

2018年中国企业信息化市场分析报告- 行业深度调研与发展趋势预测

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年中国企业信息化市场分析报告-行业深度调研与发展趋势预测》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/xixinfuwu/328483328483.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

细分行业信息化建设的现状和趋势

在我国企业整体的信息化建设中，电信、能源、金融等行业是开展信息化建设比较早、信息化水平比较高的细分行业，也是公司重点服务的客户和行业领域，信息化需求较高，随着移动互联网、云计算、大数据、物联网、人工智能等技术的不断发展，这些细分行业领域在向互联网转型、建立新型产品和渠道等方面的信息化投入将迎来较快的增长。

（1）电信行业

电信行业是技术密集性行业，是国民经济的基础行业、战略行业 and 先导性行业，是我国信息化程度和信息化技术水平最高的行业之一。电信运营商主要通过规划、建设、管理和运营电信网络，向用户提供各种各样的通信和信息服务。

1) 电信运营商从“话务经营”向“流量经营”等电信增值服务转型

随着电信行业业务的发展和市场竞争的加剧，运营商不断调整企业运营支撑的信息化战略，将不断创新新产品、拓展新业务、运用新技术等作为工作重点，确保在竞争激烈的市场中巩固既有市场并抢占新的领域。公司自成立以来，为中国移动提供139邮箱的运营支撑服务，该业务是中国移动差异化竞争、更好服务与连接消费者、向互联网转型升级的重要战略之一。

同时，随着移动互联网从2G、3G 直至4G 的发展，用户对业务的使用需求正在发生快速变化，用户数据和业务数据大规模增长，OTT 等业务开始侵蚀运营商的传统业务。面对外部市场环境变化和内部业务发展带来的压力，电信运营商需要从传统“话务经营”的规模经济模式，转向“流量经营”等电信增值服务的经济模式，相关产品和服务包括短信、数据、电子邮箱、可视图文等。

流量经营的根本目标，是以智能管道和聚合平台为基础，通过移动网络流量的差异化管 理，提升网络资源的利用效率，引导用户流量消费习惯，提升流量价值，增加流量收入。要实现流量经营的目标，需要利用大数据等技术手段，对客户需求和行为习惯进行快速和全面分析，有针对性的为用户推动营销信息，实现从用户、网络、业务、终端多个维度指导运营商营销策略和产品组合销售，提升运营商个性化营销支撑能力。

2) 移动互联网正重塑电信产业生态圈

移动互联网浪潮正席卷中国电信产业。移动互联网并非固定互联网的简单延伸，同后者相比，它所具有的“高移动性”和“随时在线”的特征，能够彻底改变用户的服务方式、消费方式、沟通方式和娱乐方式。在移动互联网时代，数据流量的快速增长导致运营商网络压力不断增大，传统语音业务的增长相对于新兴的数据业务开始明显放缓，而传统互联网企业的渗透进一步加剧了产业竞争。

在这样的环境下，整个电信产业的生态正在被移动互联网重塑。电信运营商开始向掌控产业链条的移动互联网综合服务商转型，从信息管道发展为智能管道。而传统的内容提供商

和服务提供商，则相应地向移动互联网产业内的细分服务商转变。这种改变正在带来全新的 IT 需求，电信运营商的运营支撑系统，需要为新的互联网服务提供更好的兼容性和扩展能力。

（2）电力行业

1) 电力企业信息化建设不断向前推进，应用软件和服务投资将迅速增加

电力工业是国民经济和社会发展的基础产业。电力企业生产经营包括基建、发电、输电、变电、配电、用电、调度等主要环节，其管理特点是按照集约化、扁平化、专业化方向，变革组织架构与创新管理模式，优化业务流程，缩短业务链条，强化集团（总部）的战略管控地位与盈利水平，明确各业务单位的管理责任，提高各业务单位的专业管理成熟度，降低生产成本与运营风险，从而实现整个企业的优化配置，全面提高电力企业的管理效率、经济效益和服务水平。

随着“SG186 工程”、“坚强智能电网”的建设和“集团化管控”的推进，电网公司和发电集团对信息化投资的需求持续扩大。发电集团在燃料成本快速下降、单位发电投资成本明显降低、火电企业盈利状况大为改善的情况下，加快了信息化建设的步伐。

国家电网公司发布了2012 年公司1 号文件——《关于全面推进“三集五大”体系建设的意见》，推进人财物集约化管理和“大规划、大建设、大运行、大检修、大营销 施人、财、物集中化方面，国家电网下一步将在企业组织架构、人力资源管理、资金管理、会计制度、财务流程、物资管理等领域开展集团层面改革；在“五大”方面，将着力实现规划管理体系、电网建设体系、调度运行体系、检修维护体系、营销服务体系的规范化和集约化。南方电网方面则继续推进以“6+1”工程为主线的信息化建设。

IDC 预计，到2018 年电力行业信息化投资规模将达到436 亿元，2013 至2018 年的复合增长率为11.2%，其中应用软件占整体信息化支出的比重将上升到12.6%，服务上升到30.9%。

2) 大数据和云计算的应用将助力电力企业实现精细化、集约化的管理

电力行业是信息技术应用较早和水平较高的行业之一，电力系统的规划设计、基建、发电、输电、供电各环节均有信息技术的应用。通过十多年的发展，电力信息化初步满足了电力企业的管理需要。但随着电力行业体制改革的不断深入，电力企业对信息化的要求不断提高，企业需要快速全面的信息来支持决策，需要简捷方便的信息流程重组来助力管理创新，需要运用大数据技术和云计算的架构，实现数据的存储、共享和分析，通过与业务的深度结合，为管理层提供决策支持，助力电力企业实现精细化、集约化的管理，提高电力行业企业的整体管理水平。

大数据和云计算的应用，将进一步调整电力行业产业结构、加强电力资源使用效率。随着电力基建投资的稳步增长，以及电力体制改革的逐步推进，电力基建工程项目数量不断增加。大数据服务商，可为客户提供多元化大数据支撑，帮助客户实现电力工程项目设计、实施、运维全过程实施有效管理，并通过对数据的大规模采集和系统分析，深度挖掘数据价值

，指导电力工程项目建设，实现经济效益最大化。

（3）金融行业

金融作为现代经济的核心，是国民经济各行业中信息化应用最密集、应用水平最高的行业之一。金融信息化水平已经成为国家现代化水平的重要标志之一，金融信息化建设得到了世界各国的高度重视。

目前，我国金融机构已经基本实现了利用信息技术对传统运营流程进行改造或重构，实现经营、管理全面电子化的银行、证券和保险等金融机构。从金融整个行业来看，银行的信息化建设一直处于业内领先水平，不仅具有国际领先的金融信息技术平台，建成了由自助银行、电话银行、手机银行和网上银行构成的电子银行立体服务体系，也形成了“门户、网银、金融产品超市、电商”的金融电商创新服务模式。

近年来，随着大数据、云计算等新兴技术的不断发展，以互联网金融为代表的金融创新蓬勃发展，正推动着金融行业进一步快速发展和变革。互联网金融是传统金融机构与互联网企业利用互联网技术和信息通信技术实现资金融通、支付、投资和信息中介服务的新型金融业务模式。互联网与金融深度融合是大势所趋，将对金融产品、业务、组织和服务等方面产生更加深刻的影响。在金融机构互联网+的浪潮中，消费金融细分行业的竞争尤为激烈。各大电商、互联网巨头都积极布局，通过切入行业细分领域，围绕产业链上下游，加速构建“消费场景生态”，力图在40万亿的消费金融市场占据一席之地。互联网企业利用其在数据挖掘、数据分析方面的优势，以消费者为中心，构建新型的产品和渠道连接消费者和产品提供商，对传统金融行业形成了挑战。为保持和加强市场竞争力，更好的服务消费者，传统金融机构也加速互联网布局和投资，可以预见的是，传统金融行业互联网化的需求和数据驱动的需求将会进一步利好这一细分领域的互联网服务提供商，发展前景广阔。

观研天下发布的《2018年中国企业信息化市场分析报告-行业深度调研与发展趋势预测》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企业信息化交易所等，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、企业信息化T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 2015-2017年中国企业信息化行业发展概述

第一节 企业信息化行业发展情况概述

一、企业信息化行业相关定义

二、企业信息化行业基本情况介绍

三、企业信息化行业发展特点分析

第二节 中国企业信息化行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、企业信息化行业产业链条分析

三、中国企业信息化行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国企业信息化行业生命周期分析

一、企业信息化行业生命周期理论概述

二、企业信息化行业所属的生命周期分析

第四节 企业信息化行业经济指标分析

一、企业信息化行业的赢利性分析

二、企业信息化行业的经济周期分析

三、企业信息化行业附加值的提升空间分析

第五节 中国企业信息化行业进入壁垒分析

一、企业信息化行业资金壁垒分析

二、企业信息化行业技术壁垒分析

三、企业信息化行业人才壁垒分析

四、企业信息化行业品牌壁垒分析

五、企业信息化行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球企业信息化行业市场发展现状分析

第一节 全球企业信息化行业发展历程回顾

第二节 全球企业信息化行业市场区域分布情况

第三节 亚洲企业信息化行业地区市场分析

- 一、亚洲企业信息化行业市场现状分析
- 二、亚洲企业信息化行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲企业信息化行业市场前景分析

第四节 北美企业信息化行业地区市场分析

- 一、北美企业信息化行业市场现状分析
- 二、北美企业信息化行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美企业信息化行业市场前景分析

第五节 欧盟企业信息化行业地区市场分析

- 一、欧盟企业信息化行业市场现状分析
- 二、欧盟企业信息化行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟企业信息化行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界企业信息化行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球企业信息化行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国企业信息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、全社会消费品零售总额
- 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 中国企业信息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 中国企业信息化产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、企业信息化环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国企业信息化行业运行情况

第一节 中国企业信息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 中国企业信息化行业市场规模分析

第三节 中国企业信息化行业供应情况分析

第四节 中国企业信息化行业需求情况分析

第五节 中国企业信息化行业供需平衡分析

第六节 中国企业信息化行业发展趋势分析

第五章 中国企业信息化所属行业运行数据监测

第一节 中国企业信息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 中国企业信息化所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国企业信息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 2015-2017年中国企业信息化市场格局分析

第一节 中国企业信息化行业竞争现状分析

一、中国企业信息化行业竞争情况分析

二、中国企业信息化行业主要品牌分析

第二节 中国企业信息化行业集中度分析

一、中国企业信息化行业市场集中度分析

二、中国企业信息化行业企业集中度分析

第三节 中国企业信息化行业存在的问题

第四节 中国企业信息化行业解决问题的策略分析

第五节 中国企业信息化行业竞争力分析

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 2015-2017年中国企业信息化行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国企业信息化行业消费特点

第二节 中国企业信息化行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 企业信息化行业成本分析

第四节 企业信息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 中国企业信息化行业价格现状分析

第六节 中国企业信息化行业平均价格走势预测

一、中国企业信息化行业价格影响因素

二、中国企业信息化行业平均价格走势预测

三、中国企业信息化行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国企业信息化行业区域市场现状分析

第一节 中国企业信息化行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地企业信息化市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区企业信息化市场规模分析
- 四、华东地区企业信息化市场规模预测

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、华中地区企业信息化市场规模分析
- 四、华中地区企业信息化市场规模预测

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、华南地区企业信息化市场规模分析

第九章 2015-2017年中国企业信息化行业竞争情况

第一节 中国企业信息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 中国企业信息化行业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 中国企业信息化行业竞争环境分析（企业信息化T）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 企业信息化行业企业分析（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

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年中国企业信息化行业发展前景分析与预测

第一节 中国企业信息化行业未来发展前景分析

一、企业信息化行业国内投资环境分析

二、中国企业信息化行业市场机会分析

三、中国企业信息化行业投资增速预测

第二节 中国企业信息化行业未来发展趋势预测

第三节 中国企业信息化行业市场发展预测

一、中国企业信息化行业市场规模预测

二、中国企业信息化行业市场规模增速预测

三、中国企业信息化行业产值规模预测

四、中国企业信息化行业产值增速预测

五、中国企业信息化行业供需情况预测

第四节 中国企业信息化行业盈利走势预测

一、中国企业信息化行业毛利润同比增速预测

二、中国企业信息化行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国企业信息化行业投资风险与营销分析

第一节 企业信息化行业投资风险分析

一、企业信息化行业政策风险分析

二、企业信息化行业技术风险分析

三、企业信息化行业竞争风险

四、企业信息化行业其他风险分析

第二节 企业信息化行业企业经营发展分析及建议

一、企业信息化行业经营模式

二、企业信息化行业销售模式

三、企业信息化行业创新方向

第三节 企业信息化行业应对策略

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 2018-2024年中国企业信息化行业发展策略及投资建议

第一节 中国企业信息化行业品牌战略分析

一、企业信息化企业品牌的重要性

二、企业信息化企业实施品牌战略的意义

三、企业信息化企业品牌的现状分析

四、企业信息化企业的品牌战略

五、企业信息化品牌战略管理的策略

第二节 中国企业信息化行业市场的关键客户战略实施

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 中国企业信息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

第十四章 2018-2024年中国企业信息化行业发展策略及投资建议

第一节 中国企业信息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 中国企业信息化行业定价策略分析

第二节 中国企业信息化行业营销渠道策略

一、企业信息化行业渠道选择策略

二、企业信息化行业营销策略

第三节 中国企业信息化行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国企业信息化行业重点投资区域分析

二、中国企业信息化行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYWW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xixinfuwu/328483328483.html>