



艾凯咨询
ICAN Consulting

2004-2005年中国存储系统市场 研究年度报告

一、调研说明

《2004-2005年中国存储系统市场研究年度报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/44753.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

【 目录 】 主要结论

一、2004年全球外部磁盘存储系统市场发展概述

3 (一) 市场现状

3 1、全球外部磁盘存储系统市场出现稳定增长

3 2、iSCSI市场高速发展

4 (二) 基本特点

4 1、iSCSI产品日趋完善

4 2、实施并购整合，主力厂商增强实力

5 (三) 主要国家和地区发展概要

5 1、美国：本土厂商主导市场，应用需求平稳增长

6 2、欧洲：市场需求重在实用，整体市场有所回升

6 3、日本：市场增长保持平缓，更新换代成为主流

6 4、亚太地区(不包括日本)：潜在市场空间巨大，市场增长势头最快

二、2004年中国外部磁盘存储系统市场规模与结构

7 (一) 市场规模

7 1、总量规模

7 2、增长速度

9 3、各季度市场情况

10 (二) 产品市场结构

10 1、产品类型

12 2、价格段

13 (三) 品牌市场结构

17 (四) 垂直市场结构

18 (五) 平行市场结构

19 (六) 区域市场结构

20 (七) 销售渠道结构

三、2004年中国外部磁盘存储系统市场供需分析

22 (一) 需求分析

22 1、产品需求

23	2、价格需求
23	3、促销需求
24	4、渠道需求
25	(二) 供给分析
25	1、产品供给
25	2、价格供给
25	3、促销供给
26	4、渠道供给
26	(三) 市场特征分析
26	1、国外厂商和本土厂商共结存储战略联盟
27	2、解决方案成为推介重点
27	3、侧重渠道调整，系统集成商成为关注重点
28	4、SMB购买倾向简易、标准和实用
四、2004年中国外部磁盘存储系统竞争格局与厂商市	
场竞争力评价	29 (一) 竞争格局分析
29	1、区域市场竞争格局
30	2、垂直市场竞争格局
31	3、平行市场竞争格局
33	(二) 主力厂商市场竞争力评价
33	1、产品竞争力
36	2、价格竞争力
38	3、渠道竞争力
39	4、促销竞争力
42	5、服务竞争力
44	6、品牌竞争力
45	(三) 成长性厂商市场竞争力评价
45	1、市场机会与风险
45	2、成长性厂商市场分布
48	3、成长性厂商市场竞争力评价
五、影响2005 - 2009年中国外部磁盘存储系统市场发展因	
素	
53	(一) 有利因素
53	1、宏观环境：国民经济持续稳步增长带动行业信息化建设深入
54	2、政策推动：产业政策将有效促进市场发展

54	3、产品技术：网格存储将充分整合存储资源提高存储性能
55	4、市场需求：互联网快速发展孕育巨大需求潜力
57	(二) 不利因素
57	1、产品技术：网格计算规范标准制约尚未统一存储网格的发展
58	2、市场供给：技术差距阻碍国内厂商的发展
58	3、用户应用：应用基础、认知程度和高投入限制了广泛应用
六、2005 - 2009年中国外部	
磁盘存储系统市场趋势分析	
59	(一) 产品发展趋势
60	(二) 价格变化趋势
60	(三) 渠道发展趋势
60	1、系统集成商成为渠道建设重点
61	2、多元化整合提升渠道效率
61	(四) 用户需求趋势
61	1、用户需求趋向定制化整体解决方案
62	2、中小企业市场日益活跃
62	(五) 服务发展趋势
62	1、服务品牌化
63	2、强调客户体验、实现差异化竞争
七、2005 - 2009年中国外部磁盘存储系统市场发展预	
测	
64	(一) 市场规模预测
64	1、总量规模
64	2、增长速度
65	(二) 市场结构预测
65	1、产品结构
65	2、垂直市场结构
66	3、平行市场结构
67	4、区域市场结构
67	5、销售渠道结构
八、建议	
69	(一) 主力厂商策略建议
69	1、产品策略
69	2、价格策略
70	3、渠道策略
70	4、促销策略
71	5、服务策略

71	6、品牌策略
72	(二) 成长性厂商策略建议
72	1、产品策略
72	2、价格策略
72	3、渠道策略
73	4、促销策略
73	5、服务策略
74	6、品牌策略 报告说明 表目录
3	表1 2002 - 2004年全球外部磁盘存储系统市场销售额规模
7	表2 2002 - 2004年中国外部磁盘存储系统市场销量及销售额规模
8	表3 2002 - 2004年中国外部磁盘存储系统市场增长率
9	表4 2004年1 - 4季度中国外部磁盘存储系统市场规模情况
10	表5 2004年中国外部磁盘存储系统市场产品类型销量结构
11	表6 2004年中国外部磁盘存储系统市场产品类型销售额结构
12	表7 2004年中国外部磁盘存储系统市场产品价格段销量结构
12	表8 2004年中国外部磁盘存储系统市场产品价格段销售额结构
15	表9 2004年中国外部磁盘存储系统市场品牌销售额结构
15	表10 2004年中国外部磁盘存储系统市场品牌销量结构
17	表11 2004年中国外部磁盘存储系统市场垂直结构
18	表12 2004年中国外部磁盘存储系统市场平行结构
19	表13 2004年中国外部磁盘存储系统市场区域结构
20	表14 2004年中国外部磁盘存储系统市场销售渠道结构
22	表15 用户购买外部磁盘存储系统时考虑因素统计
23	表16 用户获取产品信息的途径
24	表17 用户对促销方式接受程度的统计
24	表18 主要的购买渠道分布情况
29	表19 2004年中国区域市场品牌销售额竞争结构
29	表20 2004年中国区域市场品牌竞争结构比例
30	表21 2004年中国垂直市场品牌销售额竞争结构
31	表22 2004年中国垂直市场品牌竞争结构比例
32	表23 2004年中国平行市场品牌销售额竞争结构
32	表24 2004年中国平行市场品牌销售额竞争结构比例

33	表25	2004年主力厂商产品策略
34	表26	2004年主力厂商外部磁盘存储系统新产品
37	表27	2004年主力厂商市场价格策略
38	表28	2004年主力厂商市场渠道策略
39	表29	2004年主力厂商市场促销策略
40	表30	2004年主力厂商市场促销活动
42	表31	2004年主力厂商市场服务策略
43	表32	2004年主力厂商服务体系分布状况
46	表33	2004年成长性厂商区域市场销售额竞争结构
46	表34	2004年成长性厂商区域市场竞争结构比例
46	表35	2004年成长性厂商垂直市场销售额竞争结构
47	表36	2004年成长性厂商垂直市场竞争结构比例
47	表37	2004年成长性厂商平行市场销售额竞争结构
47	表38	2004年成长性厂商平行市场销售额竞争结构比例
51	表39	2004年成长性厂商市场促销活动
60	表40	2005 - 2009年中国外部磁盘存储系统市场产品价格结构预测
64	表41	2005 - 2009年中国外部磁盘存储系统市场预测
65	表42	2005 - 2009年中国外部磁盘存储系统市场增长速度预测
65	表43	2005 - 2009年中国外部磁盘存储系统市场产品销售额结构预测
66	表44	2005 - 2009年中国外部磁盘存储系统市场垂直结构预测
66	表45	2005 - 2009年中国外部磁盘存储系统市场平行结构预测
67	表46	2005 - 2009年中国外部磁盘存储系统市场区域结构预测
68	表47	2005 - 2009年中国外部磁盘存储系统市场销售渠道结构预测
图目录	8	图1 2002 - 2004年中国外部磁盘存储系统市场销量对比
8	图2	2002 - 2004年中国外部磁盘存储系统市场销售额对比
9	图3	2004年中国外部磁盘存储系统市场各季度销量对比
10	图4	2004年中国外部磁盘存储系统市场各季度销售额对比
11	图5	2004年中国外部磁盘存储系统市场产品类型销量结构
11	图6	2004年中国外部磁盘存储系统市场产品类型销售额结构
12	图7	2004年中国外部磁盘存储系统市场价格段销量结构
13	图8	2004年中国外部磁盘存储系统市场价格段销售额结构
16	图9	2004年中国外部磁盘存储系统市场品牌销售额结构

16	图10 2004年中国外部磁盘存储系统市场品牌销售量结构
17	图11 2004年中国外部磁盘存储系统垂直市场销售额结构
19	图12 2004年中国外部磁盘存储系统行业市场销售额结构
20	图13 2004年中国外部磁盘存储系统区域市场销售额结构
21	图14 2004年中国外部磁盘存储系统市场销售渠道销售额结构
30	图15 2004年中国区域市场品牌竞争结构销售额比例
31	图16 2004年中国垂直市场品牌竞争结构销售额比例
32	图17 2004年中国平行市场品牌竞争结构销售额比例
36	图18 2004年主力厂商产品竞争力评价
37	图19 2004年主力厂商价格竞争力评价
39	图20 2004年主力厂商渠道竞争力评价
42	图21 2004年主力厂商促销竞争力评价
44	图22 2004年主力厂商服务竞争力评价
44	图23 2004年主力厂商品牌力评价
48	图24 2004年成长性厂商产品竞争力评价
49	图25 2004年成长性厂商价格竞争力评价
50	图26 2004年成长性厂商渠道竞争力评价
51	图27 2004年成长性厂商促销竞争力评价
52	图28 2004年成长性厂商服务竞争力评价
52	图29 2004年成长性厂商品牌力评价

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/44753.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法

6、定性分析与定量分析方法

7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。