

2017-2022年中国互联网产业运营现状及十三五投资动向研究报告

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年中国互联网产业运营现状及十三五投资动向研究报告》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/274841274841.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

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，我国IPv4地址数量为3.38亿个，拥有IPv6地址20781块/32。

我国域名总数为3698万个，其中“.CN”

域名总数半年增长为19.2%，达到1950万个，在中国域名总数中占比为52.7%。

我国网站总数为454万个，半年增长7.4%；“.CN”下网站数为212万个。

国际出口带宽为6,220,764Mbps，半年增长率为15.4%。

截至2016年6月，我国IPv6地址数量为20781块/32，半年增长0.9%。

中国IPV6地址数量

全球IPv4地址数已于2011年2月分配完毕，自2011年开始我国IPv4地址总数基本维持不变，截至2016年6月，共计有33761万个。

中国IPV4地址资源变化情况

2005-2015年全球互联网使用人数（百万人）

中国网民规模和互联网普及率

互联网络接入设备使用情况

中国网民性别结构

中国网民城乡结构

中国报告网发布的《2017-2022年中国互联网产业运营现状及十三五投资动向研究报告》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 互联网概念及产业链结构

1.1 互联网概述

1.1.1 概念及特点

1.1.2 中国互联网发展历程

1.1.3 互联网的应用

1.1.4 互联网繁荣发展

1.1.5 智能商务将获得极大发展

1.2 互联网产业链概述

1.2.1 产业链概况

1.2.2 产业链层次

1.2.3 产业链机会

1.3 互联网产业链模型

1.3.1 网络基础设施层

1.3.2 网络接入服务层

1.3.3 终端应用与服务层

1.4 中国互联网市场产业链格局

1.4.1 网络基础设施层

1.4.2 接入服务层

1.4.3 终端应用与服务层

第二章 2013-2015年世界互联网的发展

2.1 2013-2015年全球互联网发展现状

2.1.1 互联网市场规模

2.1.2 核心技术平台/体系迁移

2.1.3 终端平台开源化发展

2.1.4 应用服务体系与模式重建

2.1.5 LTE技术发展持续提速

2.1.6 移动智能终端竞争加剧

2.2 美国

2.2.1 总体发展状况

2.2.2 移动游戏市场

2.2.3 移动社交市场

2.2.4 移动电商市场

2.2.5 移动视频广告市场

2.3 其他地区

2.3.1 德国互联网用户规模现状

2.3.2 英国移动应用市场发展迅速

2.3.3 日本互联网发展平稳发展

2.3.4 韩国互联网渗透率现状

2.3.5 亚洲互联网增速居首位

2.4 全球互联网发展趋势

2.4.1 技术创新主线

2.4.2 硬件发展重点趋势

2.4.3 移动智能终端趋势

2.4.4 应用程序趋势

2.5 世界互联网发展预测

2.5.1 全球互联网发展前景

2.5.2 全球互联网营收预测

2.5.3 全球互联网用户规模预测

2.5.4 全球移动数据流量规模预测

第三章 2013-2015年中国互联网主要载体发展

3.1 互联网

3.1.1 产业发展概述

3.1.2 行业发展规模

3.1.3 行业投资现状

3.1.4 行业发展热点

3.2 手机

3.2.1 手机用户规模

3.2.2 2013年行业运行特征

3.2.3 2014年我国手机市场分析

3.2.4 2015年我国手机市场运行

3.3 智能手机

3.3.1 2014年智能手机市场分析

3.3.2 2015年智能手机市场规模

3.3.3 中国智能手机市场发展格局

第四章 2013-2015年中国互联网用户分析

4.1 我国互联网用户特征及结构

4.1.1 网民规模及属性特征

4.1.2 网民互联网接入方式

4.1.3 网民互联网应用状况

4.1.4 手机网民结构及应用

4.2 互联网用户属性

4.2.1 性别分布

4.2.2 年龄分布

4.2.3 地域分布

4.2.4 学历分布

4.2.5 职业分布

4.2.6 收入分布

4.3 互联网用户行为特征

4.3.1 用户使用粘性

4.3.2 手机终端地位

4.3.3 多屏互动行为

4.3.4 终端使用差异

4.4 互联网用户终端使用情况

4.4.1 移动终端设备

4.4.2 手机操作系统

4.4.3 手机使用品牌

第五章 2013-2015年我国互联网行业综合状况

5.1 2013-2015年中国互联网发展综述

5.1.1 产业发展阶段

5.1.2 产业生命周期

5.1.3 行业格局分析

5.1.4 产业安全问题

5.2 2013-2015年互联网发展现状

5.2.1 行业热点分析

5.2.2 市场发展规模

5.2.3 产业发展特征

5.3 2013-2015年行业特点解析

5.3.1 新型手机社交应用

5.3.2 应用业务发展态势

5.3.3 市场竞争现新格局

5.3.4 互联网入口存机遇

5.3.5 “终端+应用”驱动行业发展

5.4 互联网发展问题及对策

5.4.1 面临的问题及挑战

5.4.2 产业链参与者过于复杂

5.4.3 自主创新能力不够

5.4.4 发展建议

第六章 2013-2015年互联网行业发展模式

6.1 参与者盈利模式分析

6.1.1 门户网站模式

6.1.2 “IM”业务模式

6.1.3 终端厂商进入模式

6.1.4 搜索引擎服务商进入模式

6.2 互联网产品开发运营及案例分析

6.2.1 产品分类以及盈利模式

6.2.2 成功产品借鉴经验研析

6.2.3 产品发展对策

6.3 中国互联网应用市场

6.3.1 应用市场发展概述

6.3.2 移动游戏

6.3.3 手机阅读

6.3.4 移动搜索

6.3.5 应用市场发展趋势

6.4 互联网广告及营销

6.4.1 互联网传播属性

6.4.2 互联网的广告机会

6.4.3 移动营销策略分析

6.4.4 移动营销的跨界整合

6.4.5 广告平台案解析

第七章 2013-2015年互联网与大数据应用发展分析

7.1 大数据行业发展状况

- 7.1.1 大数据技术与应用
- 7.1.2 各国加快行业布局
- 7.1.3 行业发展状况分析
- 7.1.4 行业支持政策分析
- 7.2 互联网与大数据发展分析
 - 7.2.1 大数据黄金发展期
 - 7.2.2 大数据应用加速
 - 7.2.3 促进商业模式创新
 - 7.2.4 机遇与挑战并存
- 7.3 互联网大数据关键技术
 - 7.3.1 大数据关键技术
 - 7.3.2 海量异构数据管理技术
 - 7.3.3 实时数据挖掘技术
- 7.4 2013-2015年互联网大数据交易分析
 - 7.4.1 相关政策分析
 - 7.4.2 产业发展及交易现状
 - 7.4.3 市场规模分析
 - 7.4.4 市场需求分析
 - 7.4.5 竞争格局分析
- 7.5 2013-2015年大数据在互联网中的应用分析
 - 7.5.1 移动广告大数据应用
 - 7.5.2 移动电商大数据应用
 - 7.5.3 移动金融大数据应用
 - 7.5.4 移动视频大数据应用
 - 7.5.5 移动健康管理大数据应用
 - 7.5.6 移动旅游大数据应用
- 第八章 2013-2015年中国互联网终端发展现状
 - 8.1 2013年互联网终端发展状况
 - 8.1.1 2013年第一季度互联网终端发展状况
 - 8.1.2 2013年第二季度互联网终端发展状况
 - 8.1.3 2013年第三季度互联网终端发展状况
 - 8.1.4 2013年第四季度互联网终端发展状况
 - 8.2 2014年互联网终端发展状况
 - 8.2.1 2014年第一季度互联网终端发展状况
 - 8.2.2 2014年第二季度互联网终端发展状况

8.2.3 2014年第三季度互联网终端发展状况

8.2.4 2014年第四季度互联网终端发展状况

8.3 2015年互联网终端发展情况

8.3.1 2015年第一季度互联网终端发展状况

8.3.2 2015年第二季度互联网终端发展状况

8.3.3 2015年第三季度互联网终端发展状况

第九章 2013-2015年互联网终端平台发展现状

9.1 2014-2016年互联网终端平台发展状况

9.1.1 2014年第一季度互联网终端平台发展状况

9.1.2 2014年第二季度互联网终端平台发展状况

9.1.3 2014年第三季度互联网终端平台发展状况

9.2 2015年互联网终端平台发展状况

9.2.1 智能手机操作系统市场份额

9.2.2 主要智能手机操作系统介绍

9.2.3 安卓系统市场份额逐步提高

9.3 互联网终端平台发展趋势分析

9.3.1 Html5手机平台崛起

9.3.2 面向Chrome

9.3.3 IE10的发展

9.3.4 旧IE系统的衰败

9.3.5 Android2.x的消失

9.3.6 手机开发超越了桌面开发

9.3.7 桌面HTML应用

9.3.8 HTML接下来的其它版本

第十章 2013-2015年手机浏览器发展现状

10.1 2013年手机浏览器发展状况

10.1.1 2013年第一季度手机浏览器发展状况

10.1.2 2013年第二季度手机浏览器发展状况

10.1.3 2013年第三季度手机浏览器发展状况

10.1.4 2013年第四季度手机浏览器发展状况

10.2 2014年手机浏览器发展状况

10.2.1 2014年第一季度手机浏览器发展状况

10.2.2 2014年第二季度手机浏览器发展状况

10.2.3 2014年第三季度手机浏览器发展状况

10.2.4 2014年第四季度手机浏览器发展状况

10.3 2015年手机浏览器发展状况

10.3.1 2015年第一季度手机浏览器发展状况

10.3.2 2015年第二季度手机浏览器发展状况

10.3.3 2015年手机浏览器用户行为分析

10.4 我国手机浏览器发展趋势分析

第十一章 2013-2015年手机应用商店发展分析

11.1 手机应用商店概述

11.1.1 定义及特征

11.1.2 发展历程

11.1.3 产业链结构

11.1.4 盈利模式

11.1.5 开发者分类

11.1.6 本地化拓展策略

11.2 全球手机应用商店市场发展特点

11.3 2013年移动应用商店发展状况

11.3.1 2013年第一季度移动应用商店发展状况

11.3.2 2013年第二季度移动应用商店发展状况

11.3.3 2013年第三季度移动应用商店发展状况

11.3.4 2013年第四季度移动应用商店发展状况

11.4 2014年移动应用商店发展状况

11.4.1 2014年第一季度移动应用商店发展状况

11.4.2 2014年第二季度移动应用商店发展状况

11.4.3 2014年第三季度移动应用商店发展状况

11.4.4 2014年第四季度移动应用商店发展状况

11.5 2015年移动应用商店发展状况

11.5.1 2015年第一季度移动应用商店发展状况

11.5.2 2015年第二季度移动应用商店发展状况

11.5.3 2015年第三季度移动应用商店发展状况

11.6 我国移动应用商店发展趋势及挑战分析

11.6.1 未来发展趋向

11.6.2 面临诸多挑战

11.6.3 创造发展环境

11.6.4 优化商店运行

第十二章 互联网投资及前景分析

12.1 投资现状及未来机会

- 12.1.1 全球互联网投资现状
- 12.1.2 中国互联网投资状况
- 12.1.3 互联网的投资机会
- 12.1.4 互联网投资风险防范
- 12.2 我国互联网未来发展政策导向
 - 12.2.1 推进互联网的产业融合
 - 12.2.2 推动互联网的全面渗透
 - 12.2.3 增强互联网核心竞争力
- 12.3 中国互联网的发展趋势及机遇
 - 12.3.1 核心技术自主创新发展
 - 12.3.2 新型移动应用潜力巨大
 - 12.3.3 移动芯片面临发展契机
 - 12.3.4 智能终端市场创新升级
 - 12.3.5 行业未来发展趋势分析
- 12.4 2017-2022年中国互联网发展前景预测
 - 12.4.1 中国互联网行业发展因素分析
 - 12.4.2 2017-2022年中国互联网市场规模预测
 - 12.4.3 2017-2022年中国互联网用户总数预测

图表目录：

- 图表1 互联网产业链层次模型
- 图表2 2011-2016年全球互联网流量增长
- 图表3 2014-2016年全球智能手机分季度出货量
- 图表4 2012-2016年全球平板电脑季度出货量
- 图表5 2007-2016年全球移动蜂窝用户数和移动宽带用户数
- 图表6 2014-2017年全球各类终端设备出货量
- 图表7 2014-2017年全球各类计算终端设备市场支出
- 图表8 2011-2017年美国移动电子商务交易
- 图表9 2014和2018年移动市场各板块占比
- 图表10 2014和2018年全球移动商务份额对比
- 图表11 2018年移动广告业务前十大公司
- 图表12 2018年消费者应用类别占比
- 图表13 2010-2015年中国网民规模及互联网普及率
- 图表14 2010-2015年中国域名数量
- 图表15 2010-2015年中国网站数量
- 图表16 2013-2015年中国互联网行业VC/PE融资情况

图表17 2015年三季度中国互联网行业细分领域VC/PE融资分布

图表18 2015年中国互联网企业获得VC/PE融资重点案例

图表19 2013-2015年中国互联网并购市场完成交易趋势

图表20 2015年互联网企业并购重点案例

(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/274841274841.html>