

2017-2022年中国互联网行业发展现状分析及市场 供需预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国互联网行业发展现状分析及市场供需预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/293010.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

中国互联网已经形成规模，互联网应用走向多元化。互联网越来越深刻地改变着人们的学习、工作以及生活方式，甚至影响着整个社会进程。截至2011年12月底，中国网民数量突破5亿，达到5.13亿，全年新增网民5580万。互联网普及率较上年底提升4个百分点，达到38.3%。

网络经济得到快速增长。根据iResearch统计，2011年网络经济市场规模突破2300亿元，到2013年将达到5400亿元。在细分市场结构中，2011年移动互联网和网络广告的占比均有小幅提升，电子商务的占比仍维持着40%以上的占比。其中，移动互联网市场的增长，主要源于传统电商企业快速拓展移动业务以及移动支付的快速推进；电子商务市场稳定态势的保持，主要源于网络购物和旅行预订市场的持续增长；广告主网络广告投放比重持续增加，助推整体网络广告市场保持稳定上扬态势；而网络游戏市场，由于网游用户付费市场接近饱和，网络游戏市场规模增长逐步趋向平缓。

中国网民规模继续呈显持续快速发展的趋势。日前，中国互联网络信息中心（CNNIC）已完成第38次《中国互联网络发展状况统计报告》，报告中详细分析了中国网民规模情况，截至2016年6月，中国网民规模达到7.10亿，半年共计新增网民2132万人，半年增长率为3.1%。

截至2016年6月，我国网民规模达到7.10亿，半年共计新增网民2132万人，半年增长率为3.1%，较2015年下半年增长率有所提升。互联网普及率为51.7%，较2015年底提升1.3个百分点。

中国网民规模和互联网普及率

中国城乡互联网普及率

互联网基础设施建设的不断完善、利好政策的持续出台，以及互联网对于各个行业的渗透，共同促进网民规模持续增长。随着“宽带中国”战略的深化，宽带网络的光纤化改造工作取得快速进展，中国各地光纤网络覆盖家庭数已超过50%⁴。2016年上半年，国务院等相关部门相继出台有关“互联网+政务服务”、“互联网+流通”，“互联网+制造业”等指导意见，推动互联网与各个行业的融合。2016年4月，习近平总书记在网络安全和信息化工作座谈会上提出“要推动我国网信事业发展，让互联网更好造福人民”，未来互联网作为信息社会的基础设施，将进一步对中国政治、经济、文化、社会等领域发展产生深刻影响。

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。

报告目录：

第1章：互联网行业发展背景分析23

1.1 互联网行业定义和分类23

1.1.1 互联网定义23

1.1.2 互联网行业定义和分类23

1.2 互联网行业政策环境分析25

1.2.1 行业政策法规25

1.2.2 行业发展规划27

1.3 互联网行业经济环境分析27

1.3.1 国际宏观经济环境分析27

（1）全球经济整体运行情况27

（2）国际宏观经济走势预测28

1.3.2 国内宏观经济环境分析29

（1）国内经济运行情况29

（2）国内经济运行预测32

1.4 互联网行业技术环境分析35

1.4.1 互联网专利数量35

1.4.2 互联网专利申请人分析35

1.4.3 互联网技术分类构成分析36

第2章：互联网行业应用状况与趋势分析37

2.1 互联网网民规模与结构特征调查37

2.1.1 网民规模37

中国手机网民规模及其占网民比例

2.1.2 接入方式39

（1）上网设备39

（2）上网时长39

（3）城乡上网设备40

2.1.3 网民属性41

（1）性别结构41

（2）年龄结构41

（3）学历结构42

（4）职业结构42

（5）收入结构43

2.2 互联网基础资源状况44

2.2.1 基础资源总体情况	44
2.2.2 IP地址	45
2.2.3 域名	46
2.2.4 网站	47
2.2.5 网络国际出口带宽	48
2.3 个人互联网应用状况	49
2.3.1 整体互联网应用状况	49
(1) 信息获取	49
(2) 商务交易	52
(3) 交流沟通	56
(4) 网络娱乐	58
2.3.2 手机网络应用状况	61
(1) 手机即时通信	61
(2) 手机搜索	61
(3) 手机微博	62
(4) 手机视频	63
(5) 手机游戏	64
(6) 手机在线支付	65
2.4 企业互联网应用状况	67
2.4.1 企业互联网应用发展状况	67
(1) 计算机使用状况	67
(2) 互联网使用状况	68
(3) 宽带使用状况	68
2.4.2 中小企业电子商务及网络营销发展状况	69
(1) 电子商务使用状况	69
(2) 网络营销使用情况	70
2.4.3 中小企业互联网应用特点与趋势	71
2.5 互联网行业市场规模及结构分析	75
2.5.1 互联网行业市场规模分析	75
2.5.2 互联网行业市场结构分析	75
2012-2015年中国移动互联网市场结构	
2.6 互联网行业发展趋势及前景预测	77
2.6.1 互联网行业发展趋势分析	77
2.6.2 互联网行业发展前景预测	78

第3章：电子商务行业发展现状与趋势分析80

3.1 全球电子商务行业发展现状与趋势分析80

3.1.1 全球电子商务行业发展概述80

3.1.2 全球电子商务行业市场规模分析80

3.1.3 全球电子商务行业市场结构分析81

3.1.4 全球电子商务行业市场发展状况分析81

(1) 美国电子商务行业发展状况分析81

(2) 欧洲电子商务行业发展状况分析82

(3) 亚洲电子商务行业发展状况分析82

(4) 其他地区电子商务发展状况分析83

3.1.5 国际电子商务行业成功经验借鉴83

3.1.6 国际电子商务行业发展趋势分析86

3.2 中国电子商务行业发展现状与趋势分析88

3.2.1 中国电子商务行业发展概述88

3.2.2 中国电子商务行业发展规模89

(1) 中国电子商务交易规模89

2011-2016年中国电子商务交易规模分析

(2) 中国电子商务区域分布89

(3) 中国电子商务行业分布90

(4) 中国电子商务从业人员规模90

3.2.3 中国电子商务行业发展趋势及前景预测91

(1) 中国电子商务行业发展趋势91

(2) 中国电子商务行业前景预测95

3.3 电子商务主要运营模式分析96

3.3.1 B2B电子商务模式96

(1) B2B电子商务模式概述96

(2) 中国B2B电子商务盈利模式96

(3) 中国B2B电子商务目标客户97

(4) 中国B2B电子商务采购特征99

(5) 中国B2B电子商务物流特征99

(6) 中国B2B电子商务成本分析100

(7) 中国B2B电子商务存在的问题及对策101

3.3.2 B2C电子商务模式105

(1) B2C电子商务模式概述105

(2) 中国B2C电子商务盈利模式106

- (3) 中国B2C电子商务目标市场107
- (4) 中国B2C电子商务采购特征107
- (5) 中国B2C电子商务物流特征108
- (6) 中国B2C电子商务成本分析108
- (7) 中国B2C电子商务存在的问题及对策112
- 3.3.3 C2C电子商务模式114
 - (1) C2C电子商务模式概述114
 - (2) 中国C2C电子商务盈利模式115
 - (3) 中国C2C电子商务目标客户115
 - (4) 中国C2C电子商务采购特征116
 - (5) 中国C2C电子商务物流特征116
 - (6) 中国C2C电子商务成本分析117
 - (7) 中国C2C电子商务存在的问题及对策118
- 3.3.4 其他电子商务模式119
 - (1) O2O电子商务模式119
 - (2) C2G电子商务模式119
 - (3) B2M电子商务模式120
 - (4) M2C电子商务模式120
 - (5) B2G电子商务模式121
 - (6) 社交电子商务模式121
- 3.4 中国移动电子商务发展现状与趋势122
 - 3.4.1 中国移动电子商务发展概述122
 - (1) 移动电子商务概念122
 - (2) 移动电子商务发展阶段122
 - (3) 移动电子商务产业链分析123
 - 3.4.2 中国移动电子商务行业发展规模125
 - (1) 中国移动电子商务实物交易用户规模125
 - (2) 中国移动电子商务市场规模126
 - (3) 中国移动电子商务市场份额126
 - 3.4.3 中国移动电子商务发展动因分析126
 - 3.4.4 中国移动电子商务市场竞争状况分析127
 - 3.4.5 中国移动电子商务运营模式分析128
 - 3.4.6 中国移动电子商务存在问题及解决对策129
 - 3.4.7 中国移动电子商务应用市场需求分析130

第4章：网络游戏行业发展现状与趋势分析132

4.1 中国网络游戏用户基本属性132

4.1.1 中国网络游戏用户基本特征132

4.1.2 中国网络游戏年龄分布132

4.1.3 中国网络游戏用户学历构成133

4.1.4 中国网络游戏用户职业构成133

4.1.5 中国网络游戏用户收入水平134

4.1.6 中国网络游戏用户居住地级分布135

4.1.7 中国网络游戏用户游戏年龄构成135

4.1.8 中国网络游戏用户主要进行游戏的场所136

4.1.9 中国网络游戏用户进行游戏的时间分布136

4.2 中国网络游戏行业发展现状分析137

4.2.1 网络游戏规模分析137

(1) 用户规模137

(2) 市场规模137

4.2.2 网络游戏行业产品结构分析138

4.2.3 网络游戏行业企业竞争结构分析138

4.2.4 网络游戏行业市场区域结构分析138

4.2.5 网络游戏行业投融资分析139

4.3 中国客户端网络游戏行业发展现状分析140

4.3.1 客户端网络游戏用户规模分析140

4.3.2 客户端网络游戏市场销售额分析140

4.3.3 客户端网络游戏市场占有率分析140

4.3.4 客户端网络游戏类型分析141

4.3.5 客户端网络游戏细分市场状况141

4.3.6 客户端网络游戏行业分析142

4.4 中国网页游戏行业发展现状分析142

4.4.1 中国网页游戏用户规模分析142

4.4.2 中国网页游戏市场销售额分析142

4.4.3 中国网页游戏市场占有率分析143

4.4.4 中国网页游戏行业分析144

4.5 中国移动游戏行业发展现状分析146

4.5.1 中国移动游戏用户规模分析146

4.5.2 中国移动游戏市场销售额分析146

4.5.3 中国移动游戏市场占有率分析147

4.5.4 中国移动游戏类型分析147

4.5.5 中国移动游戏行业分析148

第5章：网络广告行业发展现状与趋势分析149

5.1 中国网络广告行业发展概况149

5.1.1 网络广告的基本形式149

5.1.2 网络广告行业发展特点152

5.2 全球及主要广告市场发展分析154

5.2.1 全球及主要广告市场规模分析154

（1）全球广告市场规模分析154

（2）各地区广告市场规模分析154

5.2.2 全球广告市场媒体结构分析155

5.2.3 全球网络广告市场规模及业务结构分析156

（1）全球网络广告市场规模分析156

（2）全球网络广告细分业务收入结构分析156

5.3 中国网络广告市场发展分析157

5.3.1 中国网络广告市场规模分析157

5.3.2 中国网络广告计费方式结构分析158

5.3.3 中国网络广告细分媒体市场结构分析159

5.4 中国网络广告行业发展趋势分析159

第6章：移动互联网行业发展现状与趋势分析161

6.1 国际移动互联网行业发展分析161

6.1.1 国际移动互联网行业整体状况161

（1）用户规模161

（2）市场格局162

6.1.2 美国移动互联网行业发展现状163

6.1.3 德国移动互联网行业发展现状164

6.1.4 日本移动互联网行业发展分析164

6.1.5 韩国移动互联网行业发展分析165

6.2 中国移动互联网行业发展分析165

6.2.1 移动互联网行业市场规模分析165

6.2.2 移动互联网行业用户规模分析165

6.2.3 移动互联网行业终端规模分析166

6.2.4 移动互联网行业市场格局分析167

6.3 中国移动互联网用户行为分析167

6.3.1 移动互联网用户属性分析167

(1) 性别比例167

(2) 年龄分布167

(3) 职业与收入分布168

(4) 智能手机操作系统分布168

6.3.2 移动互联网网民行为分析169

(1) 网民上网热点时段169

(2) 网民上网地点分析169

(3) 网民上网流量分析169

6.3.3 用户对移动互联的业务需求分析169

6.4 移动互联网行业前景预测170

6.4.1 移动互联网行业发展趋势分析170

6.4.2 移动互联网行业发展前景预测170

6.5 移动互联网行业投资机会172

第7章：搜索引擎行业发展现状与趋势分析174

7.1 中国搜索引擎行业发展概况174

7.1.1 中国搜索引擎行业理论研究进展174

(1) 搜索引擎营销收入驱动力模型174

(2) 搜索营销需求曲线175

7.1.2 中国搜索引擎行业发展概况175

7.2 国内外搜索引擎市场规模分析176

7.2.1 全球及美国搜索引擎市场规模分析176

(1) 全球搜索引擎市场规模分析176

(2) 美国搜索引擎市场规模分析176

7.2.2 中国搜索引擎市场规模分析177

(1) 中国搜索引擎市场规模分析177

(2) 中国搜索引擎用户规模分析177

7.3 中国搜索引擎市场竞争格局分析178

7.3.1 中国搜索引擎市场竞争现状178

7.3.2 中国搜索引擎市场竞争趋势179

7.4 中国搜索引擎行业发展趋势与前景预测180

7.4.1 搜索引擎行业发展趋势分析180

7.4.2 搜索引擎行业发展前景预测182

第8章：网上支付行业发展现状与趋势分析183

8.1 2012年以来网上支付行业发展回顾183

8.1.1 牌照发放“普惠”促行业发展183

8.1.2 细分应用市场拓展新蓝海183

8.1.3 产品不断创新体现更高价值185

8.1.4 政策松绑：行动、O2O不得其门而入185

8.1.5 延伸应用：行动商机无限186

8.2 网上支付行业发展现状分析187

8.2.1 网上支付行业市场规模分析187

8.2.2 网上支付用户规模分析188

8.2.3 网上支付行业运营商发展现状分析188

8.2.4 网上支付细分行业发展现状分析189

8.3 网上支付行业发展趋势及前景预测190

8.3.1 网上支付行业发展趋势分析190

8.3.2 网上支付行业发展前景预测190

第9章：其他互联网应用与服务发展分析192

9.1 网络视频发展分析192

9.1.1 中国网络视频用户规模及市场规模分析192

（1）网络视频用户规模分析192

（2）网络视频市场规模分析192

9.1.2 中国网络视频用户属性、行为及需求分析193

（1）网络视频用户属性分析193

（2）网络视频用户使用行为分析193

（3）网络视频用户分享与上传行为分析194

（4）网络视频广告和付费视频用户需求分析194

（5）高清网络视频用户需求分析195

9.1.3 手机视频市场发展分析195

（1）手机视频市场现状分析195

（2）手机视频用户属性分析195

（3）手机视频用户行为分析196

9.2 网络购物发展分析197

9.2.1 网络购物规模分析197

（1）用户规模197

(2) 市场规模	197
9.2.2 网络购物核心用户特征分析	198
(1) 学历属于相对较高的水平	198
(2) 集中在政企单位职工和个体户	198
(3) 个人收入相对更高	198
(4) 青壮年群体是主力	199
9.2.3 网络购物行业特征	199
(1) 网络购物行业格局	199
(2) 网络购物行业竞争现状	200
9.2.4 网络购物发展趋势分析	200
第10章：互联网行业领先企业经营分析	202
10.1 互联网企业发展概况	202
10.1.1 互联网主力企业发展规模	202
10.1.2 互联网主力企业盈利能力	202
10.1.3 互联网主力企业区域分布	203
10.1.4 互联网主力企业流量分析	204
10.2 领先互联网企业经营分析	206
10.2.1 腾讯控股有限公司经营分析	206
(1) 企业发展简况分析	206
(2) 主要经济指标分析	206
(3) 企业盈利能力分析	207
(4) 企业运营能力分析	207
(5) 企业偿债能力分析	208
(6) 企业发展能力分析	208
(7) 企业组织架构分析	209
(8) 企业产品服务分析	209
10.2.2 北京新浪互联信息服务有限公司经营分析	214
(1) 企业发展简况分析	214
(2) 企业经营情况分析	215
(3) 企业产品服务分析	218
(4) 企业盈利模式分析	218
(5) 企业经营状况优劣势分析	219
10.2.3 北京搜狐互联网信息服务有限公司经营分析	220
(1) 企业发展简况分析	220

- (2) 企业经营情况分析220
- (3) 企业产品服务分析222
- (4) 企业盈利模式分析224
- (5) 企业经营状况优劣势分析225
- (6) 企业最新发展动向分析228
- 10.2.4 广州网易计算机系统有限公司经营分析229
 - (1) 企业发展简况分析229
 - (2) 企业经营情况分析229
 - (3) 企业产品服务分析230
 - (4) 企业盈利模式分析231
 - (5) 企业经营状况优劣势分析232
- 10.2.5 百度在线网络技术(北京)有限公司经营分析232
 - (1) 企业发展简况分析232
 - (2) 企业经营情况分析232
 - (3) 企业产品服务分析234
 - (4) 企业发展战略分析235
 - (5) 企业经营状况优劣势分析235
- 10.2.6 阿里巴巴(中国)有限公司经营分析236
 - (1) 企业发展简况分析236
 - (2) 企业产品及服务分析236
 - (3) 企业经营情况分析238
 - (4) 企业组织架构分析239
 - (5) 企业盈利模式分析239
 - (6) 企业经营状况优劣势分析240
- 10.2.7 北京慧聪国际资讯有限公司经营分析241
 - (1) 企业发展简况分析241
 - (2) 企业产品及服务分析241
 - (3) 企业经营情况分析241
 - (4) 企业组织架构分析243
 - (5) 企业盈利模式及发展战略分析243
 - (6) 企业经营状况优劣势分析244
- 10.2.8 浙江网盛生意宝股份有限公司经营分析244
 - (1) 企业发展简况分析244
 - (2) 企业产品及服务分析245
 - (3) 企业经营情况分析245

- (4) 企业组织架构分析246
- 10.2.9 北京当当网信息技术有限公司经营分析247
 - (1) 企业发展简况分析247
 - (2) 企业产品及服务分析248
 - (3) 企业经营情况分析248
 - (4) 企业盈利模式及发展战略分析249
- 10.2.10 上海麦考林国际邮购有限公司经营分析250
 - (1) 企业发展简况分析250
 - (2) 企业产品及服务分析250
 - (3) 企业经营情况分析250
 - (4) 企业盈利模式及发展战略分析252
 - (5) 企业业务网络分析253
 - (6) 企业经营状况优劣势分析253
- 10.2.11 携程旅行信息技术有限公司经营分析255
 - (1) 企业发展简况分析255
 - (2) 企业产品及服务分析255
 - (3) 企业经营情况分析255
 - (4) 企业盈利模式及发展战略分析257
 - (5) 企业业务网络分析257
 - (6) 企业经营状况优劣势分析259
 - (7) 企业最新发展动向分析260
- 10.2.12 北京空中信使信息技术有限公司经营分析261
 - (1) 企业发展简况分析261
 - (2) 主要经济指标分析261
 - (3) 企业产品服务分析262
 - (4) 企业盈利模式分析263
 - (5) 企业经营状况优劣势分析263
- 10.2.13 A8电媒音乐控股有限公司经营分析263
 - (1) 企业发展简况分析263
 - (2) 企业产品及服务分析263
 - (3) 企业经营情况分析264
 - (4) 企业盈利模式及发展战略分析265
 - (5) 企业经营状况优劣势分析265
- 10.2.14 上海盛大网络发展有限公司经营分析266
 - (1) 企业发展简况分析266

- (2) 企业产品及服务分析266
- (3) 企业经营情况分析267
- (4) 企业盈利模式及发展战略分析268
- (5) 企业经营状况优劣势分析269
- 10.2.15 上海巨人网络科技有限公司经营分析269
 - (1) 企业发展简况分析269
 - (2) 企业产品及服务分析269
 - (3) 企业经营情况分析270
 - (4) 企业盈利模式及发展战略分析271
- 10.2.16 完美世界(北京)网络技术有限公司经营分析272
 - (1) 企业发展简况分析272
 - (2) 企业产品及服务分析272
 - (3) 企业经营情况分析272
 - (4) 企业经营状况优劣势分析274
 - (5) 企业最新发展动向分析274
- 10.2.17 北京畅游时代数码技术有限公司经营分析275
 - (1) 企业发展简况分析275
 - (2) 企业产品及服务分析275
 - (3) 企业经营情况分析275
 - (4) 企业经营状况优劣势分析277
- 10.2.18 金山软件股份有限公司经营分析277
 - (1) 企业发展简况分析277
 - (2) 企业产品及服务分析278
 - (3) 企业经营情况分析279
 - (4) 企业经营状况优劣势分析280
- 第11章：互联网行业投融资分析282
- 11.1 互联网行业投资分析282
- 11.1.1 互联网行业投资特性分析282
 - (1) 互联网行业进入壁垒分析282
 - (2) 互联网行业盈利模式分析283
 - (3) 互联网行业盈利因素分析285
- 11.1.2 互联网行业投资风险分析288
 - (1) 政策风险288
 - (2) 技术风险289

- (3) 竞争风险290
- (4) 其他风险291
- 11.1.3 中国互联网并购交易情况292
- 11.2 互联网行业融资分析301
 - 11.2.1 电子商务301
 - 11.2.2 在线租房302
 - 11.2.3 在线旅游302
 - 11.2.4 在线教育302
 - 11.2.5 互联网金融303

图表目录：

- 图表 1：行业基础服务类网站23
- 图表 2：商务应用类网站24
- 图表 3：2010-2016年国内生产总值统计29
- 图表 4：2012-2016年我国全社会固定资产投资增长统计31
- 图表 5：互联网相关专利申请人构成（单位：个）35
- 图表 6：互联网技术分类构成（单位：个）36
- 图表 7：2005-2016年中国网民规模和互联网普及率37
- 图表 8：新网民互联网接入设备使用情况37
- 图表 9：非网民不使用互联网的原因38
- 图表 10：2014-2016年互联网络接入设备使用情况39
- 图表 11：网民平均每周上网时长39
- 图表 12：中国网民城乡结构40
- 图表 13：中国网民性别结构41
- 图表 14：中国网民年龄结构41
- 图表 15：中国网民学历结构42
- 图表 16：中国网民职业结构42
- 图表 17：中国网民个人月收入结构43
- 图表 18：2014.12-2015.12中国互联网基础资源对比44
- 图表 19：中国IPv6地址数量45
- 图表 20：中国IPv4地址资源变化情况45

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/293010.html>