

中国软件产业集群竞争力研究报告（ 2007）

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《中国软件产业集群竞争力研究报告（2007）》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/ruanjian/B7847753W2.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

中国软件产业集群竞争力研究报告（2007）内容介绍：

【报告优势】根据客户要求增加指定内容

【报告形式】动态研究报告（现成报告内容+客户指定内容+现时内容）

【报告作者】产业集群研究课题组

【报告提示】

软件产业是国家发展的先导性和战略性产业，素有“信息产业的核心和灵魂”之称。软件产业和相关信息服务业已广泛渗透到经济、社会、军事、文化的各个方面，成为推动经济结构调整和产品结构更新换代的重要基础和支撑。产业集群作为产业组织的新发展和地区经济的新现象，它的出现和发展提升了区域产业竞争力，加速了地区经济的发展。软件产业如何依托产业集群这种高级产业形态，是一个崭新的、亟待解决的问题。本报告首先对产业集群理论进行历史回顾，然后比较了软件产业集群和传统产业集群的区别，从内部、外部两个方面对中国软件产业集群发展的环境做了分析，指出软件园是软件产业集群发展的重要载体，实现了软件企业的资源整合，优势互补，并从产业经济学的相关理论出发，对软件产业集群发展的模式选择的理论依据及模式择优进行新的阐释，通过几种可供选择的软件产业集群的发展模式的比较，对中国软件产业集群发展的模式进行了设计，以指导未来我国及地区软件产业集群的发展。

【报告核心】

报告目的

理论综述

发展研究

问题分析

竞争力评价

政策与措施

【报告目录】

引言

第1章：相关理论综述

第1节：产业集群的内涵、特征

1.产业集群的概念

2.产业集群的基本特征

第2节：竞争力概念及基本理论

1.竞争力的概念

2.竞争力的基本理论综述

3.竞争力评价指标体系综述

4.IMD 的竞争力评价方法综述

第3节：产业集群与竞争力的关系和作用机理

1.产业集群的竞争优势

2.产业集群与竞争力的耦合互动

第2章：中国软件产业集群化发展的历史演进过程

第1节：中国软件产业的发展过程

1.软件产业的初建时期

2.成长和发展时期

3.结构调整时期

4.集群特征初现时期

第2节：中国软件产业发展的现状特征

1.总体发展态势良好

2.结构调整成效明显

3.对外开放不断扩大

第3节：中国软件产业集群竞争力的不足

1.自主开发能力问题

2.劳动生产率问题

3.集约化程度问题

4.技术水平问题

5.国际竞争力问题

6.服务与管理问题

第4节：中国软件产业集群化发展的必要性

1.中国软件产业发展面临的形势

2.中国发展软件产业集群的必要性

第3章：中国软件产业集群竞争力评价

第1节：国内外软件产业集群竞争力现状

1.世界软件产业集群竞争力现状

2.我国软件产业集群竞争力现状

3.中国软件产业集群竞争力现状

第2节：中国软件产业集群竞争力的优势分析

1.生产要素分析

2.需求条件分析

3.竞争环境分析

4.相关支持产业分析

第3节：中国软件产业集群竞争力总体评价

第4节：中国软件产业集群竞争力评价指标体系的构建

1.中国软件产业集群竞争力指标体系建立的意义

2.构建中国软件产业集群竞争力指标体系的原则

3.构建中国软件产业集群竞争力的指标体系内容

第4章：提升中国软件产业集群化发展水平的政策与措施

第1节：兼并重组,走规模化发展道路

1.中国软件发展对策

第3节：利用集群优势,打造虚拟企业

1.虚拟企业的概念

2.虚拟企业给中国软件产业带来的优势

3.利用集群自身优势,打造中国虚拟软件产业群

第4节：加强以技术创新为主的自主研发

1.构建技术创新平台,加大技术研发力度

2.依靠技术创新,实施品牌战略,加大自主研发力度

3.加强产品的自主研发

第5节：建立合理的营销体系和售货服务体系

1.营销体制的选择

2.营销模式的选择

结论

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruanjian/B7847753W2.html>