2022-2028年中国企业数字化办公行业前景展望与投资潜力分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司
www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国企业数字化办公行业前景展望与投资潜力分析报告》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.cction.com/report/202203/273922.html

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司
订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838
海外报告销售: 010-69365838
Email: kefu@gonyn.com
联系人：李经理

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

云办公（远程协同办公）是对传统OA（OfficeAutomation）的继承和发扬，从原先的办公工具引申为一种信息管理和任务管理思想。在企业多项目、跨区域、集团化的趋势下，如何跨越部门、时间和地域限制实行高效管理，成为了企业的痛点。目前市场上主流将云办公分为四个维度：文档协作、即时沟通、任务协同管理和设计/素材管理。

2015-2018年国内云办公市场规模分别为90、209、442、460亿人民币，近年增速突然放缓。云办公行业竞争情况

1

文档协作

文档协作是指对文档、表格、幻灯片等的多人在线编辑以及云共享和云存储，以达到云办公的目的。目前主流文档协作产品中，国外有Office365、GoogleDocs、AdobeAcorbat等，国内有金山办公旗下WPS、腾讯文档、石墨文档、一起写、印象笔记、有道云笔记等。大多产品都支持各类文档的在线编辑及云存储，主要依靠易用性和安全性功能提供差异化；部分产品支持数字签名认证，具备法律效力的电子签章可以大大提升纸质文件的审批效率。文档协作领域竞争激烈，巨头凸显。2019年数据，微软Office办公软件全球用户数超12亿，金山WPSOffice用户数超3亿，腾讯文档活跃用户数近3000万，石墨文档普通注册用户2000万、企业用户20万，GoogleDocs付费用户超过400万。另外，AdobeAcrobat作为PDF解决方案领导者，目前已实现20亿安装量。（均来源于企业发布）。

2

即时沟通

企业级IM（InstantMessage）包含对文字、语音、多人电话及视频会议等通讯功能的实现。主流产品有综合化协作平台钉钉、企业微信、飞书、Slack、OfficeTeams等，专业视频会议工具Zoom、华为welink、腾讯云会议、天翼云会议、小鱼易连、会畅通讯等，另外金山WPS也支持电话和视频会议。目前行业内痛点主要在于可靠、高清视频传输，大用户容量视频、电话会议支持，以及便捷的互动性。

3

任务协同管理

任务协同管理软件目的是让企业组织信息有效流转，注重对人和组织行为的管理。协同管理软件由传统OA进化而来。传统OA主要解决公文流转等固化的行政办公类应用。协同管理软件，主要解决企业在信息门户、工作流程、知识文档，交流协助等领域的信息化应用，让组织的成员更加高效协同运作。协同管理软件与传统OA差别体现在，协同管理软件是以整个企

业所有资源要素协作管理为对象；而传统OA则是以行政办公应用为对象。协同管理软件与ERP的差别体现在两者分别侧重于人和组织的信息流转与物和财的数据核算。国内协同管理软件市场泛微网络份额居首，致远、华天动力、蓝凌紧随其后，市场整体较分散。根据中国软件协会数据，2017年上半年，泛微以13.4%的市占率居首，致远、华天动力、蓝凌等各以10.7%、10.1%、8.6%的市占率紧随其后；2017年前三季度，泛微以14.2%的市占率保持首位。其余近500家企业瓜分剩余份额，行业集中度不高。

4

设计/素材管理

设计/素材管理产品是垂直行业协同管理在创意、营销领域的代表，主要服务于数字资产管理和设计条线需求。海外老牌软件服务企业Adobe旗下创意云业务线，就针对图像、音视频处理以及页面设计等需求提供了素材库和云端管理模块，简化了业务流程同时又保证了数字资产的版权。此外，行业内主流产品还包括创客帖、稿定设计、Canvas、墨刀、群晖NAS、Eagle图库等。

疫情背景下各地推迟返工，鼓励部分人群在家办公。国务院办公厅1月27日发布通知，“为加强新型冠状病毒感染的肺炎疫情防控工作，有效减少人员聚集，阻断疫情传播，将2020年春节假期延长至2月2日”。湖北省延长2020年春节假期至2月13日；北京市政府通知非疫情防控、公共事业和民生保障等必需的企业，“具备条件的、应当安排职工通过电话、网络等灵活方式在家上班完成相应工作”；广东、浙江、上海、重庆等各省市也均发布通知，复工时间不早于2月9日24时。全国范围内的延迟复工已成定局，“在家办公”也成为了特殊时期自上而下的号召。

2020年春节后各地复工时间安排各级政府和机关复工（假期）时间

国务院

假期延长至2月2日

湖北省

假期延长至2月13日

北京、上海、广东、山东、内蒙古、安徽、云南、江苏、黑龙江、浙江等二十余省市

不早于2月9日24时

吉林

不早于2月2日24时

四川

非必需企业自行安排复工　　中企顾问网发布的《2022-2028年中国企业数字化办公行业前景

展望与投资潜力分析报告》共十四章。首先介绍了中国企业数字化办公行业市场发展环境、企业数字化办公整体运行态势等，接着分析了中国企业数字化办公行业市场运行的现状，然后介绍了企业数字化办公市场竞争格局。随后，报告对企业数字化办公做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国企业数字化办公行业发展趋势与投资预测。您若想对企业数字化办公产业有个系统的了解或者想投资中国企业数字化办公行业，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 企业数字化办公行业发展综述
1.1 企业数字化办公行业定义及分类
1.1.1 行业定义
1.1.2 行业主要产品分类
1.1.3 行业主要商业模式
1.2 企业数字化办公行业特征分析
1.2.1 产业链分析
1.2.2 企业数字化办公行业在国民经济中的地位
1.2.3 企业数字化办公行业生命周期分析
（1）行业生命周期理论基础
（2）企业数字化办公行业生命周期
1.3 最近3-5年中国企业数字化办公行业经济指标分析
1.3.1 赢利性
1.3.2 成长速度
1.3.3 附加值的提升空间
1.3.4 进入壁垒／退出机制
1.3.5 风险性
1.3.6 行业周期
1.3.7 竞争激烈程度指标
1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 企业数字化办公行业运行环境分析

2.1 企业数字化办公行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 企业数字化办公行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 企业数字化办公行业社会环境分析

2.3.1 企业数字化办公产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 企业数字化办公产业发展对社会发展的影响

2.4 企业数字化办公行业技术环境分析

2.4.1 企业数字化办公技术分析

2.4.2 企业数字化办公技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国企业数字化办公所属行业运行分析

3.1 我国企业数字化办公行业发展状况分析

3.1.1 我国企业数字化办公行业发展阶段

3.1.2 我国企业数字化办公行业发展总体概况

众多云办公产品适时免费，加速获客渗透，后续黏性仍需长期培养在疫情防控形势下，企业对远程协作办公的应急需求急速上升，众多相关产品也适时开放了免费窗口：

1

文档协作类产品

石墨文档开放付费版所有功能；腾讯文档开放所有远程办公功能；印象笔记支持企业版全部权益；笔记金山办公WPS+一站式办公平台向企业客户免费提供远程办公及音频会议服务。

2

即时沟通类产品

阿里旗下钉钉向1000万企业免费开放在家办公系统，同时上限“员工健康”及面向

教育的“在线课堂”功能；腾讯旗下企业微信和腾讯会议分别宣布开放300人语音及视频会议功能；华为云welink为用户免费提供视频会议，1000用户数以下的单位可以在线免费开通，并支持100方实时在线会议；此外，字节跳动飞书、中国电信天翼云会议、浪潮云视频、小鱼易连云视频会议、海外独角兽Zoom等众多产品也宣布疫情期间免费开放。

3

任务协同管理类产品

阿里旗下Teambition企业版将不限人数免费试用，参与抗击疫情的机构、企业等可升级至企业专业版。

细分领域看，各版块产品竞争格局初步形成，功能交叠加强。狭义文档云协同软件中，WPS、石墨文档、腾讯文档等均支持多人在线编辑、文件云存储等功能；广义云存储软件中，百度云、坚果云同微软Onedrive、GoogleDrive的区别在于同步方式、权限设置、付费模式等。视频会议软件中，主要痛点在于高清高可靠视频传输、大规模会议支持、数

据共享、会议控制、跨平台支持等，现有云视频产品对以上功能基本都实现了覆盖，在疫情背景下各家均推出了多至数百人视频会议的支持功能。协同管理软件行业是新兴行业，

除了对日程管理、人员管理和任务管理等办公信息化层面的支持外，各家产品也都向业务流程专业化、功能定制化、实施SaaS方向发展。企业如何快速搭建数字化办公

1

硬件、软件设备的建设

数字化办公就是尽量减少人手工作，所以对于一些硬件和软件的设备，企业都需要提前准备好。工欲善其事，必先利其器。另外，可配备采购相关的数字化办公软件，根据企业自身的预算以及使用需求，来选择最合适的软件，搭建专属的数字化办公。

2

数字化推广

企业在实施数字化办公之前，应该先把相关的概念普及传输给员工，使员工了解企业搭建数字化办公的意义与必要性，减少员工的不解和抗拒心理，加快接受程度，减少实施的阻碍。

3.1.3 我国企业数字化办公行业发展特点分析

3.2 2015-2019年企业数字化办公行业发展现状

3.2.1 2015-2019年我国企业数字化办公行业市场规模

3.2.2 2015-2019年我国企业数字化办公行业发展分析

3.2.3 2015-2019年中国企业数字化办公企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析
3.4 企业数字化办公细分产品/服务市场分析
3.4.1 细分产品/服务特色
3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速
3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测
3.5 企业数字化办公产品/服务价格分析
3.5.1 2015-2019年企业数字化办公价格走势
3.5.2 影响企业数字化办公价格的关键因素分析
（1）成本
（2）供需情况
（3）关联产品
（4）其他
3.5.3 2022-2028年企业数字化办公产品/服务价格变化趋势
3.5.4 主要企业数字化办公企业价位及价格策略

第四章 我国企业数字化办公所属行业整体运行指标分析
4.1 2015-2019年中国企业数字化办公所属行业总体规模分析
4.1.1 企业数量结构分析
4.1.2 人员规模状况分析
4.1.3 行业资产规模分析
4.1.4 行业市场规模分析
4.2 2015-2019年中国企业数字化办公所属行业产销情况分析
4.2.1 我国企业数字化办公所属行业工业总产值
4.2.2 我国企业数字化办公所属行业工业销售产值
4.2.3 我国企业数字化办公所属行业产销率
4.3 2015-2019年中国企业数字化办公所属行业财务指标总体分析
4.3.1 行业盈利能力分析
4.3.2 行业偿债能力分析
4.3.3 行业营运能力分析
4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国企业数字化办公所属行业供需形势分析

5.1 企业数字化办公行业供给分析
5.1.1 2015-2019年企业数字化办公行业供给分析
5.1.2 2022-2028年企业数字化办公行业供给变化趋势
5.1.3 企业数字化办公行业区域供给分析
5.2 2015-2019年我国企业数字化办公行业需求情况
5.2.1 企业数字化办公行业需求市场
5.2.2 企业数字化办公行业客户结构
5.2.3 企业数字化办公行业需求的地区差异
5.3 企业数字化办公市场应用及需求预测
5.3.1 企业数字化办公应用市场总体需求分析
（1）企业数字化办公应用市场需求特征
（2）企业数字化办公应用市场需求总规模
5.3.2 2022-2028年企业数字化办公行业领域需求量预测
（1）2022-2028年企业数字化办公行业领域需求产品/服务功能预测
（2）2022-2028年企业数字化办公行业领域需求产品/服务市场格局预测
5.3.3 重点行业企业数字化办公产品/服务需求分析预测

第六章 企业数字化办公行业产业结构分析
6.1 企业数字化办公产业结构分析
6.1.1 市场细分充分程度分析
6.1.2 各细分市场领先企业排名
6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例
6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）
6.2 产业价值链条的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析
6.2.1 产业价值链条的构成
6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析
6.3 产业结构发展预测
6.3.1 产业结构调整指导政策分析
6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素
6.3.3 中国企业数字化办公行业参与国际竞争的战略市场定位
6.3.4 产业结构调整方向分析

第七章 我国企业数字化办公行业产业链分析
7.1 企业数字化办公行业产业链分析
7.1.1 产业链结构分析
7.1.2 主要环节的增值空间
7.1.3 与上下游行业之间的关联性
7.2 企业数字化办公上游行业分析
7.2.1 企业数字化办公产品成本构成
7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状
7.2.3 2022-2028年上游行业发展趋势
7.2.4 上游供给对企业数字化办公行业的影响
7.3 企业数字化办公下游行业分析
7.3.1 企业数字化办公下游行业分布
7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状
7.3.3 2022-2028年下游行业发展趋势
7.3.4 下游需求对企业数字化办公行业的影响

第八章 我国企业数字化办公行业渠道分析及策略
8.1 企业数字化办公行业渠道分析
8.1.1 渠道形式及对比
8.1.2 各类渠道对企业数字化办公行业的影响
8.1.3 主要企业数字化办公企业渠道策略研究
8.1.4 各区域主要代理商情况
8.2 企业数字化办公行业用户分析
8.2.1 用户认知程度分析
8.2.2 用户需求特点分析
8.2.3 用户购买途径分析
8.3 企业数字化办公行业营销策略分析
8.3.1 中国企业数字化办公营销概况
8.3.2 企业数字化办公营销策略探讨
8.3.3 企业数字化办公营销发展趋势

第九章 我国企业数字化办公行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析
9.1.1 企业数字化办公行业竞争结构分析
（1）现有企业间竞争
（2）潜在进入者分析
（3）替代品威胁分析
（4）供应商议价能力
（5）客户议价能力
（6）竞争结构特点总结
9.1.2 企业数字化办公行业企业间竞争格局分析
9.1.3 企业数字化办公行业集中度分析
9.1.4 企业数字化办公行业SWOT分析
9.2 中国企业数字化办公行业竞争格局综述
9.2.1 企业数字化办公行业竞争概况
（1）中国企业数字化办公行业竞争格局
（2）企业数字化办公行业未来竞争格局和特点
（3）企业数字化办公市场进入及竞争对手分析
9.2.2 中国企业数字化办公行业竞争力分析
（1）我国企业数字化办公行业竞争力剖析
（2）我国企业数字化办公企业市场竞争的优势
（3）国内企业数字化办公企业竞争能力提升途径
9.2.3 企业数字化办公市场竞争策略分析

第十章 企业数字化办公行业领先企业经营形势分析
10.1 A公司
10.1.1 企业概况
10.1.2 企业优势分析
10.1.3 产品/服务特色
10.1.4 公司经营状况
10.1.5 公司发展规划
10.2 B公司
10.2.1 企业概况
10.2.2 企业优势分析

10.2.3 产品/服务特色
10.2.4 公司经营状况
10.2.5 公司发展规划
10.3 C公司
10.3.1 企业概况
10.3.2 企业优势分析
10.3.3 产品/服务特色
10.3.4 公司经营状况
10.3.5 公司发展规划
10.4 D公司
10.4.1 企业概况
10.4.2 企业优势分析
10.4.3 产品/服务特色
10.4.4 公司经营状况
10.4.5 公司发展规划
10.5 E公司
10.5.1 企业概况
10.5.2 企业优势分析
10.5.3 产品/服务特色
10.5.4 公司经营状况
10.5.5 公司发展规划
10.6 F公司
10.6.1 企业概况
10.6.2 企业优势分析
10.6.3 产品/服务特色
10.6.4 公司经营状况
10.6.5 公司发展规划

第十一章 2022-2028年企业数字化办公行业投资前景
11.1 2022-2028年企业数字化办公市场发展前景
11.1.1 2022-2028年企业数字化办公市场发展潜力
11.1.2 2022-2028年企业数字化办公市场发展前景展望

11.1.3 2022-2028年企业数字化办公细分行业发展前景分析
11.2 2022-2028年企业数字化办公市场发展趋势预测
11.2.1 2022-2028年企业数字化办公行业发展趋势
11.2.2 2022-2028年企业数字化办公市场规模预测
11.2.3 2022-2028年企业数字化办公行业应用趋势预测
11.2.4 2022-2028年细分市场发展趋势预测
11.3 2022-2028年中国企业数字化办公行业供需预测
11.3.1 2022-2028年中国企业数字化办公行业供给预测
11.3.2 2022-2028年中国企业数字化办公行业需求预测
11.3.3 2022-2028年中国企业数字化办公供需平衡预测
11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
11.4.1 市场整合成长趋势
11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
11.4.3 企业区域市场拓展的趋势
11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2022-2028年企业数字化办公行业投资机会与风险
12.1 企业数字化办公行业投融资情况
12.1.1 行业资金渠道分析
12.1.2 固定资产投资分析
12.1.3 兼并重组情况分析
12.2 2022-2028年企业数字化办公行业投资机会
12.2.1 产业链投资机会
12.2.2 细分市场投资机会
12.2.3 重点区域投资机会
12.3 2022-2028年企业数字化办公行业投资风险及防范
12.3.1 政策风险及防范
12.3.2 技术风险及防范
12.3.3 供求风险及防范
12.3.4 宏观经济波动风险及防范
12.3.5 关联产业风险及防范

12.3.6 产品结构风险及防范
12.3.7 其他风险及防范

第十三章 企业数字化办公行业投资战略研究
13.1 企业数字化办公行业发展战略研究
13.1.1 战略综合规划
13.1.2 技术开发战略
13.1.3 业务组合战略
13.1.4 区域战略规划
13.1.5 产业战略规划
13.1.6 营销品牌战略
13.1.7 竞争战略规划
13.2 对我国企业数字化办公品牌的战略思考
13.2.1 企业数字化办公品牌的重要性
13.2.2 企业数字化办公实施品牌战略的意义
13.2.3 企业数字化办公企业品牌的现状分析
13.2.4 我国企业数字化办公企业的品牌战略
13.2.5 企业数字化办公品牌战略管理的策略
13.3 企业数字化办公经营策略分析
13.3.1 企业数字化办公市场细分策略
13.3.2 企业数字化办公市场创新策略
13.3.3 品牌定位与品类规划
13.3.4 企业数字化办公新产品差异化战略
13.4 企业数字化办公行业投资战略研究
13.4.1 2019年企业数字化办公行业投资战略
13.4.2 2022-2028年企业数字化办公行业投资战略
13.4.3 2022-2028年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议()
14.1 企业数字化办公行业研究结论
14.2 企业数字化办公行业投资价值评估
14.3 企业数字化办公行业投资建议

14.3.1 行业发展策略建议
14.3.2 行业投资方向建议
14.3.3 行业投资方式建议()

详细请访问：http://www.cction.com/report/202203/273922.html