

2018年中国互联网行业分析报告- 市场深度分析与发展前景研究

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《2018年中国互联网行业分析报告-市场深度分析与发展前景研究》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/326090326090.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

互联网用户需求的多元化，催生出许多细分垂直领域的新机会，为新公司的生长乃至小巨头的诞生提供了空间。

1. 今日头条：“算法+数据”实现内容推荐“千人千面”，造就移动互联网流量小巨头

今日头条上线于2012年8月，是一款基于数据挖掘、提供个性化推荐的内容聚合平台。2012年正值中国智能手机普及进程加快，而针对移动互联网用户的优质、个性化内容聚合服务稀缺，今日头条正是填补了这一市场空白，实现人与信息的连接。

今日头条将人工智能技术与产品相结合，利用机器学习和深度学习算法多维度把握用户特征，通过用户的动作特征（点击、停留、滑动、评论、分享等）、环境特征（网络环境、地理位置、时间环境等）以及社交特征（社交媒介的关系、使用信息等），无需用户明确指令即可提供个性化、高质量的内容推送，实现“千人千面”。

图：今日头条的个性化内容推送 资料来源：观研天下整理

除了聚合内容外，今日头条还通过算法创造内容，2016年8月推出人工智能程序“小明机器人”，迄今已在平台上发布超过8,000则报道，阅读率（阅读数量和推荐数量）与人工撰写文章相仿，且速度更快，成本更低。

今日头条通过算法实现个性化内容推荐，聚集大量用户，再通过平台沉淀下来的用户数据优化算法，实现更精准的推荐，推动用户增长与留存，形成良性循环。根据QuestMobile的数据，2017年10月今日头条（不含极速版）的月活跃用户达到1.87亿，平均日活跃用户约8,070万，单用户日均使用时长（基于DAU计算）高达70.6分钟，已然成为移动互联网流量小巨头。目前今日头条的主要变现模式是信息流广告，2016年实现60亿元，预计2017年将实现150亿元。

图：今日头条DAU及日均使用时长（2014.11-2017.10）资料来源：观研天下整理

图：今日头条运营数据（1H15A-1H16A）资料来源：观研天下整理

2. B站：紧抓二次元细分人群，成就中国最大的年轻人潮流文化娱乐社区

二次元文化是中国目前受众规模最大的亚文化。根据艾瑞咨询的数据，2014年核心二次元用户规模达到4,984万，泛二次元用户规模超过9,900万，整体二次元用户规模达1.49亿；预计2017年中国二次元用户规模将达到3.08亿，其中核心二次元用户规模达8,199万。年轻化是二次元人群的主要特征。根据易观智库的数据，24岁及以下的用户占到整体二次元用户的83.94%。

图：中国二次元用户规模及增速（2013A-2017E）资料来源：观研天下整理

图：中国二次元用户年龄分布（2016年5月）资料来源：观研天下整理

Bilibili（又称“B站”）成立于2009年，抓住二次元细分人群，提供契合其娱乐社交需求的内容及服务，现已成为中国最大的弹幕视频分享网站和年轻人潮流文化娱乐社区。B站早期以ACG内容为主，目前提供包含动画、番剧、音乐、舞蹈、游戏、科技、生活、鬼畜、

时尚、娱乐、影视等丰富的视频内容。

商业化方面，B站已形成围绕二次元文化的线上线下结合的商业模式。从线上来看，B站与二次元游戏厂商合作进行同类游戏的联运，开办官方淘宝店进行衍生品的开发和销售，进行影视开发与投资，提供直播增值业务等；从线下来看，B站还举办大型线下演唱会、主题旅行等。

图：Bilibili主要运营模式及商业模式 资料来源：观研天下整理

B站官方公布的数据，2016年7月B站的日活跃用户数达到2,200万，视频日播放量达1亿次，弹幕总数超14亿，拥有约800万部UGC视频投稿，是中国自制视频上传量和UP主数量最多的社区。从移动端来看，BilibiliAPP用户规模呈稳定增长态势，截至2017年7月渗透率达到7.2%，用户规模达6,436万，其中月活跃用户达5,843万，同比增长63.2%，24岁及以下用户占比高达75.2%。

图：BilibiliAPP渗透率及月活跃用户规模（2017年2月-7月） 资料来源：观研天下整理

图：BilibiliAPP用户画像（2017年7月） 资料来源：观研天下整理 观研天下发布的《2018年中国互联网行业分析报告-市场深度分析与发展前景研究》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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、互联网T分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国互联网行业发展概述

第一节 互联网行业发展情况概述

- 一、互联网行业相关定义
- 二、互联网行业基本情况介绍
- 三、互联网行业发展特点分析

第二节 中国互联网行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、互联网行业产业链条分析
- 三、中国互联网行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国互联网行业生命周期分析

- 一、互联网行业生命周期理论概述
- 二、互联网行业所属的生命周期分析

第四节 互联网行业经济指标分析

- 一、互联网行业的赢利性分析
- 二、互联网行业的经济周期分析
- 三、互联网行业附加值的提升空间分析

第五节 国内互联网行业进入壁垒分析

- 一、互联网行业资金壁垒分析
- 二、互联网行业技术壁垒分析
- 三、互联网行业人才壁垒分析
- 四、互联网行业品牌壁垒分析
- 五、互联网行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球互联网行业市场发展现状分析

第一节 全球互联网行业发展历程回顾

第二节 全球互联网行业市场区域分布情况

第三节 亚洲互联网行业地区市场分析

- 一、亚洲互联网行业市场现状分析
- 二、亚洲互联网行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲互联网行业市场前景分析

第四节 北美互联网行业地区市场分析

- 一、北美互联网行业市场现状分析
- 二、北美互联网行业市场规模与市场需求分析

三、北美互联网行业市场前景分析

第五节 欧盟互联网行业地区市场分析

一、欧盟互联网行业市场现状分析

二、欧盟互联网行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟互联网行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界互联网行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球互联网行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国互联网产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国互联网行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国互联网产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、互联网环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国互联网行业运行情况

第一节 中国互联网行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国互联网行业市场规模分析

第三节 中国互联网行业供应情况分析

第四节 中国互联网行业需求情况分析

第五节 中国互联网行业供需平衡分析

第六节 中国互联网行业发展趋势分析

第五章 中国互联网所属行业运行数据监测

第一节 中国互联网所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国互联网所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国互联网所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2015-2017年中国互联网市场格局分析

第一节 中国互联网行业竞争现状分析

一、中国互联网行业竞争情况分析

二、中国互联网行业主要品牌分析

第二节 中国互联网行业集中度分析

一、中国互联网行业市场集中度分析

二、中国互联网行业企业集中度分析

第三节 中国互联网行业存在的问题

第四节 中国互联网行业解决问题的策略分析

第五节 中国互联网行业竞争力分析

一、生产要素

- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2015-2017年中国互联网行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国互联网行业消费特点

第二节 中国互联网行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第二节 互联网行业成本分析

第三节 互联网行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第四节 中国互联网行业价格现状分析

第五节 中国互联网行业平均价格走势预测

- 一、中国互联网行业价格影响因素
- 二、中国互联网行业平均价格走势预测
- 三、中国互联网行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国互联网行业区域市场现状分析

第一节 中国互联网行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地互联网市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区互联网市场规模分析
- 四、华东地区互联网市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区互联网市场规模分析

四、华中地区互联网市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区互联网市场规模分析

第九章 2015-2017年中国互联网行业竞争情况

第一节 中国互联网行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国互联网行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国互联网行业竞争环境分析（互联网T）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 互联网行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国互联网行业发展前景分析与预测

第一节 中国互联网行业未来发展前景分析

- 一、互联网行业国内投资环境分析
- 二、中国互联网行业市场机会分析
- 三、中国互联网行业投资增速预测

第二节 中国互联网行业未来发展趋势预测

第三节 中国互联网行业市场发展预测

- 一、中国互联网行业市场规模预测
- 二、中国互联网行业市场规模增速预测
- 三、中国互联网行业产值规模预测
- 四、中国互联网行业产值增速预测
- 五、中国互联网行业供需情况预测

第四节 中国互联网行业盈利走势预测

- 一、中国互联网行业毛利润同比增速预测
- 二、中国互联网行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国互联网行业投资风险与营销分析

第一节 互联网行业投资风险分析

- 一、互联网行业政策风险分析
- 二、互联网行业技术风险分析
- 三、互联网行业竞争风险分析
- 四、互联网行业其他风险分析

第二节 互联网行业企业经营发展分析及建议

- 一、互联网行业经营模式
- 二、互联网行业销售模式
- 三、互联网行业创新方向

第三节 互联网行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国互联网行业发展策略及投资建议

第一节 中国互联网行业品牌战略分析

- 一、互联网企业品牌的重要性
- 二、互联网企业实施品牌战略的意义
- 三、互联网企业品牌的现状分析
- 四、互联网企业的品牌战略
- 五、互联网品牌战略管理的策略

第二节 中国互联网行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国互联网行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国互联网行业发展策略及投资建议

第一节 中国互联网行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国互联网行业定价策略分析

第三节 中国互联网行业营销渠道策略

- 一、互联网行业渠道选择策略
- 二、互联网行业营销策略

第四节 中国互联网行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国互联网行业重点投资区域分析
- 二、中国互联网行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYGSL）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/326090326090.html>