

2017-2022年中国互联网市场深度调查与战略咨询报告

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

《2017-2022年中国互联网市场深度调查与战略咨询报告》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/hulianwang/E17161YVOS.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

互联网（英语：Internet），又称网际网络，或音译因特网(Internet)、英特网，互联网始于1969年美国的阿帕网。是网络与网络之间所串连成的庞大网络，这些网络以一组通用的协议相连，形成逻辑上的单一巨大国际网络。通常internet泛指互联网，而Internet则特指因特网。这种将计算机网络互相联接在一起的方法可称作“网络互联”，在这基础上发展出覆盖全世界的全球性互联网络称互联网，即是互相连接一起的网络结构。互联网并不等同万维网，万维网只是一建基于超文本相互链接而成的全球性系统，且是互联网所能提供的服务其中之一。

截至2016年6月，中国网民规模达7.10亿，互联网普及率达到51.7%，超过全球平均水平3.1个百分点。同时，移动互联网塑造的社会生活形态进一步加强，“互联网+”行动计划推动政企服务多元化、移动化发展。

截至2016年6月，我国域名总数增至3698万个。中国国家域名“.CN”注册量达到1950万个(占中国域名总数的52.7%)，年增长率达到19.2%，持续保持国内注册量最大的顶级域名。随着我国互联网文化、经济影响力的增强，中国网民更加热衷注册和使用“.CN”域名。

中国互联网各域名注册数量

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国互联网市场深度调查与战略咨询报告》共十一章。首先介绍了互联网相关概念及发展环境，接着分析了中国互联网规模及消费需求，然后对中国互联网市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国互联网面临的机遇及发展前景。您若想对中国互联网有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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

1.1 互联网行业定义和分类

1.1.1 互联网定义

1.1.2 互联网行业定义和分类

1.2 互联网行业政策环境分析

1.2.1 行业政策法规

1.2.2 行业发展规划

1.3 互联网行业经济环境分析

1.3.1 国际宏观经济环境分析

(1) 2016年全球经济整体运行情况

(2) 全球主要国家经济增长情况

(3) 国际宏观经济走势预测

1.3.2 国内宏观经济环境分析

(1) 国内经济运行情况

(2) 国内经济运行预测

1.4 互联网行业技术环境分析

1.4.1 互联网专利数量

1.4.2 互联网专利申请人分析

1.4.3 互联网技术分类构成分析

第2章：互联网行业应用状况与趋势分析

2.1 互联网网民规模与结构特征调查

2.1.1 网民规模

随着互联网及移动互联网迅速普及和发展，我国网民及移动网民数量增速放缓，新增网民逐步减少。我国网民增速从2008年的17.79%下降到2016年H1的3.1%，移动网民增速从2008年的60.99%下降到2016年H1的5.9%，两者增速都出现了显著降低。互联网普及率同比增加情况也呈现下降趋势，2008年同比增加3.5个百分点，2012年同比增加2.2个百分点，而2016年H1只同比增加1.4个百分点。

2008 -2016 年 H1 网民规模及增速情况

2008 -2016 年 H1 移动网民规模及增速情况

2.1.2 接入方式

(1) 上网设备

(2) 上网时长

(3) 上网地点

2.1.3 网民属性

- (1) 性别结构
- (2) 年龄结构
- (3) 学历结构
- (4) 职业结构
- (5) 收入结构

2.2 互联网基础资源状况

2.2.1 基础资源总体情况

2.2.2 IP地址

2.2.3 域名

2.2.4 网站

2.2.5 网络国际出口带宽

2.3 个人互联网应用状况

2.3.1 整体互联网应用状况

- (1) 信息获取
- (2) 商务交易
- (3) 交流沟通
- (4) 网络娱乐

2.3.2 手机网络应用状况

- (1) 手机即时通信
- (2) 手机搜索
- (3) 手机微博
- (4) 手机视频
- (5) 手机游戏
- (6) 手机在线支付

2.4 中小企业互联网应用状况

2.4.1 中小企业互联网应用发展状况

- (1) 计算机使用状况
- (2) 互联网使用状况
- (3) 宽带使用状况

2.4.2 中小企业电子商务及网络营销发展状况

- (1) 电子商务使用状况

(2) 网络营销使用情况

2.4.3 中小企业互联网应用特点与趋势

2.5 互联网行业市场规模及结构分析

2.5.1 互联网行业市场规模分析

2.5.2 互联网行业市场结构分析

2.6 互联网行业发展趋势及前景预测

2.6.1 互联网行业发展趋势分析

2.6.2 互联网行业发展前景预测

第3章：电子商务行业发展现状与趋势分析

3.1 全球电子商务行业发展现状与趋势分析

3.1.1 全球电子商务行业发展概述

3.1.2 全球电子商务行业市场规模分析

3.1.3 全球电子商务行业市场结构分析

3.1.4 全球电子商务行业市场发展状况分析

(1) 美国电子商务行业发展状况分析

(2) 欧洲电子商务行业发展状况分析

(3) 亚洲电子商务行业发展状况分析

(4) 其他地区电子商务发展状况分析

3.1.5 国际电子商务行业成功经验借鉴

3.1.6 国际电子商务行业发展趋势分析

3.2 中国电子商务行业发展现状与趋势分析

3.2.1 中国电子商务行业发展概述

3.2.2 中国电子商务行业发展规模

(1) 中国电子商务交易规模

(2) 中国电子商务区域分布

(3) 中国电子商务行业分布

(4) 中国电子商务从业人员规模

3.2.3 中国电子商务行业发展趋势及前景预测

(1) 中国电子商务行业发展趋势

(2) 中国电子商务行业前景预测

3.3 电子商务主要运营模式分析

3.3.1 B2B电子商务模式

- (1) B2B电子商务模式概述
- (2) 中国B2B电子商务盈利模式
- (3) 中国B2B电子商务目标客户
- (4) 中国B2B电子商务采购特征
- (5) 中国B2B电子商务物流特征
- (6) 中国B2B电子商务成本分析
- (7) 中国B2B电子商务存在的问题及对策

3.3.2 B2C电子商务模式

- (1) B2C电子商务模式概述
- (2) 中国B2C电子商务盈利模式
- (3) 中国B2C电子商务目标市场
- (4) 中国B2C电子商务采购特征
- (5) 中国B2C电子商务物流特征
- (6) 中国B2C电子商务成本分析
- (7) 中国B2C电子商务存在的问题及对策

3.3.3 C2C电子商务模式

- (1) C2C电子商务模式概述
- (2) 中国C2C电子商务盈利模式
- (3) 中国C2C电子商务目标客户
- (4) 中国C2C电子商务采购特征
- (5) 中国C2C电子商务物流特征
- (6) 中国C2C电子商务成本分析
- (7) 中国C2C电子商务存在的问题及对策

3.3.4 其他电子商务模式

- (1) O2O电子商务模式
- (2) C2G电子商务模式
- (3) B2M电子商务模式
- (4) M2C电子商务模式
- (5) B2G电子商务模式
- (6) 社交电子商务模式

3.4 中国移动电子商务发展现状与趋势

3.4.1 中国移动电子商务发展概述

(1) 移动电子商务概念

(2) 移动电子商务发展阶段

(3) 移动电子商务产业链分析

3.4.2 中国移动电子商务行业发展规模

(1) 中国移动电子商务实物交易用户规模

(2) 中国移动电子商务市场规模

(3) 中国移动电子商务市场份额

3.4.3 中国移动电子商务发展动因分析

3.4.4 中国移动电子商务市场竞争状况分析

3.4.5 中国移动电子商务运营模式分析

3.4.6 中国移动电子商务存在问题及解决对策

3.4.7 中国移动电子商务应用市场需求分析

(1) 移动电子商务在企业应用中市场需求分析

(2) 移动电子商务在个人应用中市场需求分析

3.4.8 中国移动电子商务发展趋势分析

第4章：网络游戏行业发展现状与趋势分析

4.1 中国网络游戏用户基本属性

4.1.1 中国网络游戏用户基本特征

4.1.2 中国网络游戏年龄分布

4.1.3 中国网络游戏用户学历构成

4.1.4 中国网络游戏用户职业构成

4.1.5 中国网络游戏用户收入水平

4.1.6 中国网络游戏用户居住地级分布

4.1.7 中国网络游戏用户游戏年龄构成

4.1.8 中国网络游戏用户主要进行游戏的场所

4.1.9 中国网络游戏用户进行游戏的时间分布

4.2 中国网络游戏行业发展现状分析

4.2.1 网络游戏规模分析

(1) 用户规模

(2) 市场规模

- 4.2.2 网络游戏行业产品结构分析
- 4.2.3 网络游戏行业企业竞争结构分析
- 4.2.4 网络游戏行业发展趋势分析
- 4.3 中国客户端网络游戏行业发展现状分析
 - 4.3.1 客户端网络游戏用户规模分析
 - 4.3.2 客户端网络游戏市场销售额分析
 - 4.3.3 客户端网络游戏市场占有率分析
 - 4.3.4 客户端网络游戏类型分析
 - 4.3.5 客户端网络游戏细分市场状况
 - (1) 角色扮演类客户端网络游戏市场实际销售收入
 - (2) 休闲竞技类客户端网络游戏市场实际销售收入
 - 4.3.6 客户端网络游戏行业分析
 - (1) 中国客户端网络游戏市场发展特征
 - (2) 中国客户端网络游戏行业发展驱动因素
 - (3) 中国客户端网络游戏发展阻碍因素
 - (4) 中国客户端网络游戏行业发展趋势
- 4.4 中国网页游戏行业发展现状分析
 - 4.4.1 中国网页游戏用户规模分析
 - 4.4.2 中国网页游戏市场销售额分析
 - 4.4.3 中国网页游戏市场占有率分析
 - 4.4.4 中国网页游戏行业分析
- 4.5 中国移动游戏行业发展现状分析
 - 4.5.1 中国移动游戏用户规模分析
 - 4.5.2 中国移动游戏市场销售额分析
 - 4.5.3 中国移动游戏市场占有率分析
 - 4.5.4 中国移动游戏类型分析
 - 4.5.5 中国移动游戏行业分析

第5章：网络广告行业发展现状与趋势分析

- 5.1 中国网络广告行业发展概况
 - 5.1.1 网络广告的基本形式
 - 5.1.2 网络广告行业发展特点

5.2 全球及主要广告市场发展分析

5.2.1 全球及主要广告市场规模分析

(1) 全球广告市场规模分析

(2) 各地区广告市场规模分析

5.2.2 全球广告市场媒体结构分析

5.2.3 全球网络广告市场规模及业务结构分析

(1) 全球网络广告市场规模分析

(2) 全球网络广告细分业务收入结构分析

5.3 中国网络广告市场发展分析

5.3.1 中国网络广告市场规模分析

5.3.2 中国网络广告计费方式结构分析

5.3.3 中国网络广告细分媒体市场结构分析

5.4 中国网络广告行业发展趋势分析

第6章：移动互联网行业发展现状与趋势分析

6.1 国际移动互联网行业发展分析

6.1.1 国际移动互联网行业整体状况

(1) 用户规模

(2) 市场格局

6.1.2 美国移动互联网行业发展现状

6.1.3 德国移动互联网行业发展现状

6.1.4 日本移动互联网行业发展分析

6.1.5 韩国移动互联网行业发展分析

6.2 中国移动互联网行业发展分析

6.2.1 移动互联网行业市场规模分析

6.2.2 移动互联网行业用户规模分析

6.2.3 移动互联网行业终端规模分析

6.2.4 移动互联网行业市场格局分析

6.3 中国移动互联网用户行为分析

6.3.1 移动互联网用户属性分析

(1) 性别比例

(2) 年龄分布

- (3) 职业与收入分布
- (4) 移动互联网使用时长分布
- 6.3.2 移动互联网网民行为分析
 - (1) 网民上网热点时段
 - (2) 网民上网地点分析
- 6.3.3 用户对移动互联的业务需求分析
- 6.4 移动互联网行业前景预测
 - 6.4.1 移动互联网行业发展趋势分析
 - 6.4.2 移动互联网行业发展前景预测
- 6.5 移动互联网行业投资机会

第7章：搜索引擎行业发展现状与趋势分析

- 7.1 中国搜索引擎行业发展概况
 - 7.1.1 中国搜索引擎行业理论研究进展
 - (1) 搜索引擎营销收入驱动力模型
 - (2) 搜索营销需求曲线
 - 7.1.2 中国搜索引擎行业发展概况
- 7.2 国内外搜索引擎市场规模分析
 - 7.2.1 全球及美国搜索引擎市场规模分析
 - (1) 全球搜索引擎市场规模分析
 - (2) 美国搜索引擎市场规模分析
 - 7.2.2 中国搜索引擎市场规模分析
 - (1) 中国搜索引擎市场规模分析
 - (2) 中国搜索引擎用户规模分析
- 7.3 中国搜索引擎市场竞争格局分析
 - 7.3.1 中国搜索引擎市场竞争现状
 - 7.3.2 中国搜索引擎市场竞争趋势
- 7.4 中国搜索引擎行业发展趋势与前景预测
 - 7.4.1 搜索引擎行业发展趋势分析
 - 7.4.2 搜索引擎行业发展前景预测

第8章：网上支付行业发展现状与趋势分析

8.1 2016年网上支付行业发展情况

8.1.1 技术进步驱动网络支付应用场景和方式不断丰富

8.1.2 资金流量的富集推动网络支付企业拓展金融服务

8.1.3 数据资源和挖掘技术助力网上支付企业建立征信机制

8.2 网上支付行业发展现状分析

8.2.1 网上支付行业市场规模分析

8.2.2 网上支付用户规模分析

8.2.3 网上支付行业运营商发展现状分析

8.2.4 网上支付细分行业发展现状分析

8.3 网上支付行业发展趋势及前景预测

8.3.1 网上支付行业发展趋势分析

8.3.2 网上支付行业发展前景预测

第9章：其他互联网应用与服务发展分析

9.1 网络视频发展分析

9.1.1 中国网络视频用户规模及市场规模分析

(1) 网络视频用户规模分析

(2) 网络视频市场规模分析

9.1.2 中国网络视频用户属性、行为及需求分析

(1) 网络视频用户属性分析

(2) 网络视频用户使用行为分析

(3) 网络视频用户分享与上传行为分析

(4) 网络视频广告和付费视频用户需求分析

(5) 高清网络视频用户需求分析

9.1.3 手机视频市场发展分析

(1) 手机视频市场现状分析

(2) 手机视频用户属性分析

(3) 手机视频用户行为分析

9.2 网络购物发展分析

9.2.1 网络购物规模分析

(1) 用户规模

(2) 市场规模

9.2.2 网络购物核心用户特征分析

- (1) 学历属于相对较高的水平
- (2) 集中在政企单位职工和个体户
- (3) 个人收入相对更高
- (4) 青壮年群体是主力

9.2.3 网络购物行业特征

- (1) 网络购物行业格局
- (2) 网络购物行业竞争现状

9.2.4 网络购物发展趋势分析

第10章：互联网行业领先企业经营分析

10.1 互联网企业发展概况

10.2 领先互联网企业经营分析

10.2.1 腾讯控股有限公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业发展战略分析
- (9) 企业经营状况优劣势分析

10.2.2 北京新浪互联信息服务有限公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
 - 1) 利润分析
 - 2) 资产负债分析
 - 3) 现金流量分析
- (3) 企业产品服务分析
- (4) 企业盈利模式分析
- (5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业投资兼并与重组分析

(7) 企业最新发展动向分析

10.2.3 北京搜狐互联网信息服务有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

(3) 企业产品服务分析

(4) 企业盈利模式分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

10.2.4 广州网易计算机系统有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

(3) 企业产品服务分析

(4) 企业盈利模式分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

10.2.5 百度在线网络技术(北京)有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

(3) 企业产品服务分析

(4) 企业发展战略分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

10.2.6 阿里巴巴(中国)有限公司经营分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品及服务分析
- (3) 企业经营情况分析

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

(4) 企业组织架构分析

(5) 企业盈利模式分析

(6) 企业业务网络分析

(7) 企业经营状况优劣势分析

(8) 企业最新发展动向分析

10.2.7 北京慧聪国际资讯有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品及服务分析

(3) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 企业组织架构分析

(5) 企业盈利模式及发展战略分析

(6) 企业业务网络分析

(7) 企业经营状况优劣势分析

(8) 网站最新发展动向分析

10.2.8 浙江网盛生意宝股份有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品及服务分析

(3) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 企业组织架构分析

(5) 企业盈利模式及发展战略分析

(6) 企业业务网络分析

(7) 企业经营状况优劣势分析

(8) 企业最新发展动向分析

10.2.9 北京当当网信息技术有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品及服务分析

(3) 企业经营情况分析

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

(4) 企业盈利模式及发展战略分析

(5) 企业业务网络分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业最新发展动向分析

10.2.10 上海麦考林国际邮购有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品及服务分析

(3) 企业经营情况分析

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

(4) 企业盈利模式及发展战略分析

(5) 企业业务网络分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

(7) 企业最新发展动向分析

第11章：互联网行业投融资分析(ZY WZY)

11.1 互联网行业投资分析

11.1.1 互联网行业投资特性分析

(1) 互联网行业进入壁垒分析

(2) 互联网行业盈利模式分析

(3) 互联网行业盈利因素分析

11.1.2 互联网行业投资风险分析

(1) 政策风险

(2) 技术风险

(3) 竞争风险

(4) 其他风险

11.1.3 中国互联网并购交易情况

11.2 互联网行业融资分析

11.2.1 电子商务

11.2.2 在线租房

11.2.3 在线旅游

11.2.4 在线教育

11.2.5 互联网金融

部分图表目录：

图表1：互联网行业分类表

图表2：互联网行业政策法规分析

图表3：互联网行业“十三五”规划分析

图表4：《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》分析

图表5：2011-2016年三大经济体GDP环比增长率（单位：%）

图表6：2013-2016年三大经济体零售额同比增长率（单位：%）

图表7：2013-2016年世界、发达国家和发展中国家消费价格同比上涨率（单位：%）

图表8：2013-2016年美国、日本和欧元区失业率（单位：%）

图表9：2012-2016年美国GDP年化季率初值增长率（单位：%）

图表10：2013-2016年美国制造业采购经理指数走势

图表11：2013-2016年美国失业率走势图（单位：%）

图表12：2011-2016年加拿大GDP季度增长率（单位：%）

图表13：2013-2016年欧元区经济景气指数（单位：%）

图表14：2013-2016年欧元区失业率变动图（单位：%）

图表15：2017-2022年全球宏观经济指标预测（单位：%）

图表16：2010-2016年上半年我国GDP增长情况及同比增长率（单位：万亿元，%）

图表17：2013-2016年我国GDP季度同比增速（单位：%）

图表18：2005-2016年互联网相关专利申请数量变化图（单位：个）

图表19：2005-2016年互联网相关专利公开数量变化图（单位：个）

图表20：截至2016年互联网相关专利申请人构成（单位：个）

图表21：互联网技术分类构成（单位：个）

图表22：2010-2016年中国网民规模与普及率（单位：亿人，%）

图表23：2014-2016年中国网民上网使用设备情况（单位：%）

图表24：2011-2016年中国网民人均每周上网时长（单位：小时）

图表25：2014-2016年中国网民上网地点情况（单位：%）

图表26：2014-2016年中国网民性别结构（单位：%）

图表27：2014-2016年中国网民年龄结构（单位：%）

图表28：2014-2016年中国网民学历结构（单位：%）

图表29：2014-2016年中国网民职业结构（单位：%）

图表30：2014-2016年中国网民收入结构（单位：%）

图表31：2014-2016年中国互联网基础资源对比（单位：个，块/32，Mbps，%）

图表32：2010-2016年中国Ipv6地址数（单位：块/32）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/E17161YVOS.html>