

中国可信赖商务计算环境技术应用前景分析报告

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《中国可信赖商务计算环境技术应用前景分析报告》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/xiantiyongpin/2965929659.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：5800元 电子和纸介版: 8500

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

研究领域：PC产品涉及厂商：长城、联想、同方、惠普、浪潮等重要结论未来PC领域发展空间很大，安全问题成为用户关注的主要问题之一。生物识别技术目前已经被PC厂商和消费电子厂商广泛利用起来，在可信计算技术方面，目前很多企业只是提供植入TPM的PC产品，而没有将发展“可信赖商务计算环境”作为发展重点，缺乏将各项技术融为一体的解决方案，并且也存在软件支持等方面的问题。未来的发展来看，将“可信计算技术”拓展到“可信赖计算环境”是必然趋势，商务市场尤其如此。除了将TPM技术植入产品之外，还要将可信计算平台体系结构与可信网络、可信软件、软件信任度量技术等结合起来研究，并且最终制定我国统一的可信计算标准；金融领域在进行的大的变革，国有银行上市、外资银行的进入、股市的复苏等都带了了金融行业信息系统建设的高峰，竞争的加剧使得各种业务的发生和发展，很多系统仓促上线，更多的不安定不稳定因素如暗潮般在信息系统之中涌动；商务领域以及保密行业对计算环境的安全性需求增加，来自内部和外部的安全漏洞严重影响用户的信息安全；从应用前景来看，如何利用软件和硬件的结合点，将软硬件的使用成为互补而不是彼此的“短板”，将是未来安全方面需要解决的重点；从单一系统环境向多重系统环境发展成为解决运行环境的一个捷径；从被动响应到主动防护将引导用户营造可信赖商务计算环境；安全问题不仅是企业问题，也关系到整个国家信息技术的发展，如果所有的信息技术都依靠引进的话，也不是一个纯粹的可信赖计算环境。因此，如何统一安全标准，发展中国可信计算技术，将是未来研究机构和企业应该思考的问题。也会成为国内厂商的机会。

目录研究对象重要结论一、中国PC用户计算环境现状分析(一)中国PC市场产品规模分析1、2007年上半年中国PC产品市场规模2、PC产品市场特点3、PC产品用户类型分布4、PC产品未来三年发展趋势(二)家庭用户使用环境现状及面临问题分析1、家用市场特点2、家用市场使用环境3、家用市场使用环境面临问题(三)行业用户使用环境现状及面临问题分析1、行业市场特点2、行业市场使用环境3、行业市场使用环境面临问题二、中国商务计算市场主流技术运用现状分析(一)生物识别技术(二)反入侵技术(三)防泄漏技术(四)可信计算技术三、中国重点行业用户对“可信商务计算环境”需求分析(一)金融领域(二)商务领域(三)特殊行业四、发展“可信赖商务计算环境”的技术趋势(一)从注重软件向软硬结合转移(二)从单一系统环境向多重系统环境发展(三)从被动响应到主动防护(四)从引进技术到自主创新五、目前主流厂商解决方案分析(一)主要厂商竞争力分析1、总体得分情况2、各主要指标体系得分情况(1)技术含量指标得分(2)市场份额指标得分(3)市场推广指标得分(4)用户满意度指标得分(二)长城 - 打造安全的钢铁长城(三)联想 - 掌握安全的核心技术(四)同方 - “真安全”(五)惠普 - 从基本防护开始(六)浪潮 - “PC安全攻略”安全解决方案六、建议1、以客户需求为主导，抢占安全领域2、以硬件开发为前提，实现软硬结合3、以商务用户为基础，拓展家用市场

表目录表1 2007年上半年中国PC市场主要产品销售情况与增长表2

2007年上半年中国PC市场不同类型产品销售情况与增长表3

2007-2009年中国PC市场销售情况预测表4 影响未来网吧PC需求的四个因素分析表5

主流厂商安全PC指标总体得分表6 长城电脑评价指标体系表7 联想电脑评价指标体系表8

同方电脑评价指标体系表9 惠普电脑评价指标体系表10 浪潮电脑评价指标体系图目录图1

2007年上半年中国PC市场主要产品销售情况与增长图2 主流厂商技术含量指标得分图3

主流厂商市场份额指标得分图4

主流厂商市场推广指标得分图5

主流厂商用户满意度指标得分图6

长城电脑指标体系雷达图图7

联想电脑指标体系雷达图图8 同方电脑指标体系雷达图图9 惠普电脑指标体系雷达图图10

浪潮电脑指标体系雷达图表 2007年上半年中国PC市场不同类型产品销售情况与增长图

2007年上半年中国PC市场主要产品销售情况与增长

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2965929659.html>