

# 2011-2015年服务外包市场 专项调研及投资方向研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2011-2015年服务外包市场专项调研及投资方向研究报告》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/201111/77885.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

### 目录

#### 第一部分 行业运行现状 1

#### 第一章 中国服务外包行业发展概述 1

##### 第一节 服务外包行业发展情况 1

###### 一、服务外包定义 1

###### 二、服务外包行业发展历程 1

##### 第二节 服务外包产业链分析 2

###### 一、产业链模型介绍 2

###### 二、服务外包产业链模型分析 2

##### 第三节 2008-2010年中国服务外包行业经济指标分析 3

###### 一、赢利性 3

###### 二、成长速度 3

###### 三、附加值的提升空间 4

###### 四、进入壁垒／退出机制 4

###### 五、风险性 4

###### 六、行业周期 5

###### 七、竞争激烈程度指标 7

###### 八、当前行业发展所属周期阶段的判断 7

#### 第二章 全球服务外包市场发展分析 8

##### 第一节 当前全球服务外包市场的特点 8

###### 一、服务外包领域日益扩展 8

###### 二、中国和印度日益成为全球两个最大的外包基地 8

###### 三、IT和金融服务外包成为主导 8

###### 四、垂直市场在全球服务外包更加得到重视 9

##### 第二节 2009年全球服务外包发展分析 9

###### 一、2009年全球服务外包市场状况 9

###### 二、2009年全球服务外包市场结构 10

###### 三、2009年全球服务外包市场规模 11

###### 四、2009年全球服务贸易规模情况 11

##### 第三节 2009-2010年发包市场情况分析 12

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 一、2009-2010年美国发包情况分析       | 12 |
| 二、2009-2010年西欧发包情况分析       | 13 |
| 三、2009-2010年日本发包情况分析       | 14 |
| 第四节 2009-2010年接包市场情况分析     | 15 |
| 一、2009-2010年印度接包情况分析       | 15 |
| 二、2009-2010年中国接包情况分析       | 18 |
| 三、2009-2010年主要国家和地区竞争力比较   | 18 |
| 第三章 中国服务外包市场运行分析           | 20 |
| 第一节 服务外包行业市场发展基本情况         | 20 |
| 一、市场现状分析                   | 20 |
| 二、市场规模分析                   | 20 |
| 三、市场特点分析                   | 20 |
| 四、市场技术发展状况                 | 22 |
| 第二节 服务外包行业技术研发情况           | 22 |
| 一、行业研发情况分析                 | 22 |
| 二、竞争对手研发占投入比               | 22 |
| 三、研发投入与研发成果关系              | 23 |
| 第三节 行业市场工业总产值分析            | 23 |
| 一、市场工业总产值分析                | 23 |
| 二、2010-2011年不同规模企业工业总产值分析  | 23 |
| 三、2010-2011年不同所有制企业工业总产值比较 | 24 |
| 四、2010-2011年行业市场工业总产值地区分布  | 24 |
| 第四节 行业市场产品价格分析             | 25 |
| 一、2009年市场产品价格走势            | 25 |
| 二、2010年市场产品价格走势            | 25 |
| 三、2011年上半年市场产品价格走势         | 25 |
| 四、2011-2015年市场产品价格趋势预测     | 25 |
| 第四章 中国服务外包行业的国际比较分析        | 27 |
| 第一节 中国服务外包市场发展情况分析         | 27 |
| 一、2009年中国服务外包市场发展分析        | 27 |
| 二、2009年中国服务外包市场统计分析        | 27 |
| 三、2010年中国服务外包市场发展分析        | 28 |

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 四、2010年中国服务外包细分市场分析       | 28 |
| 第二节 中国服务外包行业的国际比较分析       | 32 |
| 一、中国服务外包行业竞争力指标分析         | 32 |
| 二、国际服务外包行业竞争力指标分析         | 32 |
| 三、中国服务外包行业经济指标国际比较分析      | 33 |
| 第三节 全球服务外包行业市场需求分析        | 34 |
| 一、市场规模现状                  | 34 |
| 二、需求结构分析                  | 34 |
| 三、重点需求客户                  | 35 |
| 四、市场前景展望                  | 35 |
| 第五章 中国服务外包行业经济运行指标分析      | 37 |
| 第一节 2010年中国服务外包行业总体规模分析   | 37 |
| 一、企业数量结构分析                | 37 |
| 二、行业生产规模分析                | 37 |
| 第二节 2010年中国服务外包行业产销分析     | 37 |
| 一、行业产成品情况总体分析             | 37 |
| 二、行业产品销售收入总体分析            | 38 |
| 第三节 2010年中国服务外包行业财务指标总体分析 | 38 |
| 一、行业盈利能力分析                | 38 |
| 二、行业偿债能力分析                | 38 |
| 三、行业营运能力分析                | 38 |
| 三、行业发展能力分析                | 39 |
| 第二部分 市场供需分析               | 40 |
| 第六章 中国服务外包行业生产现状分析        | 40 |
| 第一节 服务外包行业生产分析            | 40 |
| 一、产品及原材料进口、自有比例           | 40 |
| 二、国内产品及原材料生产基地分布          | 40 |
| 三、产品及原材料产业集群发展分析          | 40 |
| 四、2008-2010年产品及原材料产能情况分析  | 41 |
| 第二节 服务外包行业产能分析            | 41 |
| 一、2009-2010年服务外包产能分析      | 41 |
| 二、2009-2010年重点企业产能及占有份额   | 41 |

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 二、2011-2015年服务外包产能预测      | 46 |
| 第三节 服务外包行业产量分析            | 47 |
| 一、2009-2010年服务外包产量分析      | 47 |
| 二、2010年产能配置与产能利用率调查       | 47 |
| 三、2011-2015年服务外包产量预测      | 47 |
| 第四节 服务外包行业市场供给分析          | 48 |
| 一、2010年服务外包生产规模现状         | 48 |
| 二、2010年服务外包产能规模分布         | 48 |
| 三、2010年服务外包市场价格走势         | 49 |
| 四、2010年服务外包重点厂商分布         | 49 |
| 五、2010年服务外包产供状况分析         | 49 |
| 第七章 服务外包行业采购状况分析          | 51 |
| 第一节 服务外包成本分析              | 51 |
| 一、2009-2010年原材料成本走势分析     | 51 |
| 二、2009-2010年劳动力供需及价格分析    | 55 |
| 三、2009-2010年其他方面成本走势分析    | 59 |
| 第二节 上游原材料价格与供给分析          | 69 |
| 一、主要原材料情况                 | 69 |
| 二、2008-2010年主要原材料价格与供给分析  | 71 |
| 三、2011-2015年主要原材料市场变化趋势预测 | 77 |
| 第三节 服务外包产业链的分析            | 78 |
| 一、行业集中度                   | 78 |
| 二、主要环节的增值空间               | 78 |
| 三、行业进入壁垒和驱动因素             | 79 |
| 四、上下游行业影响及趋势分析            | 81 |
| 第八章 中国服务外包市场供需分析          | 82 |
| 第一节 2010年服务外包市场需求分析       | 82 |
| 一、服务外包行业需求市场              | 82 |
| 二、服务外包行业客户结构              | 82 |
| 三、服务外包行业需求的地区差异           | 83 |
| 第二节 2010年服务外包市场供给分析       | 84 |
| 一、2010年服务外包市场供给分析         | 84 |

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 二、2011-2015年服务外包市场供给预测      | 84  |
| 第三节 2011-2015年供求平衡分析及未来发展趋势 | 84  |
| 一、2011-2015年服务外包行业的需求预测     | 84  |
| 二、2009-2010年服务外包供求平衡分析      | 85  |
| 三、2011-2015年服务外包供求平衡预测      | 85  |
| 第九章 影响服务外包发展的主要因素分析         | 86  |
| 第一节 推动全球服务外包发展的有利因素         | 86  |
| 一、各国纷纷积极制定鼓励服务外包的政策         | 86  |
| 二、服务贸易障碍的逐渐消除与技术进步有利于外包的发展  | 86  |
| 三、发展中国家基础设施条件与科技配套能力在稳步提高   | 86  |
| 四、外包范围的拓宽扩大了全球服务外包的市场规模     | 87  |
| 第二节 全球服务外包发展面临的不利因素         | 87  |
| 一、反对“服务全球化”的浪潮时有出现          | 87  |
| 二、接包企业能力的影响全球外包的进度          | 87  |
| 三、知识产权保护问题将是影响全球服务外包的重要因素   | 88  |
| 四、业务外包风险的存在影响服务外包的规模        | 88  |
| 第十章 区域市场情况深度研究              | 89  |
| 第一节 长三角区域市场情况分析             | 89  |
| 第二节 珠三角区域市场情况分析             | 93  |
| 第三节 环渤海区域市场情况分析             | 96  |
| 第四节 主要省市集中度及竞争力模式分析         | 98  |
| 第五节 服务外包行业主要市场大区发展状况及竞争力研究  | 101 |
| 一、华北大区市场分析                  | 101 |
| 二、华中大区市场分析                  | 102 |
| 三、华南大区市场分析                  | 102 |
| 四、华东大区市场分析                  | 103 |
| 五、东北大区市场分析                  | 105 |
| 六、西南大区市场分析                  | 106 |
| 七、西北大区市场分析                  | 107 |
| 第六节 服务外包重点地区销售分析            | 107 |
| 一、服务外包各地区对比销售分析             | 107 |
| 二、服务外包“重点地区——北京”销售分析        | 107 |

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 三、服务外包“重点地区——上海”销售分析 | 108 |
| 四、服务外包“重点地区——天津”销售分析 | 108 |
| 五、服务外包“重点地区——杭州”销售分析 | 109 |
| 六、服务外包“重点地区——南京”销售分析 | 109 |
| 七、服务外包“重点地区——深圳”销售分析 | 111 |
| 第三部分 行业竞争分析          | 112 |
| 第十一章 服务外包市场竞争格局分析    | 112 |
| 第一节 行业竞争结构分析         | 112 |
| 一、现有企业间竞争            | 112 |
| 二、潜在进入者分析            | 113 |
| 三、替代品威胁分析            | 113 |
| 四、供应商议价能力            | 114 |
| 五、客户议价能力             | 114 |
| 第二节 行业集中度分析          | 115 |
| 一、市场集中度分析            | 115 |
| 二、企业集中度分析            | 115 |
| 三、区域集中度分析            | 116 |
| 第三节 行业国际竞争力比较        | 116 |
| 一、生产要素               | 116 |
| 二、需求条件               | 117 |
| 三、支援与相关产业            | 118 |
| 四、企业战略、结构与竞争状态       | 119 |
| 五、政府的作用              | 119 |
| 第四节 服务外包竞争力优势分析      | 119 |
| 一、整体产品竞争力评价          | 119 |
| 二、产品竞争力评价结果分析        | 120 |
| 三、竞争优势评价及构建建议        | 121 |
| 第五节 服务外包行业竞争格局分析     | 122 |
| 一、2010年服务外包行业竞争分析    | 122 |
| 二、2010年国内外服务外包竞争分析   | 123 |
| 三、2010年中国服务外包市场竞争分析  | 123 |
| 四、2010年中国服务外包市场集中度分析 | 123 |



五、2010年中国服务外包竞争对手市场份额 124

六、2010年中国服务外包主要品牌企业梯队分布 124

## 第十二章 服务外包行业产业结构分析 126

### 第一节 产业结构分析 126

一、市场细分充分程度的分析 126

二、各细分市场领先企业排名 126

三、各细分市场占总市场的结构比例 127

四、领先企业的结构分析（所有制结构） 127

### 第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 128

一、产业价值链的构成 128

二、产业链条的竞争优势与劣势分析 130

### 第三节 产业结构发展预测 131

一、产业结构调整的方向政府产业指导政策分析 131

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 132

三、中国服务外包行业参与国际竞争的战略市场定位 132

## 第十三章 前十大领先企业发展分析 134

### 第一节 东软集团股份有限公司 134

一、企业概况 134

二、市场定位情况 134

三、市场占有份额情况 134

四、2009-2010年公司动态 134

五、2009-2011年主要经营数据指标 135

六、2011-2015年公司发展战略分析 135

### 第二节 海辉软件（国际）集团 136

一、企业概况 136

二、市场定位情况 136

三、市场占有份额情况 137

四、2009-2010年公司动态 137

五、2009-2010年主要经营数据指标 138

六、2011-2015年公司发展战略分析 139

### 第三节 大连华信计算机技术股份有限公司 139

一、企业概况 139

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 二、市场定位情况             | 140 |
| 三、市场占有份额情况           | 140 |
| 四、2009-2010年公司动态     | 140 |
| 五、2009-2010年公司发展历程   | 140 |
| 六、2011-2015年公司发展战略分析 | 141 |
| 第四节 北京软通动力信息技术有限公司   | 141 |
| 一、企业概况               | 141 |
| 二、市场定位情况             | 141 |
| 三、市场占有份额情况           | 142 |
| 四、2009-2010年公司动态     | 142 |
| 五、2009-2010年主要经营数据指标 | 143 |
| 六、2011-2015年公司发展战略分析 | 144 |
| 第五节 浙大网新科技股份有限公司     | 144 |
| 一、企业概况               | 144 |
| 二、市场定位情况             | 144 |
| 三、市场占有份额情况           | 145 |
| 四、2010-2011年公司发展动态   | 145 |
| 五、2009-2011年主要经营数据指标 | 145 |
| 六、2011-2015年公司发展战略分析 | 146 |
| 第六节 中软国际有限公司         | 146 |
| 一、企业概况               | 146 |
| 二、市场定位情况             | 147 |
| 三、市场占有份额情况           | 147 |
| 四、2009-2010年公司发展动态   | 147 |
| 五、2009-2010年主要经营数据指标 | 147 |
| 六、2011-2015年公司发展战略分析 | 148 |
| 第七节 博彦科技（北京）有限公司     | 148 |
| 一、企业概况               | 148 |
| 二、市场定位情况             | 149 |
| 三、市场占有份额情况           | 149 |
| 四、2009-2010年公司发展动态   | 149 |
| 五、2009-2010年主要经营数据指标 | 150 |

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| 六、2011-2015年公司发展战略分析           | 151 |
| 第八节 新宇软件（苏州工业园区）有限公司           | 152 |
| 一、企业概况                         | 152 |
| 二、市场定位情况                       | 152 |
| 三、市场占有份额情况                     | 153 |
| 四、2009-2010年公司发展动态             | 153 |
| 五、2009-2010年主要经营数据指标           | 153 |
| 六、2011-2015年公司发展战略分析           | 155 |
| 第九节 浪潮集团有限公司                   | 155 |
| 一、企业概况                         | 155 |
| 二、市场定位情况                       | 156 |
| 三、市场占有份额情况                     | 156 |
| 四、2009-2010年公司发展动态             | 156 |
| 五、2009-2010年主要经营数据指标           | 156 |
| 六、2011-2015年公司发展战略分析           | 158 |
| 第十节 华道数据处理（北京）有限公司             | 159 |
| 一、企业概况                         | 159 |
| 二、市场定位情况                       | 159 |
| 三、市场占有份额情况                     | 159 |
| 四、2009-2010年公司发展动态             | 160 |
| 五、2009-2010年主要经营数据指标           | 160 |
| 六、2011-2015年公司发展战略分析           | 160 |
| 第四部分 投资潜力预测                    | 162 |
| 第十四章 2011-2015年服务外包行业发展趋势及影响因素 | 162 |
| 第一节 服务外包市场前景分析                 | 162 |
| 一、服务外包市场容量分析                   | 162 |
| 二、服务外包行业利好利空政策                 | 162 |
| 三、服务外包行业发展前景分析                 | 163 |
| 第二节 服务外包未来发展预测分析               | 164 |
| 一、中国服务外包发展方向分析                 | 164 |
| 二、2011-2015年中国服务外包行业发展规模       | 166 |
| 三、2011-2015年中国服务外包行业发展趋势预测     | 166 |

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| 第三节 2011-2015年服务外包行业供需预测       | 166 |
| 一、2011-2015年服务外包行业供给预测         | 166 |
| 二、2011-2015年服务外包行业需求预测         | 167 |
| 三、2011-2015年服务外包行业进出口预测        | 167 |
| 第四节 影响企业生产与经营的关键趋势             | 168 |
| 一、市场整合成长趋势                     | 168 |
| 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测              | 170 |
| 三、企业区域市场拓展的趋势                  | 173 |
| 四、科研开发趋势及替代技术进展                | 174 |
| 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势             | 175 |
| 六、中国服务外包行业SWOT分析               | 175 |
| 第十五章 2011-2015年服务外包行业投资方向与风险分析 | 180 |
| 第一节 产业发展的有利因素与不利因素分析           | 180 |
| 第二节 产业发展的空白点分析                 | 181 |
| 第三节 投资回报率比较高的投资方向              | 184 |
| 第四节 服务外包行业投资潜力与机会              | 184 |
| 第五节 新进入者应注意的障碍因素               | 185 |
| 第六节 2011-2015年中国服务外包行业投资风险分析   | 186 |
| 一、市场竞争风险                       | 186 |
| 二、财务风险分析                       | 187 |
| 三、技术风险分析                       | 187 |
| 四、政策和体制风险                      | 188 |
| 五、外资进入现状及对未来市场的威胁              | 188 |
| 第五部分 市场策略研究                    | 189 |
| 第十六章 行业发展环境与渠道分析               | 189 |
| 第一节 全国经济发展背景分析                 | 189 |
| 一、2011年宏观经济数据分析                | 189 |
| 二、2010年宏观政策环境分析                | 198 |
| 三、“十二五”发展规划分析                  | 199 |
| 第二节 主要城市发展背景分析                 | 202 |
| 一、主要城市区域市场特点分析                 | 202 |
| 二、主要城市社会经济现状分析                 | 207 |

二、未来主要城市经济发展预测 208

第三节 竞争对手渠道模式 209

一、服务外包市场渠道情况 209

二、服务外包竞争对手渠道模式 209

三、服务外包直营代理分布情况 210

第四节 主要商圈发展趋势分析 210

一、各城市主要商圈渠道分布情况 210

二、各城市主要商圈销售规模分析 211

三、各城市主要商圈发展趋势分析 212

第十七章 2011-2015年服务外包行业市场策略分析 214

第一节 消费者调查研究 214

一、消费者生活方式调查 214

二、未来社会人口生活水平 214

三、服务外包消费者调查 214

四、发达国家同期消费者感知 215

第二节 营销分析与营销模式推荐 215

一、渠道构成 215

二、销售贡献比率 215

三、覆盖率 215

四、销售渠道效果 216

五、价值流程结构 216

第三节 多元化策略分析 217

一、行业多元化策略研究 217

二、现有竞争企业多元化业务模式 217

三、上下游行业策略分析 219

第四节 广告投放策略分析 220

一、行业广告投放现状分析 220

二、2009-2010年广告投放方式变化分析 220

三、2009-2010年广告投放总量变化分析 220

四、2011-2015年广告投放策略分析 221

第五节 品牌策略分析 222

- 一、各品牌定位及策略分析 222
- 二、各品牌知名度及策略分析 222
- 三、各品牌美誉度及策略分析 223
- 四、各品牌忠诚度及策略分析 225

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201111/77885.html>