

2018年中国大数据行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国大数据行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/369554369554.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

近年来，随着互联网和智能硬件的快速普及，数据以爆炸方式增长，数据量已经从TB级别跃升到PB乃至ZB级别。全球数据总量增长率将维持在50%左右；到2020年，全球的数据总量将达到40ZB。

随着一系列政策的出台，大数据国家战略正在加速落地，大数据产业发展机遇空前。2016年，继国家发改委印发了《关于组织实施促进大数据发展重大工程的通知》后，环保部、国务院办公厅、国土资源部、国家林业局、煤工委、交通运输部、农业部均推出大数据发展意见和方案，大数据政策从全面、总体规划逐渐朝各大产业、各细分领域延伸，大数据产业发展也在逐步从理论研究走向实际应用之路。

2017年，全球大数据产业市场规模达到2100亿美元，我国的大数据产业市场规模为3500亿元，随着互联网+以及人工智能的快速发展，我国的大数据产业将迎来快速发展，预计到2020年将超过一万亿元。

2014-2020年我国大数据产业市场规模预测及增速

数据来源：观研天下数据中心整理

全球大数据市场结构从垄断竞争向完全竞争格局演化。2017年，企业数量迅速增多，产品和服务的差异度增大，技术门槛逐步降低，市场竞争越发激烈。全球大数据市场中，行业解决方案、计算分析服务、存储服务、数据库服务和大数据应用为市场份额排名最靠前的细分市场，分别占据35.4%、17.3%、14.7%、12.5%和7.9%的市场份额。云服务的市场份额为6.3%，基础软件占据3.8%的市场份额，网络服务仅占据了2%的市场份额。

我国大数据产业各细分市场分布

数据来源：观研天下数据中心整理

我国大数据产业细分市场规模占比

数据来源：观研天下数据中心整理

随着数据的大量积累以及分析手段的提升，金融、医疗、制造业、物流、交通等领域也将开始借助大数据的力量实现转型升级。此外，汽车、教育、游戏、旅游等行业也将会在大数据的促进下，产生出新的商业模式，并因此保持发展活力。

数据产业的发展离不开宽带、数据中心、新一代信息网络等网络基础设施的发展。随着大数据产业的日趋成熟，上述领域的建设速度也将因此提速，这将大大刺激IT硬件产业的发展，并会对“互联网+”、“中国制造2025”等国家战略起到促进作用。未来几年，我国的大数据行业将在以下几个领域快速发展。

1. 大数据应用逐渐加深，“大数据+”成为发展重点

随着我国信息化发展水平的日益提高，对数据资源的采集、挖掘和应用水平也不断深化。根据工信部发布的《大数据产业发展规划（2016-2020年）》，我国政务信息化水平不断提升，全国面向公众的政府网站达8.4万个。智慧城市建设全面展开，“十二五”期间近300

个城市进行了智慧城市试点。

2.大数据在移动互联网营销中的运用逐渐成熟，移动营销行业前景可观

广告主对营销有着天然的精准性要求，而大数据产业的发展和数据的不断积累使数据驱动下的互联网营销成为可能。全球互联网广告市场规模将在2018年超过全球电视广告规模，成长前景广阔。

移动广告市场保持高速增长，预计复合增速30%。市场层面来看，目前我国国内移动广告规模仍在高速增长阶段，预计2019年移动广告市场规模为4900亿元，17-19年复合增长率接近30%。

2013-2019年我国移动广告市场规模及预测

数据来源：观研天下数据中心整理

在对月度独立设备覆盖数的统计中，由于更多的头部应用使用了个推推送SDK，在推送类SDK（专业服务商）覆盖设备数的统计中也排名第一。

推送类SDK(专业服务商)覆盖设备数（非去重）

数据来源：观研天下数据中心整理（ZPP）

观研天下发布的《2018年中国大数据行业分析报告-市场运营态势与发展趋势研究》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国大数据行业发展概述

第一节 大数据行业发展情况概述

- 一、大数据行业相关定义
- 二、大数据行业基本情况介绍
- 三、大数据行业发展特点分析

第二节 中国大数据行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、大数据行业产业链条分析
- 三、中国大数据行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国大数据行业生命周期分析

- 一、大数据行业生命周期理论概述
- 二、大数据行业所属的生命周期分析

第四节 大数据行业经济指标分析

- 一、大数据行业的赢利性分析
- 二、大数据行业的经济周期分析
- 三、大数据行业附加值的提升空间分析

第五节 中国大数据行业进入壁垒分析

- 一、大数据行业资金壁垒分析
- 二、大数据行业技术壁垒分析
- 三、大数据行业人才壁垒分析
- 四、大数据行业品牌壁垒分析
- 五、大数据行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球大数据行业市场发展现状分析

第一节 全球大数据行业发展历程回顾

第二节 全球大数据行业市场区域分布情况

第三节 亚洲大数据行业地区市场分析

- 一、亚洲大数据行业市场现状分析
- 二、亚洲大数据行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲大数据行业市场前景分析

第四节 北美大数据行业地区市场分析

- 一、北美大数据行业市场现状分析
- 二、北美大数据行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美大数据行业市场前景分析

第五节 欧盟大数据行业地区市场分析

- 一、欧盟大数据行业市场现状分析
- 二、欧盟大数据行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟大数据行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界大数据行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球大数据行业市场规模预测

第三章 中国大数据产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品大数据总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国大数据行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国大数据产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国大数据行业运行情况

第一节 中国大数据行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国大数据行业市场规模分析

第三节 中国大数据行业供应情况分析

第四节 中国大数据行业需求情况分析

第五节 中国大数据行业供需平衡分析

第六节 中国大数据行业发展趋势分析

第五章 中国大数据所属行业运行数据监测

第一节 中国大数据所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国大数据所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国大数据所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国大数据市场格局分析

第一节 中国大数据行业竞争现状分析

一、中国大数据行业竞争情况分析

二、中国大数据行业主要品牌分析

第二节 中国大数据行业集中度分析

一、中国大数据行业市场集中度分析

二、中国大数据行业企业集中度分析

第三节 中国大数据行业存在的问题

第四节 中国大数据行业解决问题的策略分析

第五节 中国大数据行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国大数据行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国大数据行业消费特点

第二节 中国大数据行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 大数据行业成本分析

第四节 大数据行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国大数据行业价格现状分析

第六节 中国大数据行业平均价格走势预测

一、中国大数据行业价格影响因素

二、中国大数据行业平均价格走势预测

三、中国大数据行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国大数据行业区域市场现状分析

第一节 中国大数据行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地大数据市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区大数据市场规模分析

四、华东地区大数据市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区大数据市场规模分析

四、华中地区大数据市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区大数据市场规模分析

第九章 2016-2018年中国大数据行业竞争情况

第一节 中国大数据行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国大数据行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国大数据行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 大数据行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国大数据行业发展前景分析与预测

第一节 中国大数据行业未来发展前景分析

一、大数据行业国内投资环境分析

二、中国大数据行业市场机会分析

三、中国大数据行业投资增速预测

第二节 中国大数据行业未来发展趋势预测

第三节 中国大数据行业市场发展预测

一、中国大数据行业市场规模预测

二、中国大数据行业市场规模增速预测

三、中国大数据行业产值规模预测

四、中国大数据行业产值增速预测

五、中国大数据行业供需情况预测

第四节中国大数据行业盈利走势预测

一、中国大数据行业毛利润同比增速预测

二、中国大数据行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国大数据行业投资风险与营销分析

第一节 大数据行业投资风险分析

一、大数据行业政策风险分析

二、大数据行业技术风险分析

三、大数据行业竞争风险分析

四、大数据行业其他风险分析

第二节 大数据行业企业经营发展分析及建议

一、大数据行业经营模式

二、大数据行业销售模式

三、大数据行业创新方向

第三节 大数据行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国大数据行业发展策略及投资建议

第一节 中国大数据行业品牌战略分析

一、大数据企业品牌的重要性

二、大数据企业实施品牌战略的意义

三、大数据企业品牌的现状分析

四、大数据企业的品牌战略

五、大数据品牌战略管理的策略

第二节 中国大数据行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国大数据行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国大数据行业发展策略及投资建议

第一节 中国大数据行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国大数据行业定价策略分析

第三节 中国大数据行业营销渠道策略

- 一、大数据行业渠道选择策略
- 二、大数据行业营销策略

第四节 中国大数据行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国大数据行业重点投资区域分析
- 二、中国大数据行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/369554369554.html>