

2018-2024年中国互联网市场深度调研分析及投资 前景研究预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国互联网市场深度调研分析及投资前景研究预测报告》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/327716.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

截至2016年12月，我国网民规模达7.31亿，互联网普及率达到53.2%，超过全球平均水平3.1个百分点，超过亚洲平均水平7.6个百分点。

我国2016年全年共计新增网民4299万人，增长率为6.2%，我国网民规模已经相当于欧洲人口总量。其中，手机网民规模达6.95亿，占比达95.1%，增长率连续3年超过10%。而台式电脑、笔记本电脑的使用率均出现下降，手机不断挤占其他个人上网设备的使用。

移动互联网与线下经济联系日益紧密。2016年，我国手机网上支付用户规模增长迅速，达到4.69亿，年增长率为31.2%，网民手机网上支付的使用比例由57.7%提升至67.5%。手机支付向线下支付领域的快速渗透，极大丰富了支付场景，有50.3%的网民在线下实体店购物时使用手机支付结算。

我国网民规模经历近10年的快速增长后，红利逐渐消失，网民规模增长率趋于稳定。2016年，中国互联网行业整体向规范化、价值化发展，同时，移动互联网推动消费模式共享化、设备智能化和场景多元化。首先，国家出台多项政策加快推动互联网各细分领域有序健康发展，完善互联网发展环境；其次，网民人均互联网消费能力逐步提升，在网购、O2O、网络娱乐等领域人均消费均有增长，网络消费增长对国内生产总值增长的拉动力逐步显现；最后，互联网发展对企业影响力提升，随着“互联网+”的贯彻落实，企业互联网化步伐进一步加快。

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
 - 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
- 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
 - (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
 - 3.3.1B2B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
 - 3.3.2B2C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
 - 3.3.3C2C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
8.12012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) 企业经营情况分析206
 - (3) 企业经营状况优劣势分析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
- 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) 企业经营状况优劣势分析259
- 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) 企业经营情况分析261
 - (3) 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
- 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
- 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3：2015-2017年国内生产总值统计29

图表4：2015-2017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7：2015-2017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10：2015-2017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

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/327716.html>