

2006-2007年跨国软件企业 在华竞争战略研究年度报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2006-2007年跨国软件企业在华竞争战略研究年度报告》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.abaogao.com/b/ruanjian/K671618SJY.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

2006-2007年跨国软件企业在华竞争战略研究年度报告 内容介绍：

随着中国对外开放的程度日益加深，跨国软件企业在中国的本土化工作不断展开，众多在华竞争战略也日渐显现。从某种角度来说，跨国软件企业在华竞争战略的发展本身也是一个逐步认识中国市场、扎根中国市场，从而实现其全球市场战略的过程。

在跨国软件企业的在华竞争战略中，如何融入中国的经济以及中国信息产业发展的步伐，成为业界广泛关注的一个话题。纵观跨国软件企业在中国的本土化策略，设立研发中心、加大投资、启用本地人才等已经成为本土化的基本策略，也是跨国公司落户扎根中国的重要途径。与很多的跨国企业一样，全球最大的软件企业微软，积极推进在华本土化战略，兑现“同中国信息产业共同进步和发展”的承诺。随着对中国市场的认识更加深入，微软的本土化策略呈现出新的特点，即更加注重与政策以及经济发展相结合。

跨国软件企业的在华竞争战略反映出跨国软件企业力求融入中国经济长远发展的战略和思考，《跨国软件企业在华竞争战略研究年度报告》，将从以下方面帮助业界厂商、投资者更精确地把握跨国软件企业在华竞争战略策略的脉动，为更多的跨国软件企业和本土软件企业带来了新的启发。——翔实的市场描述数据，从全球和国内软件产业的发展变化，洞察行业发展动向。

精炼跨国软件企业2006年在华竞争表现，并从研发规模、营销策略、人力资源、本土化等多个维度总结跨国企业在华竞争战略，评点其市场领先秘诀。深入剖析主要跨国软件企业重大战略举措，如它们的服务定位、产品定位、人力资源、本土化策略，并从细分市场份额、品牌知名度等多个维度对比评价它们的竞争战略。结合跨国软件企业在华竞争战略的研究结论，为国内企业提供决策支持建议。

一、软件行业发展现状与趋势

（一）世界软件市场结构

主要跨国软件企业在华竞争战略比较分析

.....

图目录

全球软件产业发展历程

全球软件产业分工体系

2001-2006年中国软件(软件市场分析)市场规模

2007-2011年中国软件(软件市场分析)市场规模预测

.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruanjian/K671618SJY.html>