

2024-2030年中国商业智能 软件市场深度评估与投资前景分析报告

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

《2024-2030年中国商业智能软件市场深度评估与投资前景分析报告》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/202403/449182.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国商业智能软件市场深度评估与投资前景分析报告》共八章。首先介绍了商业智能软件行业市场发展环境、商业智能软件整体运行态势等，接着分析了商业智能软件行业市场运行的现状，然后介绍了商业智能软件市场竞争格局。随后，报告对商业智能软件做了重点企业经营状况分析，最后分析了商业智能软件行业发展趋势与投资预测。您若想对商业智能软件产业有个系统的了解或者想投资商业智能软件行业，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局数据，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、2022年全球商业智能软件市场现状与特点

(一) 市场现状与特点

- 1、现状
- 2、特点

(二) 主要国家和地区发展概要

- 1、美国
- 2、日本
- 3、欧洲
- 4、亚太(日本除外)

第二章、2022年中国商业智能软件市场规模与结构

(一) 市场规模与增长

- 1、总量规模
- 2、增长速度
- 3、2022年各季度市场规模

(二) 产品结构

(三) 市场结构

- 1、垂直市场结构
- 2、平行市场结构
- 3、区域市场结构
- 4、品牌结构

第三章、2022年中国商业智能软件市场供需分析

(一) 需求分析

- 1、产品需求：分行业和企业规模呈现不同特点
- 2、价格需求：中、低端客户价格敏感，需要灵活的价格政策
- 3、促销需求：市场需培育，交叉销售有机会
- 4、渠道需求：直销和增值服务都有需求

(二) 供给分析

- 1、产品供给：供应商林立，产品功能各有千秋
- 2、价格供给：总体价格偏高，具体价格可定制
- 3、促销供给：培育应用理念，推广解决方案
- 4、渠道供给：外国厂商纷纷建立本地网络，并寻求行业合作伙伴

(三) 市场特征分析

- 1、产品特征：查询、报告和OLAP工具占主流,分析功能有差距
- 2、价格特征：争夺高端市场，低端市场受冷落
- 3、促销特征：市场培育是重点，促销手段不多见
- 4、渠道特征：绑紧伙伴走行业

第四章、2022年中国商业智能软件市场竞争格局与主力厂商市场竞争力评价

(一) 竞争格局分析

- 1、垂直市场竞争格局
- 2、平行市场竞争格局
- 3、区域市场竞争格局

(二) 主力厂商市场竞争力评价

- 1、NCR Teradata
- 2、Hyperion
- 3、Business Objects
- 4、菲奈特融通

第五章、2022年中国商业智能软件市场发展因素

(一) 有利因素

- 1、宏观环境
- 2、政策环境
- 3、技术发展
- 4、市场成熟度

(二) 不利因素

- 1、技术发展
- 2、市场成熟度
- 3、用户应用水平

第六章、2022年中国商业智能软件市场趋势分析

(一) 产品技术趋势：融合多种技术的集成产品出现，智能化水平提高

- 1、融合多种技术的集成产品出现
- 2、智能化水平提高

(二) 营销渠道趋势：高端归属国际，低端落户国内

(三) 用户需求趋势：实现效益是根本，BPM受关注

(四) 产品服务趋势：产品为依托，增值服务成主角

(五) 区域市场趋势：应用范围不断扩展，区域边界日趋模糊

(六) 行业市场趋势：优势行业地位不减，行业集成和解决方案成为主流

第七章、2022年中国商业智能软件市场发展预测

(一) 市场规模预测

(二) 市场结构预测

- 1、产品结构预测
- 2、区域市场预测
- 3、垂直市场预测
- 4、平行市场预测

第八章、市场发展策略建议

(一) 产品技术：加强分析型应用，提供更加智能化的产品

- 1、分析型应用是发展方向（ ）
 - 2、产品需要更加智能化
- (二) 营销渠道：增强渠道增值服务，扩展渠道外延空间
- 1、增强渠道增值服务
 - 2、扩展渠道外延空间
- (三) 用户需求：实现投资回报，提升竞争优势
- 1、帮助用户实现投资回报
 - 2、提升竞争优势，由传统BI到BPM
- (四) 产品服务：标准化和个性化相结合
- 1、在低端市场上提供标准化的产品
 - 2、在高端市场上提供个性化的行业解决方案
- (五) 区域市场：保持优势区域，拓展覆盖范围
- 1、在优势区域扩大高端市场
 - 2、在需拓展的区域占领中低端市场
- (六) 行业市场：巩固优势行业，发掘新的行业应用
- 1、巩固优势行业应用

图表目录

- 图1 2017-2022年中国BI软件市场销售额
- 图2 2022年各季度中国BI软件市场销售额
- 图3 BO公司的BI产品线
- 图4 2022年中国BI软件垂直市场销售情况
- 图5 2022年中国BI软件平行市场销售情况
- 图6 2022年中国BI软件区域市场销售情况
- 图7 2022年中国BI软件市场品牌市场结构
- 图8 2024-2030年中国BI软件市场销售额预测
- 图9 2024-2030年中国商业智能软件产品结构预测
- 图10 2024-2030年中国商业智能软件区域市场结构预测
- 图11 2024-2030年中国商业智能软件垂直市场结构预测
- 图12 2024-2030年中国商业智能软件平行市场结构预测
- 更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202403/449182.html>