

2018年中国工业互联网市场分析报告- 行业深度分析与发展趋势预测

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年中国工业互联网市场分析报告-行业深度分析与发展趋势预测》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/342417342417.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

工业互联网从功能上看，本质是海量数据的采集、解析以及和工业的应用的结合，从而对工业过程进行优化和改进。数据的本质，其实是我们对现象的理解。大规模数据的采集以及分析，可以提供对现象的更加精确的理解和掌握，对数据的存储便是经验积累的过程，这将有助于不同应用范围的决策分析，在合适的分析深度下，还有助于对该领域做出预测。

图：工业互联网应用模式

资料来源：互联网

因此工业互联网可以在工业现场（设备/工艺/产品）、企业管理/流程、以及产业和社会资源等不同应用范围做不同程度的应用。

我国工业互联网产业联盟的白皮书中，认为工业互联网平台当下主要的应用场景为四个：

表：工业互联网平台目前的主要应用场景 资料来源：公开资料整理

（一）面向工业现场的生产过程优化

在工业现场的应用中，主要是针对制造工艺、生产流程、质量、设备、能耗的优化。在这个过程中提升效能和良率，从而大幅提升生产效率，降低成本。GE曾经在2012年就提出了，工业互联网的效果如果在工业界能够从效率和成本端提升1%的改进，将在未来15年给全球经济带来巨大的收益。

图：1%效能提升带来的变化 资料来源：互联网

（二）面向企业运营的管理决策优化

企业运营的层面，工业互联网平台将打通企业运营和现场管理之间的隔阂，比如可以将现场消耗情况以及库存管理系统打通，从而可以动态优化库存管理，大幅降低库存成本。此外也可以将企业前端的销售业务、财务管理、绩效分析等等与制造现场结合起来，大幅降低企业一体化管理的难度。

（三）面向社会化生产的资源优化配置与协同

将工业互联网平台的应用场景沿着资源优化的维度，扩展到全社会的范围，可实现企业的内部环节如产品设计、制造和供应等与外部的需求和能力之间对接。比如在外部需求的满足上可以实现定制化产品服务，能力对接上可实现制造能力的在线租用和利益分配。

海尔的COSMOPlat平台可以提供定制化产品、营销以及采购等功能模块，将社会化资源有效整合在一起，从而提供更多创新商业模式。

图：海尔COSMOPlat平台 资料来源：互联网

（四）面向产品生命周期的管理与服务优化

在产品的全生命周期管理上，工业互联网可以实现全生命周期的产品追溯、远程维护

以及加速迭代敏捷开发等能力。

图：产品追溯应用场景 资料来源：互联网

产品追溯是其中一个典型的应用场景，也就是在产品从制造、流通、消费和回收这一整个全生命周期过程中，工业互联网平台可以做到数据的提取，结构化，并进行有效共享。拥有这些数据以后，就可以为产品开发、生产以及销售和维修提供更好的平台型支持。（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国工业互联网市场分析报告-行业深度分析与发展趋势预测》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年中国工业互联网行业发展概述

第一节 工业互联网行业发展情况概述

一、工业互联网行业相关定义

二、工业互联网行业基本情况介绍

三、工业互联网行业发展特点分析

第二节 中国工业互联网行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、工业互联网行业产业链条分析
- 三、中国工业互联网行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业
- 第三节 中国工业互联网行业生命周期分析
 - 一、工业互联网行业生命周期理论概述
 - 二、工业互联网行业所属的生命周期分析
- 第四节 工业互联网行业经济指标分析
 - 一、工业互联网行业的赢利性分析
 - 二、工业互联网行业的经济周期分析
 - 三、工业互联网行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国工业互联网行业进入壁垒分析
 - 一、工业互联网行业资金壁垒分析
 - 二、工业互联网行业技术壁垒分析
 - 三、工业互联网行业人才壁垒分析
 - 四、工业互联网行业品牌壁垒分析
 - 五、工业互联网行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球工业互联网行业市场发展现状分析

- 第一节 全球工业互联网行业发展历程回顾
- 第二节 全球工业互联网行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲工业互联网行业地区市场分析
 - 一、亚洲工业互联网行业市场现状分析
 - 二、亚洲工业互联网行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲工业互联网行业市场前景分析
- 第四节 北美工业互联网行业地区市场分析
 - 一、北美工业互联网行业市场现状分析
 - 二、北美工业互联网行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美工业互联网行业市场前景分析
- 第五节 欧盟工业互联网行业地区市场分析
 - 一、欧盟工业互联网行业市场现状分析
 - 二、欧盟工业互联网行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟工业互联网行业市场前景分析
- 第六节 2018-2024年世界工业互联网行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球工业互联网行业市场规模预测

第三章 中国工业互联网产业发展环境分析

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、全社会消费品工业互联网总额

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 中国工业互联网行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国工业互联网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 中国工业互联网行业运行情况

第一节 中国工业互联网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 中国工业互联网行业市场规模分析

第三节 中国工业互联网行业供应情况分析

第四节 中国工业互联网行业需求情况分析

第五节 中国工业互联网行业供需平衡分析

第六节 中国工业互联网行业发展趋势分析

第五章 中国工业互联网所属行业运行数据监测

第一节 中国工业互联网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 中国工业互联网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 中国工业互联网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年中国工业互联网市场格局分析

第一节 中国工业互联网行业竞争现状分析

一、中国工业互联网行业竞争情况分析

二、中国工业互联网行业主要品牌分析

第二节 中国工业互联网行业集中度分析

一、中国工业互联网行业市场集中度分析

二、中国工业互联网行业企业集中度分析

第三节 中国工业互联网行业存在的问题

第四节 中国工业互联网行业解决问题的策略分析

第五节 中国工业互联网行业竞争力分析

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年中国工业互联网行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国工业互联网行业消费特点

第二节 中国工业互联网行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 工业互联网行业成本分析

第四节 工业互联网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 中国工业互联网行业价格现状分析

第六节 中国工业互联网行业平均价格走势预测

一、中国工业互联网行业价格影响因素

二、中国工业互联网行业平均价格走势预测

三、中国工业互联网行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国工业互联网行业区域市场现状分析

第一节 中国工业互联网行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区工业互联网市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区工业互联网市场规模分析

四、华东地区工业互联网市场规模预测

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、华中地区工业互联网市场规模分析

四、华中地区工业互联网市场规模预测

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、华南地区工业互联网市场规模分析

第九章 2016-2018年中国工业互联网行业竞争情况

第一节 中国工业互联网行业竞争结构分析（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 中国工业互联网行业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 中国工业互联网行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 工业互联网行业企业分析（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年中国工业互联网行业发展前景分析与预测

第一节 中国工业互联网行业未来发展前景分析

一、工业互联网行业国内投资环境分析

二、中国工业互联网行业市场机会分析

三、中国工业互联网行业投资增速预测

第二节中国工业互联网行业未来发展趋势预测

第三节中国工业互联网行业市场发展预测

- 一、中国工业互联网行业市场规模预测
- 二、中国工业互联网行业市场规模增速预测
- 三、中国工业互联网行业产值规模预测
- 四、中国工业互联网行业产值增速预测
- 五、中国工业互联网行业供需情况预测

第四节中国工业互联网行业盈利走势预测

- 一、中国工业互联网行业毛利润同比增速预测
- 二、中国工业互联网行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国工业互联网行业投资风险与营销分析

第一节 工业互联网行业投资风险分析

- 一、工业互联网行业政策风险分析
- 二、工业互联网行业技术风险分析
- 三、工业互联网行业竞争风险分析
- 四、工业互联网行业其他风险分析

第二节 工业互联网行业企业经营发展分析及建议

- 一、工业互联网行业经营模式
- 二、工业互联网行业销售模式
- 三、工业互联网行业创新方向

第三节 工业互联网行业应对策略

- 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年中国工业互联网行业发展策略及投资建议

第一节 中国工业互联网行业品牌战略分析

- 一、工业互联网企业品牌的重要性
- 二、工业互联网企业实施品牌战略的意义
- 三、工业互联网企业品牌的现状分析
- 四、工业互联网企业的品牌战略
- 五、工业互联网品牌战略管理的策略

第二节中国工业互联网行业市场的重点客户战略实施

- 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 中国工业互联网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年中国工业互联网行业发展策略及投资建议

- 第一节 中国工业互联网行业产品策略分析
 - 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 中国工业互联网行业定价策略分析
- 第三节 中国工业互联网行业营销渠道策略
 - 一、工业互联网行业渠道选择策略
 - 二、工业互联网行业营销策略
- 第四节 中国工业互联网行业价格策略
- 第五节 观研天下行业分析师投资建议
 - 一、中国工业互联网行业重点投资区域分析
 - 二、中国工业互联网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/342417342417.html>