

# 2024-2030年中国客户关系 管理系统（CRM）市场增长点与投资价值分析报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

## 报告报价

《2024-2030年中国客户关系管理系统（CRM）市场增长点与投资价值分析报告》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.bosidata.com/report/501285KM8H.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2026-03-08

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2024-2030年中国客户关系管理系统（CRM）市场增长点与投资价值分析报告》介绍了客户关系管理系统（CRM）行业相关概述、中国客户关系管理系统（CRM）产业运行环境、分析了中国客户关系管理系统（CRM）行业的现状、中国客户关系管理系统（CRM）行业竞争格局、对中国客户关系管理系统（CRM）行业做了重点企业经营状况分析及中国客户关系管理系统（CRM）产业发展前景与投资预测。您若想对客户关系管理系统（CRM）产业有个系统的了解或者想投资客户关系管理系统（CRM）行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一章客户关系管理系统（CRM）的概念和界定1.1 客户关系管理和客户关系管理系统（CRM）的概念1.1.1 客户关系管理1.1.2 客户关系管理系统（CRM）1.2 客户关系管理系统原理1.3 客户关系管理系统作用1.3.1 维护老客户，寻找新客户1.3.2 避免客户资源过于分散引起的客户流失1.3.3 提高客户忠诚度和满意度1.3.4 降低营销成本1.3.5 掌握销售人员工作状态1.4 客户关系管理系统功能1.4.1 客户合作管理系统1.4.2 业务操作管理系统1.4.3 数据分析管理系统1.4.4 信息技术管理系统1.5 客户关系管理系统价值1.5.1 先进性1.5.2 综合性1.5.3 集成性1.5.4 智能化1.6 客户关系管理系统分类第二章客户关系管理系统（CRM）设计与实现2.1 业务需求分析2.1.1 营销管理需求2.1.2 客户管理需求2.1.3 服务管理需求2.1.4 统计报表需求2.1.5 基础数据需求2.2 系统分析2.2.1 系统简介2.2.2 系统功能设计(1)“客户管理”主要功能(2)“商业智能”主要功能2.3 系统功能实现2.3.1 客户管理界面2.3.2 商业基本信息界面2.3.3 商业智能界面2.4 系统应用第三章大数据时代客户关系管理系统应用3.1 大数据时代CRM系统概述3.2 大数据时代企业客户关系管理的作用3.2.1 精确对准客户真正需求3.2.2 让企业更快契入产业链3.2.3 有效降低企业运营风险3.3 大数据时代企业客户关系管理系统的具体应用3.3.1 锁定真正客户3.3.2 开发新客户并控制管理成本3.3.3 提高客户价值质量3.4 影响大数据时代客户关系管理系统应用水平的因素及应对策略3.4.1 人为因素3.4.2 系统因素3.4.3 风险因素第四章数据挖掘技术在客户关系管理（CRM）中的应用4.1 客户关系管理(CRM)分析4.1.1 客户关系管理的概念4.1.2 客户关系管理的必要性4.1.3 客户关系管理的主要内容4.1.4 客户关系管理系统的架构模式4.1.5 客户关系管理的重要意义4.2 数据挖掘技术(DM)分析4.2.1 数据挖掘的概念4.2.2 数据挖掘的主要内容4.2.3 数据挖掘的分析方法和实际应用（1）分类分析（2）回归分析（3）聚类分析（4）关联规则分析（5）特征分析（6）偏差分析（7）网络挖掘4.3 数据挖掘的常用算法和实际应用4.3.1 决策树算法分析4.3.2 聚类算法4.3.3 SVM分类算法4.3.4 Apriori算法4.3.5 最大期望(EM)算法4.3.6 PR值算法4.3.7 集成学习算法4.3.8 KNN邻近算法4.3.9 朴素贝叶斯分类器4.3.10 分类与回归树算法第五章客户关系管理系统（CRM）产业链分析5.1 客户关系管理系统（CRM）产业链模

型5.2 客户关系管理系统（CRM）上游——软件及硬件5.2.1 硬件设备制造（1）服务器（2）存储器（3）交换器（4）路由器5.2.2 通用软件开发（1）操作系统（2）数据库（3）开发工具（4）中间件5.3 客户关系管理系统（CRM）中游——CRM软件供应商5.4 客户关系管理系统（CRM）下游——行业应用5.4.1 客户关系管理系统用户端现状：了解及使用程度有限5.4.2 中国信息管理类工业软件下游应用结构5.4.3 云CRM成功应用及用户痛点第六章中国客户关系管理系统（CRM）服务商和供应商调查6.1 客户关系管理系统（CRM）硬件设备供应商6.1.1 服务器供应商6.1.2 存储器供应商6.1.3 交换器供应商6.1.4 路由器供应商6.2 通用软件开发商6.2.1 操作系统开发商6.2.2 数据库开发商6.2.3 开发工具开发商6.2.4 中间件开发商6.3 客户关系管理系统（CRM）主要供应商第七章中国客户关系管理系统（CRM）发展现状7.1 中国客户关系管理系统（CRM）发展背景7.1.1 中国工业软件产业定位7.1.2 中国互联网发展现状7.1.3 2019-2023年中国工业软件市场规模及增速7.1.4 中国SaaS行业现状发展现状7.2 中国客户关系管理系统（CRM）发展历程7.3 客户关系管理系统（CRM）分类状况7.3.1 传统本地部署的CRM7.3.2 SaaS型CRM(云CRM)7.4 中国客户关系管理系统（CRM）行业政策背景7.4.1 行业监管体制7.4.2 行业主要政策7.5 SCM、ERP与CRM的关系7.6 中国客户关系管理系统（CRM）成本分析7.7 中国客户关系管理系统（CRM）市场现状7.7.1 中国CRM市场现状7.7.2 中国CRM市场结构7.7.3 云CRM市场现状7.8 中国客户关系管理系统（CRM）市场竞争格局7.8.1 中国CRM部署方式（按营收）7.8.2 中国CRM厂商构成（按营收）7.8.3 中国CRM品牌营收占比（按营收）第八章中国客户关系管理系统（CRM）需求分析8.1 中国客户关系管理系统（CRM）需求现状8.2 企业客户对CRM提出新需求8.2.1 营销获客8.2.2 数据处理8.2.3 个性化需求8.3 市场对CRM功能的需求变化8.3.1 营销渠道扩展8.3.2 线索数据暴增8.3.3 商业模式易变8.4 SCRM价值分析8.4.1 更有效触达客户，获取潜在商机8.4.2 数据整合，构建私域流量池8.4.3 降低二次开发门槛，满足个性化需求第九章基于数据挖掘的商场分析客户关系管理系统（CRM）案例分析9.1 基于数据挖掘技术的商场CRM的设计9.1.1 基于数据挖掘技术的商场CRM的必要性9.1.2 基于数据挖掘技术的商场CRM的模块设计9.1.3 基于数据挖掘技术的商场CRM的功能设计9.1.4 基于数据挖掘技术的商场CRM的重要意义9.2 基于数据挖掘技术的商场CRM的实现9.2.1 基于数据挖掘技术的商场CRM的整体架构9.2.2 商场CRM中数据挖掘的应用流程9.2.3 商场CRM中数据挖掘的算法设计9.2.4 基于数据挖掘技术的商场CRM与传统企业管理对比9.3 数据挖掘成功应用的经典案例9.3.1 沃尔玛“啤酒加尿布”营销9.3.2 戴尔公司客户分类的成功第十章客户关系管理系统（CRM）行业数字化重点企业推荐10.1 泛微网络科技股份有限公司10.1.1 企业发展基本情况10.1.2 企业经营状况分析10.1.3 企业数字化转型产品概况10.1.4 企业核心竞争力分析10.1.5 企业发展战略分析10.2 用友网络科技股份有限公司10.2.1 企业发展基本情况10.2.2 企业经营状况分析10.2.3 企业数字化转型产品概况10.2.4 企业核心竞争力分析10.2.5 企业发展战略分析10.3 北

京神州云动科技股份有限公司10.3.1 企业发展基本情况10.3.2 企业经营状况分析10.3.3 企业数字化转型产品概况10.3.4 企业核心竞争力分析10.3.5 企业发展战略分析10.4 和创（北京）科技股份有限公司10.4.1 企业发展基本情况10.4.2 企业经营状况分析10.4.3 企业数字化转型产品概况10.4.4 企业核心竞争力分析10.4.5 企业发展战略分析10.5 赛富时公司10.5.1 企业发展基本情况10.5.2 企业经营状况分析10.5.3 企业数字化转型产品概况10.5.4 企业融资情况分析10.5.5 企业发展战略分析10.6 北京易动纷享科技有限责任公司10.6.1 企业发展基本情况10.6.2 企业经营状况分析10.6.3 企业数字化转型产品概况10.6.4 企业核心竞争力分析10.6.5 企业发展战略分析10.7 北京仁科互动网络技术有限公司10.7.1 企业发展基本情况10.7.2 企业经营状况分析10.7.3 企业数字化转型产品概况10.7.4 企业核心竞争力分析10.7.5 企业发展战略分析10.8 杭州道邦网络科技有限公司10.8.1 企业发展基本情况10.8.2 企业经营状况分析10.8.3 企业数字化转型产品概况10.8.4 企业融资情况分析10.8.5 企业发展战略分析10.9 ZOHO Corporation10.9.1 企业发展基本情况10.9.2 企业经营状况分析10.9.3 企业数字化转型产品概况10.9.4 企业融资情况分析10.9.5 企业发展战略分析10.10 SAP思爱普10.10.1 企业发展基本情况10.10.2 企业经营状况分析10.10.3 企业数字化转型产品概况10.10.4 企业融资情况分析10.10.5 企业发展战略分析第十一章中国客户关系管理系统（CRM）行业趋势预测和市场空间预测11.1 客户关系管理系统（CRM）行业发展趋势11.1.1 移动化、社交化11.1.2 智能化、SaaS化11.1.3 平台化、体系化11.2 客户关系管理系统（CRM）行业发展驱动因素11.2.1 政策驱动11.2.2 社会驱动11.2.3 技术驱动11.3 客户关系管理系统（CRM）投资前景11.3.1 政策风险11.3.2 技术风险11.3.3 竞争风险11.3 客户关系管理系统（CRM）行业投资机会透视11.3.1 产业链机会11.3.2 细分领域机会11.3.3 重点区域机会11.3 2024-2030年中国客户关系管理系统（CRM）行业市场空间预测第十二章客户关系管理系统（CRM）行业研究总结与发展建议12.1 客户关系管理系统（CRM）行业研究总结12.2 客户关系管理系统（CRM）行业痛点12.2.1 价值痛点12.2.2 成本痛点12.2.3 应用痛点12.3 客户关系管理系统（CRM）行业发展建议12.3.1 客户关系管理系统（CRM）行业投资策略12.3.2 客户关系管理系统（CRM）行业投资方向12.3.3 客户关系管理系统（CRM）行业投资方式

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/501285KM8H.html>