

2017-2022年中国互联网行业市场发展现状及十三五投资价值分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国互联网行业市场发展现状及十三五投资价值分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/281188281188.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

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

中国报告网发布的《2017-2022年中国互联网及十三五报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

第一章 互联网行业发展状况

1.1 全球互联网行业发展状况

1.1.1 2016年全球互联网行业运行状况

1.1.2 2016年美国互联网行业发展现状

1.1.3 2016年互联网数字域名流行现状

1.1.4 2016年全球互联网广告发展预测

1.2 我国互联网行业发展状况

1.2.1 2014-2016年中国互联网发展状况

1.2.2 互联网对中国影响分析

1.2.3 互联网行业人才需求状况

1.2.4 中国互联网CN域名海外需求分析

1.3 互联网行业发展现状

1.3.1 2016年我国互联网行业投融资状况

1.3.2 2016年中国互联网行业发展机遇分析

1.3.3 2016年互联网广告网络发展状况分析

1.3.4 2016年中国互联网发展状况

1.4 移动互联网行业发展状况

1.4.1 2016年移动互联网发展现状

1.4.2 2016年移动互联网发展问题分析

1.4.3 2016年无线互联网产业链发展现状

1.4.4 2016年移动搜索市场发展状况

1.4.5 2016年无线搜索产业发展机遇和挑战

第二章 金融危机对互联网行业影响

2.1 金融危机对互联网行业影响

2.1.1 2016年金融风暴对互联网融资影响

2.1.2 2016年金融风暴对我国互联网影响

2.1.3 金融风暴对风险投资影响分析

2.1.4 金融风暴对互联网上市公司影响分析

2.2 互联网行业应对金融危机策略

2.2.1 互联网“二次创业”策略

2.2.2 金融风暴中互联网企业生存策略

2.2.3 互联网企业应对金融风暴策略

第三章 下一代互联网发展状况分析

3.1 我国下一代互联网发展及研究现状

3.1.1 我国下一代互联网产业群分析

3.1.2 我国下一代互联网产业发展商机

3.1.3 我国下一代互联网研究现状

3.2 我国下一代互联网研究成果分析

3.2.1 我国下一代互联网成就分析

3.2.2 中国下一代互联网六大核心网分析

3.2.3 我国下一代互联网高校驻地网分析

3.2.4 下一代互联网科研机构驻地网分析

3.2.5 下一代互联网企业驻地网分析

3.2.6 下一代互联网示范网络分析

3.3 下一代互联网发展分析

3.3.1 全球下一代互联网发展状况

3.3.2 下一代互联网发展战略机遇

3.3.3 下一代互联网上虚拟现实新发展分析

3.3.4 我国下一代互联网建设分析

3.3.5 我国下一代互联网主要业务分析

第四章 互联网市场消费者分析

4.1 互联网行消费者现状分析

4.1.1 2016年我国互联网用户分析

4.1.2 2016年中国移动互联网网民渗透率

4.1.3 2016年中国互联网用户现状分析

4.2 网民群体分析

4.2.1 青少年学生群体上网状况

4.2.2 非网民状况分析

4.2.3 典型互联网应用

4.3 网民规模与结构

4.3.1 网民总规模与普及率

4.3.2 不同接入方式网民规模

4.3.3 不同群体网民规模与互联网普及率

第五章 互联网行业竞争格局分析

5.1 互联网发展竞争分析

5.1.1 2016年我国互联网格局决定因素分析

5.1.2 2016年我国互联网市场竞争状况分析

5.1.3 2016年互联网企业收购趋势分析

5.2 国内外移动互联网发展竞争分析

5.2.1 2016年移动互联网竞争格局分析

5.2.2 2016年移动互联网竞争分析

5.2.3 2016年移动互联网差异化竞争分析

5.3 国内外网络游戏产业发展竞争分析

5.3.1 中国网络游戏发展分析

5.3.2 中美网络游戏商业模式比较分析

5.3.3 2016年中国网络游戏企业出口机遇分析

5.4 搜索引擎行业竞争分析

5.4.1 2016年搜索引擎行业竞争制衡分析

5.4.2 2016年搜索引擎企业竞争状况

5.4.3 中国搜索引擎广告竞争格局

5.5 我国电子商务市场竞争分析

5.5.1 电子商务企业核心竞争力分析

5.5.2 2016年中国电子商务同质化竞争分析

5.5.3 2016年中国B2B竞争状况分析

5.6 中国网络广告市场竞争状况

5.6.1 网络广告核心竞争力分析

5.6.2 2016年我国网络广告市场发展状况

5.6.3 2016年网络广告核心企业竞争分析

第六章 互联网企业竞争策略分析

6.1 互联网市场竞争策略分析

6.1.1 2016年互联网市场增长潜力分析

6.1.2 2016年互联网主要潜力品种分析

6.1.3 现有互联网产品竞争策略分析

6.1.4 潜力互联网品种竞争策略选择

6.1.5 对典型企业产品竞争策略分析

6.2 互联网企业竞争策略分析

6.2.1 经济危机对互联网行业竞争格局的影响

6.2.2 经济危机后互联网行业竞争格局的变化

6.2.3 2017-2022年我国互联网市场竞争趋势

6.2.4 2017-2022年互联网行业竞争格局展望

6.2.5 2017-2022年互联网企业竞争策略分析

第七章 互联网重点企业竞争分析

7.1 雅虎公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

7.2 百度公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

7.3 谷歌公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

7.4 阿里巴巴网络有限公司

(1) 企业概况

- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

7.5 腾讯公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

7.6 分众传媒集团

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

7.7 盛大集团

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

7.8 神州数码控股有限公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

7.9 搜狐公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

7.10 网易公司

- (1) 企业概况
- (2) 主营产品概况
- (3) 公司运营情况
- (4) 公司优劣势分析

第八章 互联网行业发展趋势分析

8.1 中国互联网行业发展趋势

8.1.1 2016年中国互联网营销模式发展趋势分析

8.1.2 2016年互联网中文域名使用分析

8.1.3 中国互联网国家战略趋势分析

8.1.3 中国互联网发展趋势分析

8.1.4 互联网服务融合趋势分析

8.2 移动互联网发展趋势

8.2.1 移动互联网智能终端融合趋势

8.2.2 未来移动互联网业务前景分析

8.2.3 未来移动互联网发展趋势分析

8.2.4 2016年移动互联网发展新趋势分析

8.3 web2.0产业发展趋向

8.3.1 金融危机引导Web2.0变革走向分析

8.3.2 MID发展对web2.0发展趋势影响

8.3.3 Web2.0时代网络技术的发展趋势

8.4 搜索引擎发展趋势

8.4.1 搜索引擎中国化方向发展分析

8.4.2 搜索引擎未来发展方向分析

8.4.3 搜索引擎发展趋势分析

8.4.4 搜索引擎个性化发展方向

8.5 国内外网络游戏产业发展趋势分析

8.5.1 中国网络游戏产业发展前景分析

8.5.2 中国网络游戏产业发展趋势分析

8.5.3 手机网络游戏产业未来发展机遇

8.6 电子商务行业发展趋势分析

8.6.1 未来电子商务重要组成部分分析

8.6.2 电子商务地方搜索趋势分析

8.6.3 我国B2C电子商务发展趋势

8.6.4 电子商务盈利模式新趋势分析

8.7 网络广告市场发展趋势

8.7.1 未来中国网络广告市场新增长点分析

8.7.2 2016年全球网络广告市场发展趋势

8.7.3 2016年我国网络广告市场发展方向

第九章 未来互联网行业发展预测

9.1 2017-2022年国际互联网市场预测

9.1.1 2017-2022年全球互联网行业收入预测

9.1.2 2017-2022年全球互联网市场需求前景

9.1.3 2017-2022年全球互联网市场投资预测

9.2 2017-2022年国内互联网市场预测

9.2.1 2017-2022年国内互联网行业收入预测

9.2.2 2017-2022年国内互联网市场需求前景

9.2.3 2017-2022年国内互联网市场投资预测

9.2.4 2017-2022年国内互联网行业集中度预测

第十章 互联网行业投资现状分析

10.1 2015年互联网行业投资情况分析

10.1.1 2015年总体投资及结构

10.1.2 2015年投资规模情况

10.1.3 2015年投资增速情况

10.1.4 2015年IPO情况分析

10.1.5 2015年并购重组分析

10.2 2016年互联网行业投资情况分析

10.2.1 2016年总体投资及结构

10.2.2 2016年投资规模情况

10.2.3 2016年投资增速情况

10.2.4 2016年分行业投资分析

10.2.5 2016年分地区投资分析

第十一章 互联网行业投资环境分析

11.1 经济发展环境分析

11.1.1 2014-2016年我国宏观经济运行情况

11.1.2 2017-2022年我国宏观经济形势分析

11.1.3 2017-2022年投资趋势及其影响预测

11.2 政策法规环境分析

11.2.1 2016年互联网行业政策环境

11.2.2 2016年国内宏观政策对其影响

11.2.3 2016年行业产业政策对其影响

11.3 社会发展环境分析

11.3.1 国内社会环境发展现状

11.3.2 2016年社会环境发展分析

11.3.3 2014-2016年社会环境对行业的影响分析

第十二章 互联网行业投资机会与风险

12.1 互联网行业投资效益分析

- 12.1.1 2014-2016年互联网行业投资状况分析
- 12.1.2 2014-2016年互联网行业投资效益分析
- 12.1.3 2017-2022年互联网行业投资趋势预测
- 12.1.4 2017-2022年互联网行业的投资方向
- 12.1.5 2017-2022年互联网行业投资的建议
- 12.1.6 对新进入者应注意的障碍因素分析
- 12.2 影响互联网行业发展的主要因素
 - 12.2.1 2017-2022年影响互联网行业运行的有利因素分析
 - 12.2.2 2017-2022年影响互联网行业运行的稳定因素分析
 - 12.2.3 2017-2022年影响互联网行业运行的不利因素分析
 - 12.2.4 2017-2022年我国互联网行业发展面临的挑战分析
 - 12.2.5 2017-2022年我国互联网行业发展面临的机遇分析
- 12.3 互联网行业投资风险及控制策略分析
 - 12.3.1 2017-2022年互联网行业市场风险及控制策略
 - 12.3.2 2017-2022年互联网行业政策风险及控制策略
 - 12.3.3 2017-2022年互联网行业安全风险及控制策略
 - 12.3.4 2017-2022年互联网行业技术风险及控制策略
 - 12.3.5 2017-2022年互联网同业竞争风险及控制策略
 - 12.3.6 2017-2022年互联网行业其他风险及控制策略
- 第十三章 互联网行业投资战略研究
 - 13.1 互联网行业发展战略研究
 - 13.1.1 战略综合规划
 - 13.1.2 技术开发战略
 - 13.1.3 业务组合战略
 - 13.1.4 区域战略规划
 - 13.1.5 产业战略规划
 - 13.1.6 营销品牌战略
 - 13.1.7 竞争战略规划
 - 13.2 对我国互联网品牌的战略思考
 - 13.2.1 企业品牌的重要性
 - 13.2.2 互联网实施品牌战略的意义
 - 13.2.3 互联网企业品牌的现状分析
 - 13.2.4 我国互联网企业的品牌战略
 - 13.2.5 互联网品牌战略管理的策略
 - 13.3 互联网行业投资战略研究

13.3.1 2016年电子信息产业行业投资战略

13.3.2 2016年互联网行业投资战略

13.3.3 2017-2022年互联网行业投资战略

13.3.4 2017-2022年细分行业投资战略

13.4 投资建议分析

图表目录：

图表：2005-2016年全球互联网使用人数分析

图表：2005-2016年全球手机使用人数分析

图表：全球固定宽带的网速分析

图表：2016年美国移动互联网占有率分析

图表：美国用户媒体消费时间因移动而增加

图表：2016年美国智能手机和平板电脑渗透率分析

图表：美国智能手机市场中操作系统的市场份额

图表：2016年底带4G功能的智能手机普及率分析

图表：移动内容使用主要落在APP

图表：美国互联网市场中社交服务情况

图表：美国互联网市场中社交服务所花费时间分析

图表：原生广告成为社交媒体重要的盈利模式

图表：网络视频广告市场因为用户往智能手机和平板电脑迁移而继续扩展

图表：视频广告监测宜采用全面的视频广告受众评估体系

图表：跨媒体整合评估是广告效果评估的下一个方向

图表：美国搜索市场保持平稳

图表：电子商务因移动商务的到来而进一步扩大市场

图表：2004-2016年美国移动商务发展分析

图表：2017-2022年全球互联网广告市场市场地位预测

图表：2014-2016年中国网络广告市场规模分析

图表：2014-2016年中国不同形式网络广告市场份额

图表：2016年中国网络广告市场媒体营收规模TOP10

图表：2014-2016年中国网民及移动互联网用户规模图

图表：2014-2016年中国手机网民规模及整体占比

图表：2014-2016年移动搜索用户规模走势

图表：2014-2016年中国移动搜索市场规模走势

(GYZX)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行

年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/281188281188.html>