

2014-2020年中国大数据市场监测与发展战略研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2020年中国大数据市场监测与发展战略研究报告》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/201403/102725.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

大数据时代来临首先由数据丰富度决定的。社交网络兴起，大量的UGC(互联网术语，全称为User Generated Content，即用户生成内容的意思)内容、音频、文本信息、视频、图片等非结构化数据出现了。另外，物联网的数据量更大，加上移动互联网能更准确、更快地收集用户信息，比如位置、生活信息等数据。从数据量来说，目前已进入大数据时代，但现在的硬件明显已跟不上数据发展的脚步。大数据技术的战略意义不在于掌握庞大的数据信息，而在于对这些含有意义的数据进行专业化处理。换言之，如果把大数据比作一种产业，那么这种产业实现盈利的关键，在于提高对数据的“加工能力”，通过“加工”实现数据的“增值”。且中国物联网校企联盟认为，物联网的发展离不开大数据，依靠大数据提供足够有利的资源。

虽然大数据目前在国内还处于初级阶段，但是商业价值已经显现出来。首先，手中握有数据的公司站在金矿上，基于数据交易即可产生很好的效益；其次，基于数据挖掘会有很多商业模式诞生，定位角度不同，或侧重数据分析。比如帮企业做内部数据挖掘，或侧重优化，帮企业更精准找到用户，降低营销成本，提高企业销售率，增加利润。

未来，数据可能成为最大的交易商品。但数据量大并不能算是大数据，大数据的特征是数据量大、数据种类多、非标准化数据的价值最大化。因此，大数据的价值是通过数据共享、交叉复用后获取最大的数据价值。未来大数据将会如基础设施一样，有数据提供方、管理者、监管者，数据的交叉复用将大数据变成一大产业。

中国的大数据应用处在起步阶段。淘宝、腾讯以及百度这些互联网巨头是率先使用大数据技术的用户，但他们主要基于开源软件自主开发大数据应用。电信和银行领域开始对大数据技术和 服务产生浓厚的兴趣。未来三年我国大数据市场将突破百亿元。2012年市场规模达到4.5亿元，2013年还将持续发酵，未来三年内有望突破40亿元，2016年有望达到百亿规模，整个行业发展空间巨大。中国大数据技术和 服务市场未来5年的复合增长率将达51.4%，其中增长率最高的是存储市场，将达60.8%，服务器市场的增长率则是38.3%，远远高于其它非大数据产品相关的市场。

本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、中国互联网协会、等国内外行业相关的信息以及行业研究单位等公布和提供的大量资料和基础数据，主要分析了全球大数据市场现状、我国大数据市场状况、 “十二五”对行业的影响、大数据市场发展趋势、大数据市场领域领先机构以及当前北京、上海、广州等各大城市发展情况，是大数据相关单位科研机构等单位准确了解目前大数据行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 大数据行业发展现状

第一章 大数据概述

第一节 大数据定义

一、大数据产业概念

二、大数据产业组成要素

三、大数据产业作用地位分析

第二节 大数据技术格局

第三节 大数据的发展特点

第四节 大数据相关技术

第五节 大数据与云计算的关系

第二章 中国大数据发展背景及影响因素

第一节 大数据发展背景

一、大数据发展带来意义和价值

二、大数据发展面临的问题

三、大数据的挑战

四、大数据技术发展的脉络和现状

五、国外经验为国内大数据发展增加信息

第二节 大数据发展推动因素

一、国家战略发展驱动

二、信息化发展推动

1、云计算对大数据的促进

2、物联网对大数据的促进

3、泛互联网化带来数据分析的需求

第三节 大数据发展遇到问题及阻力

一、大数据时代企业需要的能力

二、通过海量的数据中获得洞察力

三、数据洞察力转化为实际行动

第三章 2012-2014年中国大数据产业发展现状分析

第一节 2012-2014年大数据产业行业发展概况

一、2012-2014年中国大数据产业行业的现状

二、2012-2014年中国大数据产业行业发展的阶段

三、2012-2014年中国大数据产业行业存在的问题

第二节 2013年中国大数据产业行业发展状况

一、2013年中国大数据产业行业发展机遇

二、2013年大数据产业行业发展特点分析

三、2013年中国大数据产业行业市场分析

四、2013年行业发展趋势

第三节 2012-2014年中国大数据产业行业市场供需状况

一、2012-2014年行业供给能力

二、2012-2014年市场供给分析

三、2012-2014年市场需求分析

第四章 大数据在行业中的应用分析

第一节 医疗领域

一、医疗领域大数据应用价值

二、大数据在医疗行业应用状况及前景

三、医疗行业大数据应用产业链分析

第二节 金融

一、金融领域大数据应用价值

二、大数据在金融行业应用状况及前景

三、金融行业大数据应用产业链分析

第三节 电子商务

一、电子商务领域大数据应用价值

二、大数据在电子商务行业应用状况及前景

三、电子商务行业大数据应用产业链分析

第四节 零售

一、零售领域大数据应用价值

二、大数据在零售行业应用状况及前景

三、零售行业大数据应用产业链分析

第五节 电信

一、电信领域大数据应用价值

二、大数据在电信行业应用状况及前景

三、电信行业大数据应用产业链分析

第六节 交通

一、交通领域大数据应用价值

二、大数据在交通行业应用状况及前景

三、交通行业大数据应用产业链分析

第五章 大数据产业链组成及业务模式分析

第一节 大数据产业链分析

第二节 大数据产业链主要成员及业务模式分析

第三节 大数据产业链投资并购

第四节 大数据产业链前景

第六章 企业大数据应用需求调研分析

第一节 企业大数据发展现状调查

第二节 企业云计算部署情况分析

第三节 企业对大数据处理的需求分析

第四节 企业属性分析

第二部分 大数据市场竞争格局

第七章 大数据方案商发展分析

第一节 SAP

一、发展定位

二、发展策略

三、优劣势分析

第二节 Oracle

一、发展定位

二、发展策略

三、优劣势分析

第三节 IBM

一、发展定位

二、发展策略

三、优劣势分析

第四节 EMC

一、发展定位

二、发展策略

三、优劣势分析

第八章 大数据机厂商发展分析

第一节 Oracle

- 一、发展定位
- 二、发展策略
- 三、优劣势分析

第二节 SAP

- 一、发展定位
- 二、发展策略
- 三、优劣势分析

第三节 IBM

- 一、发展定位
- 二、发展策略
- 三、优劣势分析

第四节 微软

- 一、发展定位
- 二、发展策略
- 三、优劣势分析

第五节 浪潮

- 一、发展定位
- 二、发展策略
- 三、优劣势分析

第九章 大数据机产业发展趋势分析

第一节 大数据应用的发展方向

第二节 大数据软件市场规模及预测

第三节 大数据一体机市场规模及预测

第三部分 大数据行业预测

第十章 2014-2020年大数据产业行业发展预测

第一节 2014-2020年大数据产业行业发展趋势

- 一、2014-2020年行业发展趋势分析
- 二、2014-2020年行业政策趋向
- 三、2014-2020年行业技术趋向

第二节 2014-2020年大数据产业行业市场前景分析

- 一、2012-2014年大数据产业行业市场回顾

二、2014-2020年大数据产业行业发展潜力

三、2014-2020年大数据产业行业发展前景

第三节 2014-2020年大数据产业行业供需预测

一、2014-2020年大数据产业行业供给预测

二、2014-2020年大数据产业行业需求预测

三、2014-2020年大数据产业价格预测

第四节 2014-2020年大数据产业年贸易预测

一、2014-2020年大数据产业行业进口预测

二、2014-2020年大数据产业行业出口预测

第四部分 大数据产业投资战略研究

第十一章 2014-2020年大数据产业行业投资机会与风险

第一节 2012-2014年大数据产业行业投资分析

一、2012-2014年总体投资及结构

二、2012-2014年投资规模情况

三、2012-2014年投资增速情况

四、2012-2014年分地区投资分析

五、2012-2014年外商投资情况

第二节 2014-2020年大数据产业行业投资效益分析

一、2012-2014年大数据产业行业投资状况分析

二、2014-2020年大数据产业行业投资效益分析

三、2014-2020年大数据产业行业的投资方向

第三节 影响大数据产业行业发展的主要因素

一、2014-2020年影响大数据产业行业运行的有利因素分析

二、2014-2020年影响大数据产业行业运行的稳定因素分析

三、2014-2020年影响大数据产业行业运行的不利因素分析

四、2014-2020年我国大数据产业行业发展面临的挑战分析

五、2014-2020年我国大数据产业行业发展面临的机遇分析

第四节 大数据产业行业投资风险及控制策略分析

一、2014-2020年大数据产业行业市场风险及控制策略

二、2014-2020年大数据产业行业政策风险及控制策略

三、2014-2020年大数据产业行业经营风险及控制策略

四、2014-2020年大数据产业同业竞争风险及控制策略

五、2014-2020年大数据产业行业其他风险及控制策略

第十二章 2014-2020年大数据产业行业投资战略研究

第一节 2014-2020年大数据产业行业发展战略研究

一、2014-2020年战略综合规划

二、2014-2020年业务组合战略

三、2014-2020年区域战略规划

四、2014-2020年产业战略规划

五、2014-2020年营销品牌战略

六、2014-2020年竞争战略规划

第二节 2014-2020年对大数据产业品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、大数据产业实施品牌战略的意义

三、大数据产业企业品牌的现状分析

四、大数据产业企业的品牌战略

五、大数据产业品牌战略管理的策略

第三节 2014-2020年大数据产业行业投资战略研究

一、2013年大数据产业行业投资战略

二、2014-2020年大数据产业行业投资战略

三、2014-2020年细分行业投资战略

第四节 研究结论与建议

一、研究结论

二、建议

图表目录

图表：大数据产业链全景图

图表：大数据产业相关企业一览图

图表：大数据的四个主要特征

图表：将从大数据获得的深度信息转化成行动

图表：数据时代构建消费者全面兴趣图谱

图表：大数据面临的挑战

图表：大数据生态系统概览

图表：“大数据”关键词搜索量处于激增阶段

图表：相当于云计算2009年左右的水平

图表：Gartner 2013年技术成熟度曲线，大数据处于高速发展期

图表：技术演进历史揭示未来是大数据驱动的智慧型经济模式

图表：美国商业数据中心分布

图表：荷兰数据中心分布

图表：欧美典型数据中心能效控制案例

图表：大数据描述

图表：大数据产业概况

图表：2009-2013年中国医疗信息化市场规模增长趋势图

图表：电信运营商海量数据分析处理分类模型

图表：电信运营商海量数据分析处理需求

图表：管理软件的产品组合框架

图表：大数据产业结构示意图

图表：中国外置磁盘存储器市场结构

图表：中国服务器市场品牌关注比例分布

图表：国内数据库软件市场结构

图表：2009-2013年国内重点行业IT 投资规模

图表：中国重点行业数据中心发展历程

图表：政府、金融、通信、电力四大行业相关软件企业

图表：中国数据中心IT 市场规模与增长示意图

图表：2009-2013年中国信息安全产品市场规模及增长率预测

图表：巨头在大数据时代的业务布局

图表：数据信息的增长给企业带来机遇

图表：三大行业占全球GDP 的比重

图表：2014-2020年中国IT市场规模增长趋势图

图表：中国大数据产业投资象限

图表：EMC产品及策略

图表：Oracle 扮演IBM狙击手的角色

图表：IBM依然保持银行电信业强势地位

图表：微软在中小企业市场具有竞争优势

图表：大数据的市场空间及对社会的贡献

图表：计算机和信息服务产业将在大数据浪潮中首先获益

图表：2014-2020年中国大数据应用市场规模及预测

图表：软硬一体化公司的净利润率远超行业平均水平

图表：以智能手机市场为例，软硬一体化苹果和三星攫取了绝大部分的行业利润

图表：能够为客户提供所有IT服务的公司，将掌控产业的主导权

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201403/102725.html>