数（年度更新）五、工业发展形势（月度更新）六、固定资产投资情况（季度更新）七、2020年我国宏观经济发展预测第四节 移动协同办公行业税收及进出口关税第五节 社会环境一、人口数量及老龄化分析二、网民规模情况三、90后消费群体特点分析第六节 移动协同办公技术发展现状一、移动协同办公行业技术发展二、移动协同办公生产工艺一、移动协同办公技术发展趋势 第二章 2015-2019年移动协同办公行业国内外市场发展概述第一节 2015-2019年全球移动协同办公行业发展分析一、全球移动协同办公经济发展现状及预测二、全球移动协同办公行业技术发展现状三、全球移动协同办公行业发展概述第二节 2015-2019年全球移动协同办公

行业供需及规模分析一、全球移动协同办公行业市场供需情况二、全球移动协同办公行业市场规模及区域分布情况三、全球移动协同办公行业重点国家市场分析四、全球移动协同办公行业发展热点分析五、2021-2027年全球移动协同办公行业市场规模预测

第三节 2015-2019年中国及全球移动协同办公行业对比分析一、中国移动协同办公行业生命周期分析二、中国移动协同办公行业市场成熟度情况三、中国和国外移动协同办公行业对比SWTO

第四节 2015-2019年全球移动协同办公所属行业相关产品进出口情况

第三章 2015-2019年我国移动协同办公行业发展现状

第一节 中国移动协同办公行业发展概述一、中国移动协同办公行业发展现状

移动互联网爆发激发多场景应用需求。微信、美团点评、拼多多、抖音等国民移动应用的快速成长是我国C端移动互联网蓬勃发展的典型产物，2018年我国手机网民占整体网民的比例已经达到98.6%，基本上所有上网人群均会采用移动终端上网。移动终端使用习惯正快速向B端渗透，尽管传统PC办公软件仍是用户处理办公文件的主流工具，但移动化解决了用户对于办公软件多场景应用的需求。

微软从互联网发展之初就埋下协作的种子。2000年微软面对互联网发展提出.Net战略，开始尝试提供互联网化的服务，而后SharePoint、Onedrive都是为应用协作而生，而Teams的发布更是对办公协作黑马Slack的阻击。云化于供应商而言是订阅的收费模式，可预期的稳定现金流能够提升公司的估值；于用户而言，是协作与跨平台的便利性，更多丰富应用服务的交叉销售，云存储（网盘）、云通讯是近几年随SaaS普及而快速崛起的典型应用需求。

微软的协作发展之路 微软的后来居上诠释生态的价值。Slack、Zoom等后起之秀的崛起反映的其实是协同办公产业的需求爆发，但是生态因素可能造就强者愈强，所以具备完善强大办公生态的微软推出的Teams是Slack的劲敌。虽然比Slack晚两年问世，但当Teams2018年推出免费版本后，Teams用户数快速攀升，目前Teams月活已经超越Slack并且势头仍盛，Slack上市之后股价也遭遇滑铁卢，而微软则一路创新高。2016年与2018年企业聊天应用市占率：微软Teams快速崛起

二、中国移动协同办公发展面临的问题三、2015-2019年中国移动协同办公行业市场规模四、中国移动协同办公行业需求客户结构

第二节 我国移动协同办公行业发展状况一、2015-2019年中国移动协同办公行业产值情况二、2019年我国移动协同办公产值区域分布分析

第三节 2015-2019年中国移动协同办公行业产量分析

第四节 2019年移动协同办公行业需求分析一、2015-2019年我国移动协同办公行业需求分析二、2015-2019年我国移动协同办公市场价格走势分析

第四章 移动协同办公行业竞争态势分析

第一节 移动协同办公行业集中度分析一、移动协同办公市场集中度分析二、移动协同办公企业分布区域集中度分析三、移动协同办公区域消费集中度分析

第二节 移动协同办公行业主要企业竞争力分析一、重点企业资产总计对比分析二、重点企业从业人员对比分析三、重点企业全年营业收入对比分析四、重点企业利润总额对比分析五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 移动协同办公行业竞争格局分析一、2019年移动协同办公行业竞争分析二、2019年中外移动协同办公产品

竞争分析三、2019年我国移动协同办公市场竞争分析四、近年国内移动协同办公行业重点企业发展动向 第五章 2015-2019年中国移动协同办公所属行业运行及进出口分析第一节 2015-2019年中国移动协同办公所属行业总体运行情况一、移动协同办公企业数量及分布二、移动协同办公行业从业人员统计第二节 2015-2019年中国移动协同办公所属行业运行数据一、行业资产情况分析二、行业销售情况分析三、行业利润情况分析第三节 2015-2019年中国移动协同办公所属行业成本费用结构分析第四节 2015-2019年中国移动协同办公所属行业经营成本情况第五节 2015-2019年中国移动协同办公所属行业管理费用情况第六节 中国移动协同办公所属行业或相关行业进出口分析1、2015-2019年所属行业进出口数量及金额2、行业进口分国家3、行业出口分国家 第六章 2015-2019年中国移动协同办公行业区域发展分析第一节 中国移动协同办公行业区域发展现状分析第二节 2015-2019年华北地区一、华北地区经济发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第三节 2015-2019年东北地区一、东北地区经济发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第四节 2015-2019年华东地区一、华东地区经济发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第五节 2015-2019年华南地区一、华南地区经济发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第六节 2015-2019年华中地区一、华中地区经济发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测第七节 2015-2019年西部地区一、西部地区经济发展现状分析二、市场规模情况分析三、市场需求情况分析四、行业发展前景预测 第七章 移动协同办公重点企业发展分析第一节 A公司一、企业经营情况分析二、企业产品及竞争优势分析三、市场营销网络分析四、公司战略规划分析第二节 B公司一、企业经营情况分析二、企业产品及竞争优势分析三、市场营销网络分析四、公司战略规划分析第三节 C公司一、企业经营情况分析二、企业产品及竞争优势分析三、市场营销网络分析四、公司战略规划分析第四节 D公司一、企业经营情况分析二、企业产品及竞争优势分析三、市场营销网络分析四、公司战略规划分析第五节 E公司一、企业经营情况分析二、企业产品及竞争优势分析三、市场营销网络分析四、公司战略规划分析第六节 F公司一、企业经营情况分析二、企业产品及竞争优势分析三、市场营销网络分析四、公司战略规划分析 第八章 2015-2019年中国移动协同办公行业上下游主要行业发展现状分析第一节 2015-2019年主要上游产业发展分析一、A行业发展分析1、行业市场规模情况2、产品价格分析3、产品生产情况二、B行业发展分析1、行业市场规模情况2、产品价格分析3、产品生产情况……第二节 2015-2019年主要下游产业发展分析一、D行业发展分析1、行业现状分析2、行业发展前景二、E行业发展分析1、行业现状分析2、行业发展前景…… 第九章 2021-2027年中国移动协同办公行业发展预测分析第一节 2021-2027年中国移动协同办公行业产量预测第二节 2021-2027年中国移动协同办公行业需求

量预测第三节2021-2027年中国移动协同办公行业规模预测第四节 2021-2027年中国产业的前景及趋势一、中国移动协同办公市场发展前景乐观二、2020年中国移动协同办公市场消费趋势分析第五节2021-2027年中国移动协同办公行业发展趋势一、中国移动协同办公行业的发展前景二、2021-2027年中国移动协同办公产业规划分析三、我国移动协同办公行业的标准化发展趋势第六节2021-2027年中国移动协同办公行业“走出去”发展分析 第十章 移动协同办公行业投资前景研究及销售战略分析第一节 影响移动协同办公行业发展的主要因素一、影响移动协同办公行业运行的有利因素二、影响移动协同办公行业运行的稳定因素三、影响移动协同办公行业运行的不利因素四、我国移动协同办公行业发展面临的挑战五、我国移动协同办公行业发展面临的机遇第二节 行业投资形势分析一、2015-2019年中国行业投资规模二、行业投资壁垒三、行业SWOT分析四、行业五力模型分析第三节 2021-2027年移动协同办公行业投资效益分析第四节 2021-2027年移动协同办公行业投资前景研究研究第五节 移动协同办公行业投资前景预警一、2021-2027年移动协同办公行业市场风险预测二、2021-2027年移动协同办公行业政策风险预测三、2021-2027年移动协同办公行业经营风险预测四、2021-2027年移动协同办公行业技术风险预测五、2021-2027年移动协同办公行业竞争风险预测六、2021-2027年移动协同办公行业其他风险预测第六节 市场策略分析一、移动协同办公价格策略分析二、移动协同办公渠道策略分析第七节 销售策略分析一、媒介选择策略分析二、产品定位策略分析三、企业宣传策略分析第八节 提高移动协同办公企业竞争力的策略一、提高中国移动协同办公企业核心竞争力的对策二、移动协同办公企业提升竞争力的主要方向三、影响移动协同办公企业核心竞争力的因素及提升途径四、提高移动协同办公企业竞争力的策略第九节 对我国移动协同办公品牌的战略思考一、移动协同办公实施品牌战略的意义二、移动协同办公企业品牌的现状分析三、我国移动协同办公企业的品牌战略四、移动协同办公品牌战略管理的策略第十节 市场的重点客户战略实施一、实施重点客户战略的必要性二、合理确立重点客户三、重点客户战略管理四、重点客户管理功能 图表目录：图表：移动协同办公行业历程图表：移动协同办公行业生命周期图表：移动协同办公行业产业链分析图表：2015-2019年移动协同办公行业产能分析图表：2015-2019年移动协同办公行业市场规模分析图表：2015-2019年移动协同办公行业产量分析图表：2015-2019年移动协同办公行业需求量分析图表：2019年移动协同办公行业需求领域分布格局图表：2021-2027年移动协同办公行业市场规模预测图表：中国移动协同办公行业盈利能力分析图表：中国移动协同办公行业运营能力分析图表：中国移动协同办公行业偿债能力分析图表：中国移动协同办公行业发展能力分析图表：中国移动协同办公行业经营效益分析图表：2021-2027年移动协同办公行业市场规模预测图表：2021-2027年移动协同办公行业产量预测图表：2021-2027年移动协同办公行业需求量预测更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R05/R0502/202104/23-401627.html>