

# 2021年中国网络可视化市场调研报告- 市场运营现状与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国网络可视化市场调研报告-市场运营现状与发展趋势研究》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/533492533492.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200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

网络可视化具体是指以网络流量的采集与深度检测为基本手段，综合各种网络处理与信息处理技术，对网络的物理链路、逻辑拓扑、运行质量、协议标准、流量内容、用户信息、承载业务等进行监测、识别、统计、展现、管控，进而大数据分析挖掘，实现网络管理、信息安全与商业智能的一类应用系统。

2019年6月工信部正式颁发5G商用牌照，中国正式进入5G商用元年，未来5G规模化部署将带来移动应用以及流量的爆发性增长。由于5G引入了NFV、SDN、网络切片以及云化部署等新技术，网络架构发生了非常大的变化，现有的4G网络可视化及信息安全等产品及解决方案，将无法满足5G场景的需要，因此，5G产业的稳步发展和落实，为信息安全行业和信息安全行业的网络可视化市场带来了新的发展机遇。

因此，在5G建设方兴未艾的当下，4G时代移动网产品的发展路径具有较强的参考意义。2019年11月1日，中国三大运营商正式推出5G套餐资费以及相关服务，5G商用正式开始，随着5G基站的快速铺设，5G技术的逐渐成熟，移动网产品市场将在未来一段时间内再次复苏，迎来快速增长。

根据CNNIC的数据显示，截至2020年3月，我国网民规模为9.04亿，较2018年底新增网民7508万，互联网普及率达64.5%，较2018年底提升4.9个百分点。

2013-2020年我国网民规模和互联网普及率 资料来源：CNNIC

我国一直高度重视信息安全产业的发展，随着《网络安全法》、《央企考核办法》、《等保2.0》、《密码法》等的陆续出台，信息安全重要地位得到持续加强，信息安全成为我国国家战略的重要组成部分。大力实施网络强国战略，要求网络与信息安全有足够的保障手段和能力，推动网络安全环境的建设。网络安全事件时有发生，对我国实现建设成为网络强国目标不断提出新的挑战。日益复杂严峻的网络安全形势、国家网络强国战略推进建设迫切要求创新安全技术、增强综合安全保障能力。根据IDC研究报告预测，中国信息安全市场将保持快速增长，预计到2021年将达到95.81亿美元，2017年至2021年的年复合增长率将为23.22%。国内信息安全产业增速高于全球增速。

根据IHS数据，2018年全球网络可视化需求中，企业占据58%市场份额，运营商占据33%市场份额，政府占据9%市场份额。反观国内，政府需求是最大的来源，近年来政府需求占到50%以上。

国内信息安全重要程度不断提升，网络监管也愈发趋于严格，政府需求仍将是网络可视化的主要推动力。与此同时，国内运营商与企业用户的需求尚待释放，且释放的契机已经到来，随着互联网的蓬勃发展与5G的商用，数据流量进一步扩容，运营商不再满足于简单的管道角色，而是寻求智能化的网络管理，对于网络可视化的需求提升。

政府市场是我国网络可视化最大的细分市场，2019年，53%的市场份额来自于此，此外运营商和起夜分别占据35%和12%的市场份额。

2015-2019年我国网络可视化市场结构分布 资料来源：IHS，观研天下数据中心整理

整体来看，由于市场需求的不断刺激，而各种壁垒的存在使得进入门槛较高，使得供给方的更加跟不上需求的高速增长，网络可视化市场，无论是产品还是服务，都存在着向上涨价的趋势，并且短期内难以改变。而长期价格是否趋于稳定，则取决于市场需求是否接近饱和，以及技术上是否存在外部更加先进的方式来替代网络可视化带来的好处。

由于网络可视化存在多个应用领域，不同的企业所擅长的应用领域不太一样，许多企业都只在特定的细分领域耕耘。网络可视化厂商因高准入要求，行业公司相对集中。

产品涉及前端产品的有中新赛克、恒为科技、锐安网络、百卓网络和恒扬数据。面向网信行业的可视化市场，前端厂商主要有中新赛克、迪普科技、恒为科技、恒杨数据、百卓网络。后端主要有锐安科技、恒安嘉新、中新赛克、迪普科技、烽火星空等。

面向公安市场的可视化市场，前端厂商主要有广州汇智、杭州三汇、武汉剑通、中新赛克、恒为科技，后端主要有美亚柏科、太极股份、广州汇智、杭州三汇、烽火星空等。

网络可视化行业主要公司状况

公司

主营业务

2019年收入(亿元)

2019年毛利率

2019年净利率

所处产业链环节

研发投入占比

中新赛克

网络可视化设备、网络内容安全产品、大数据产品

9.04

82.26%

32.63%

设备、应用

23.96%

迪普科技

安全防护产品、安全分析产品、应用交付产品、基础网络产品

8.38

71.20%

31.41%

设备、应用

20.40%

恒为科技

网络可视化设备、嵌入式融合计算平台

4.34

54.49%

14.20%

设备

25.37%

百卓网络

可视化设备、IDC管理系统、安全态势感知系统

1.14

27.28%

--

设备、应用

--资料来源：公开资料整理

门槛：设备>应用软件>系统集成，网信行业>特种装备>公安>运营商。业内企业一般由高门槛领域向低门槛领域渗透，如中新赛克。也有从低门槛向高门槛切入，如百卓网络。

硬件设备领域内部总体稳定，中新赛克可获得最高订单份额，迪普科技次之，恒为、恒扬都需通过下游集成商进入，份额与集成商的实力和策略变化有关。百卓网络18年开始积极切入，20年前后或有斩获。

技术不断升级也是阻挡新进入者的壁垒。随着400G系统及5G技术相应产品的升级，行业外公司切入难度加大。

网络可视化产业链产品渗透 资料来源：公开资料整理

高技术门槛导致行业厂商相对集中，后端市场的高占比吸引前端厂商渗透。我国网络可视化产品的下游客户以政府和运营商为主，且设备须通过接入现网才可使用，因而对产品稳定性和可靠性的要求较高。随着通信技术的发展，网络可视化产品技术不断迭代，因此高技术门槛导致竞争相对集中。此外，随着前端产品芯片性能的不断强化，部分应用可不通过服务器实现，数据抓包、监控等技术日益成熟，面对超200亿的后端市场，前端厂商往后端渗透趋势逐步凸显。例如国内的中新赛克积极扩展后端市场，网络内容安全产品营收逐年提升。

随着网络可视化市场容量的增长，市场进入者也在增多，竞争激烈程度正在加强。部分企业期待快速看到短期绩效，有时会采取低价竞争策略，对国内网络可视化行业的整体盈利水平可能产生不利影响。

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国网络可视化市场调研报告-市场运营现状与发展趋势研究》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。

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家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 2017-2020年中国网络可视化行业发展概述

#### 第一节 网络可视化行业发展情况概述

##### 一、网络可视化行业相关定义

##### 二、网络可视化行业基本情况介绍

##### 三、网络可视化行业发展特点分析

##### 四、网络可视化行业经营模式

##### 1、生产模式

##### 2、采购模式

##### 3、销售模式

##### 五、网络可视化行业需求主体分析

#### 第二节 中国网络可视化行业上下游产业链分析

##### 一、产业链模型原理介绍

##### 二、网络可视化行业产业链条分析

### 三、产业链运行机制

#### 1、沟通协调机制

#### 2、风险分配机制

#### 3、竞争协调机制

### 四、中国网络可视化行业产业链环节分析

#### 1、上游产业

#### 2、下游产业

### 第三节 中国网络可视化行业生命周期分析

#### 一、网络可视化行业生命周期理论概述

#### 二、网络可视化行业所属的生命周期分析

### 第四节 网络可视化行业经济指标分析

#### 一、网络可视化行业的赢利性分析

#### 二、网络可视化行业的经济周期分析

#### 三、网络可视化行业附加值的提升空间分析

### 第五节 中国网络可视化行业进入壁垒分析

#### 一、网络可视化行业资金壁垒分析

#### 二、网络可视化行业技术壁垒分析

#### 三、网络可视化行业人才壁垒分析

#### 四、网络可视化行业品牌壁垒分析

#### 五、网络可视化行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2020年全球网络可视化行业市场发展现状分析

### 第一节 全球网络可视化行业发展历程回顾

### 第二节 全球网络可视化行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲网络可视化行业地区市场分析

#### 一、亚洲网络可视化行业市场现状分析

#### 二、亚洲网络可视化行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲网络可视化行业市场前景分析

### 第四节 北美网络可视化行业地区市场分析

#### 一、北美网络可视化行业市场现状分析

#### 二、北美网络可视化行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美网络可视化行业市场前景分析

### 第五节 欧洲网络可视化行业地区市场分析

#### 一、欧洲网络可视化行业市场现状分析

#### 二、欧洲网络可视化行业市场规模与市场需求分析

### 三、欧洲网络可视化行业市场前景分析

#### 第六节 2021-2026年世界网络可视化行业分布走势预测

#### 第七节 2021-2026年全球网络可视化行业市场规模预测

### 第三章 中国网络可视化产业发展环境分析

#### 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、全社会消费品网络可视化总额

##### 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 中国网络可视化行业政策环境分析

##### 一、行业监管体制现状

##### 二、行业主要政策法规

#### 第三节 中国网络可视化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 中国网络可视化行业运行情况

#### 第一节 中国网络可视化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 中国网络可视化行业市场规模分析

#### 第三节 中国网络可视化行业供应情况分析

#### 第四节 中国网络可视化行业需求情况分析

#### 第五节 我国网络可视化行业细分市场分析

##### 一、细分市场一

##### 二、细分市场二

##### 三、其它细分市场



## 第六节 中国网络可视化行业供需平衡分析

## 第七节 中国网络可视化行业发展趋势分析

## 第五章 中国网络可视化所属行业运行数据监测

### 第一节 中国网络可视化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 中国网络可视化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 中国网络可视化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 2017-2020年中国网络可视化市场格局分析

### 第一节 中国网络可视化行业竞争现状分析

#### 一、中国网络可视化行业竞争情况分析

#### 二、中国网络可视化行业主要品牌分析

### 第二节 中国网络可视化行业集中度分析

#### 一、中国网络可视化行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国网络可视化行业市场集中度分析

### 第三节 中国网络可视化行业存在的问题

### 第四节 中国网络可视化行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国网络可视化行业钻石模型分析

#### 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 2017-2020年中国网络可视化行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国网络可视化行业消费市场动态情况

### 第二节 中国网络可视化行业消费市场特点分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 网络可视化行业成本结构分析

### 第四节 网络可视化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 中国网络可视化行业价格现状分析

### 第六节 中国网络可视化行业平均价格走势预测

#### 一、中国网络可视化行业价格影响因素

#### 二、中国网络可视化行业平均价格走势预测

#### 三、中国网络可视化行业平均价格增速预测

## 第八章 2017-2020年中国网络可视化行业区域市场现状分析

### 第一节 中国网络可视化行业区域市场规模分布

### 第二节 中国华东地区网络可视化市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区网络可视化市场规模分析

#### 四、华东地区网络可视化市场规模预测

### 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、华中地区网络可视化市场规模分析

#### 四、华中地区网络可视化市场规模预测

### 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、华南地区网络可视化市场规模分析

## 四、华南地区网络可视化市场规模预测

### 第九章 2017-2020年中国网络可视化行业竞争情况

#### 第一节 中国网络可视化行业竞争结构分析（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 中国网络可视化行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

#### 第三节 中国网络可视化行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

### 第十章 网络可视化行业企业分析（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

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
- 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
- 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
- 四、公司优劣势分析

## 第十一章 2021-2026年中国网络可视化行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国网络可视化行业未来发展前景分析

- 一、网络可视化行业国内投资环境分析
- 二、中国网络可视化行业市场机会分析
- 三、中国网络可视化行业投资增速预测

### 第二节 中国网络可视化行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国网络可视化行业市场发展预测

- 一、中国网络可视化行业市场规模预测
- 二、中国网络可视化行业市场规模增速预测
- 三、中国网络可视化行业产值规模预测
- 四、中国网络可视化行业产值增速预测
- 五、中国网络可视化行业供需情况预测

### 第四节 中国网络可视化行业盈利走势预测

- 一、中国网络可视化行业毛利润同比增速预测
- 二、中国网络可视化行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国网络可视化行业投资风险与营销分析

### 第一节 网络可视化行业投资风险分析

- 一、网络可视化行业政策风险分析

二、网络可视化行业技术风险分析

三、网络可视化行业竞争风险分析

四、网络可视化行业其他风险分析

第二节 网络可视化行业应对策略

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 2021-2026年中国网络可视化行业发展战略及规划建议

第一节 中国网络可视化行业品牌战略分析

一、网络可视化企业品牌的重要性

二、网络可视化企业实施品牌战略的意义

三、网络可视化企业品牌的现状分析

四、网络可视化企业的品牌战略

五、网络可视化品牌战略管理的策略

第二节 中国网络可视化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 中国网络可视化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

第四节 网络可视化行业竞争力提升策略

一、网络可视化行业产品差异性策略

二、网络可视化行业个性化服务策略

三、网络可视化行业的促销宣传策略

四、网络可视化行业信息智能化策略

五、网络可视化行业品牌化建设策略

## 六、网络可视化行业专业化治理策略

### 第十四章 2021-2026年中国网络可视化行业发展策略及投资建议

#### 第一节 中国网络可视化行业产品策略分析

##### 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 中国网络可视化行业营销渠道策略

##### 一、网络可视化行业渠道选择策略

##### 二、网络可视化行业营销策略

#### 第三节 中国网络可视化行业价格策略

#### 第四节 观研天下行业分析师投资建议

##### 一、中国网络可视化行业重点投资区域分析

##### 二、中国网络可视化行业重点投资产品分析

图表详见正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/533492533492.html>