

# 2021年中国办公软件市场分析报告- 市场深度研究与投资商机研究

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国办公软件市场分析报告-市场深度研究与投资商机研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/ruanjian/547289547289.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

由于办公软件产品技术门槛较高，国内办公软件市场中，仅有数家厂商参与竞争。除微软的Microsoft Office外，金山公司的WPS Office、永中软件股份有限公司的永中Office、中标软件有限公司的中标普华Office等是国内市场上的主要品牌。近年来，国内桌面市场经过快速发展，微软及金山公司已取得明显的竞争优势，市场中形成了微软、金山公司同台竞争，其他厂商如永中软件股份有限公司、中标软件有限公司等跟进发展的竞争态势。

国内办公软件市场竞争格局 资料来源：金山公司

除微软的Microsoft Office外，目前国内主流的办公软件为金山WPS、永中Office和中标普华Office。从国内市占率和政府采购情况来看，WPS无疑是国内办公软件市场龙头，而永中Office和中标普华也相继进入中央机关采购名录；采购价格上，永中紧随WPS，而中标普华则相对便宜。

WPS性能完善、功能强大、增值服务丰富；永中Office在产品功能和服务上不断完善，如云存储、协作共享以及模板资源等；中标普华Office则偏重于语言特色，有藏文版、蒙文版、维哈柯文版（支持软件界面在汉文、维吾尔文、哈萨克文、柯尔克孜文四种语言间互相切换）以及针对不同国产芯片推出的龙芯版、飞腾版、申威版和兆芯版等国产芯片系列办公软件产品，在中央及地方政府中有一定应用。

国内办公软件市场主要参与者

产品

产品介绍

厂商

支持系统

金山

WPS

国内党政机关覆盖率最高的办公软件，内含文档、表格、演示、PDF等组件，可在Windows、Linux、MacOS、Android、iOS等众多主流操作平台上应用。

金山办公

Windows/Linux/Mac、Android/iOS

永中

Office

国内自主研发，内含文字处理、电子表格和简报制作三大板块，兼容MSOffice和WPSOffice；可提供桌面办公、移动办公、云办公和文档转换等服务。

江苏永中软件

Windows/Linux、

Android

极速

Office

北京海腾时代推出的一款轻快的Office办公软件，支持极速写作、极速表格、极速演示的创建、编辑、阅读,界面简洁、流畅，兼容各种Office产品。

海腾时代科技

Windows、

Andriod/iOS

中标

普华

Office

中标软件旗下办公软件产品，在审计、财税、工商等领域得到应用，分为普通版、教育版、藏文版等版本。

中标软件

Windows/Linux资料来源：金山公司

截至2020年12月，我国远程办公用户规模达3.46亿，较2020年6月增长1.47亿，占网民整体的34.9%。上半年，受新冠肺炎疫情影响，远程办公市场规模呈现爆发式增长。下半年，远程办公应用市场规模仍保持高速增长，并出现生态化发展趋势，在保就业稳就业、助力“新就业形态”建立完善中发挥重要作用。

2020年6月和12月远程办公用户规模（亿人）资料来源：CNNIC

远程办公用户规模保持高增速。经历上半年的爆发增长，下半年远程办公用户规模仍然保持高增速，半年增长率达73.6%，反映出远程办公得到企业用户的普遍认可，逐渐向基础应用方向沉淀，融入企业日常运营活动。在新冠肺炎疫情防控常态化的背景下，有越来越多的企业建立起科学完善的远程办公机制。企业微信服务的用户数从2019年底的6000万增长到2020年5月的2.5亿，并在12月进一步增至4亿；截至2020年12月，钉钉企业组织数量超过1700万。2020年9月至12月，远程会议日均使用时长达108分钟，与上半年基本持平，成为企业常态化应用。

远程办公应用正在向平台生态化方向发展。一是免费开放基本功能，培养用户习惯，为生态化发展奠定市场基础。截至2020年12月，视频或电话会议的使用率为22.8%，在线文档协作编辑为21.2%，在线任务管理或流程审批为11.6%，企业云盘为9.4%，不同细分功能的用户使用率存在显著差异。用户规模稳步扩大和行业个性化需求增长，将共同推动远程办公应用加快平台开放，容纳更多的垂直功能接入，实现生态互联。二是处理能力迅速提升，为生态化发展奠定软硬件基础。在复产复工过程中，企业对远程办公的需求呈爆发式增长，极大推动远程办公服务功能不断完善、处理能力不断提高。此外，我国5G网络、大数据中心、人工智能和工业互联网等新型基础设施不断加速建设，使企业级应用的硬件、软件基础能力有大幅提升，为远程办公生态化建设强化了海量数据处理、云存储和云计算、多程序接

入等关键能力。

2020年远程办公应用工具使用率对比 资料来源：CNNIC

远程办公助力“新就业形态”形成和完善。远程办公通过增加全社会就业弹性、提升劳动参与率，为“新就业形态”发展提供保障，在保就业、稳就业方面发挥了重要作用。

一是远程办公推动传统就业方式实现创新。相比传统就业方式，远程办公方式具有显著的成本和效率优势。在新冠肺炎疫情期间，远程办公帮助企业破除传统就业方式的限制，实现“异地办公”“移动办公”，从而使企业维持内部的正常运营，保持与外部的联系协作。研究显示，采用远程办公的企业，其全要素生产率提高了20%至30%，同时，每位远程办公的员工一年可为企业节省约1.4万元人民币。随着技术升级与用户接受度的提高，远程办公在提升效率、节约成本方面发挥的作用将会持续提升。

二是远程办公为基于数字技术的新型就业岗位提供重要支撑。新冠肺炎疫情期间，网约配送员等新型职业纷纷涌现，具有很大的分散性、灵活性和自主性，对数字技术的依赖程度较高。远程办公应用可以打破地理限制、丰富组织成员协作方式、重构组织运转流程，为新型岗位提供了便捷高效的数字化工具，推动“新就业形态”发展、助力数字化转型升级。（CJ）

观研报告网发布的《2021年中国办公软件市场分析报告-市场深度研究与投资商机研究》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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发

展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【目录大纲】

### 第一章 2017-2021年中国办公软件行业发展概述

#### 第一节 办公软件行业发展情况概述

- 一、办公软件行业相关定义
- 二、办公软件行业基本情况介绍
- 三、办公软件行业发展特点分析
- 四、办公软件行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、办公软件行业需求主体分析

#### 第二节 中国办公软件行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、办公软件行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
  - (1) 沟通协调机制
  - (2) 风险分配机制
  - (3) 竞争协调机制
- 四、中国办公软件行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

#### 第三节 中国办公软件行业生命周期分析

- 一、办公软件行业生命周期理论概述
- 二、办公软件行业所属的生命周期分析

#### 第四节 办公软件行业经济指标分析

- 一、办公软件行业的赢利性分析
- 二、办公软件行业的经济周期分析
- 三、办公软件行业附加值的提升空间分析

#### 第五节 中国办公软件行业进入壁垒分析

- 一、办公软件行业资金壁垒分析
- 二、办公软件行业技术壁垒分析
- 三、办公软件行业人才壁垒分析

#### 四、办公软件行业品牌壁垒分析

#### 五、办公软件行业其他壁垒分析

### 第二章 2017-2021年全球办公软件行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球办公软件行业发展历程回顾

#### 第二节 全球办公软件行业市场区域分布情况

#### 第三节 亚洲办公软件行业地区市场分析

##### 一、亚洲办公软件行业市场现状分析

##### 二、亚洲办公软件行业市场规模与市场需求分析

##### 三、亚洲办公软件行业市场前景分析

#### 第四节 北美办公软件行业地区市场分析

##### 一、北美办公软件行业市场现状分析

##### 二、北美办公软件行业市场规模与市场需求分析

##### 三、北美办公软件行业市场前景分析

#### 第五节 欧洲办公软件行业地区市场分析

##### 一、欧洲办公软件行业市场现状分析

##### 二、欧洲办公软件行业市场规模与市场需求分析

##### 三、欧洲办公软件行业市场前景分析

#### 第六节 2021-2026年世界办公软件行业分布走势预测

#### 第七节 2021-2026年全球办公软件行业市场规模预测

### 第三章 中国办公软件产业发展环境分析

#### 第一节 我国宏观经济环境分析

##### 一、中国GDP增长情况分析

##### 二、工业经济发展形势分析

##### 三、社会固定资产投资分析

##### 四、全社会消费品办公软件总额

##### 五、城乡居民收入增长分析

##### 六、居民消费价格变化分析

##### 七、对外贸易发展形势分析

#### 第二节 中国办公软件行业政策环境分析

##### 一、行业监管体制现状

##### 二、行业主要政策法规

#### 第三节 中国办公软件产业社会环境发展分析

##### 一、人口环境分析

- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

## 第四章 中国办公软件行业运行情况

### 第一节 中国办公软件行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
  - 1、行业技术发展现状
  - 2、行业技术专利情况
  - 3、技术发展趋势分析
- 三、行业发展特点分析

### 第二节 中国办公软件行业市场规模分析

### 第三节 中国办公软件行业供应情况分析

### 第四节 中国办公软件行业需求情况分析

### 第五节 我国办公软件行业进出口形势分析

- 1、进口形势分析
- 2、出口形势分析
- 3、进出口价格对比分析

### 第六节、我国办公软件行业细分市场分析

- 1、细分市场一
- 2、细分市场二
- 3、其它细分市场

### 第七节 中国办公软件行业供需平衡分析

### 第八节 中国办公软件行业发展趋势分析

## 第五章 中国办公软件所属行业运行数据监测

### 第一节 中国办公软件所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国办公软件所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

### 第三节 中国办公软件所属行业财务指标分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第六章 2017-2021年中国办公软件市场格局分析

### 第一节 中国办公软件行业竞争现状分析

#### 一、中国办公软件行业竞争情况分析

#### 二、中国办公软件行业主要品牌分析

### 第二节 中国办公软件行业集中度分析

#### 一、中国办公软件行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国办公软件行业市场集中度分析

### 第三节 中国办公软件行业存在的问题

### 第四节 中国办公软件行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国办公软件行业钻石模型分析

#### 一、生产要素

#### 二、需求条件

#### 三、支援与相关产业

#### 四、企业战略、结构与竞争状态

#### 五、政府的作用

## 第七章 2017-2021年中国办公软件行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国办公软件行业消费市场动态情况

### 第二节 中国办公软件行业消费市场特点分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 办公软件行业成本结构分析

### 第四节 办公软件行业价格影响因素分析

#### 一、供需因素

#### 二、成本因素

### 三、渠道因素

### 四、其他因素

#### 第五节 中国办公软件行业价格现状分析

#### 第六节 中国办公软件行业平均价格走势预测

##### 一、中国办公软件行业价格影响因素

##### 二、中国办公软件行业平均价格走势预测

##### 三、中国办公软件行业平均价格增速预测

### 第八章 2017-2021年中国办公软件行业区域市场现状分析

#### 第一节 中国办公软件行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区办公软件市场分析

##### 一、华东地区概述

##### 二、华东地区经济环境分析

##### 三、华东地区办公软件市场规模分析

##### 四、华东地区办公软件市场规模预测

#### 第三节 华中地区市场分析

##### 一、华中地区概述

##### 二、华中地区经济环境分析

##### 三、华中地区办公软件市场规模分析

##### 四、华中地区办公软件市场规模预测

#### 第四节 华南地区市场分析

##### 一、华南地区概述

##### 二、华南地区经济环境分析

##### 三、华南地区办公软件市场规模分析

##### 四、华南地区办公软件市场规模预测

### 第九章 2017-2021年中国办公软件行业竞争情况

#### 第一节 中国办公软件行业竞争结构分析（波特五力模型）

##### 一、现有企业间竞争

##### 二、潜在进入者分析

##### 三、替代品威胁分析

##### 四、供应商议价能力

##### 五、客户议价能力

#### 第二节 中国办公软件行业SCP分析

##### 一、理论介绍

## 二、SCP范式

## 三、SCP分析框架

### 第三节 中国办公软件行业竞争环境分析（PEST）

#### 一、政策环境

#### 二、经济环境

#### 三、社会环境

#### 四、技术环境

## 第十章 办公软件行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

##### 1、主要经济指标情况

##### 2、企业盈利能力分析

##### 3、企业偿债能力分析

##### 4、企业运营能力分析

##### 5、企业成长能力分析

#### 四、公司优劣势分析

### 第二节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第三节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第四节 企业

#### 一、企业概况

#### 二、主营产品

#### 三、运营情况

#### 四、公司优劣势分析

### 第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2021-2026年中国办公软件行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国办公软件行业未来发展前景分析

- 一、办公软件行业国内投资环境分析
- 二、中国办公软件行业市场机会分析
- 三、中国办公软件行业投资增速预测

### 第二节 中国办公软件行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国办公软件行业市场发展预测

- 一、中国办公软件行业市场规模预测
- 二、中国办公软件行业市场规模增速预测
- 三、中国办公软件行业产值规模预测
- 四、中国办公软件行业产值增速预测
- 五、中国办公软件行业供需情况预测

### 第四节 中国办公软件行业盈利走势预测

- 一、中国办公软件行业毛利润同比增速预测
- 二、中国办公软件行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国办公软件行业投资风险与营销分析

### 第一节 办公软件行业投资风险分析

- 一、办公软件行业政策风险分析
- 二、办公软件行业技术风险分析
- 三、办公软件行业竞争风险分析
- 四、办公软件行业其他风险分析

### 第二节 办公软件行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

## 第十三章 2021-2026年中国办公软件行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国办公软件行业品牌战略分析

- 一、办公软件企业品牌的重要性

二、办公软件企业实施品牌战略的意义

三、办公软件企业品牌的现状分析

四、办公软件企业的品牌战略

五、办公软件品牌战略管理的策略

第二节 中国办公软件行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国办公软件行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国办公软件行业发展策略及投资建议

第一节 中国办公软件行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国办公软件行业营销渠道策略

一、办公软件行业渠道选择策略

二、办公软件行业营销策略

第三节 中国办公软件行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国办公软件行业重点投资区域分析

二、中国办公软件行业重点投资产品分析

图表详见报告正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/ruanjian/547289547289.html>