

# 2017-2022年中国互联网产业发展态势及十三五投资方向分析报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国互联网产业发展态势及十三五投资方向分析报告》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/268980268980.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

中国的互联网用户从 2005 年的 1.11 亿开始，经历了 2005 年-2010 年以 32.7%复合增长率的高速增长后，互联网用户规模的增速回归至 常态，2011 年-2015 年的复合增长率为 8.5%，这意味着依靠流量生意为核心的广告、电商和游戏等主流商业模式面临流量源头上的天花板，新增市场空间逐渐缩小。2013年中国网络经济整体规模达到6004.11亿元，同比增长50.9%，未来几年，网络经济将继续保持平稳较快增长，预计到2020年，网络经济规模将达到33572.8亿元。其中，移动互联网经济增长迅速，成为网络经济发展的重要助推力。

从净增用户量来看，经历了 2007 年-2010 年期间年均 7,000 万以上互联网用户的增幅，2011-2013 年均互联网增幅仅为 5,000 多万，而 2014-2015 年均已不足 4,000 万的净增用户规模，对于寄希望于通过抢夺新增用户规模成为独角兽公司的机会越来越小，BAT（百度、阿里巴巴和腾讯）三家在广告、电商和游戏领域的市场地位已经不可撼动。

中国报告网发布的《2017-2022年中国互联网产业发展态势及十三五投资方向分析报告》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。

报告目录：

### 第一章 互联网行业发展状况

#### 1 全球互联网行业发展状况

##### 1.1 2016年全球互联网行业运行状况

从互联网渗透率来看，由于经济条件和社会发展的差异，全球互联网的发展存在三个极差：

- 1) 北美洲、欧洲和大洋洲属于互联网发展的第一梯队，渗透率均在 70%以上；
- 2) 拉丁美洲、中东和亚洲位列第二梯队，互联网渗透率接近 50%左右，而且用户发展增速均比全球平均增速要快，这些区域是当前中国移动互联网出海的主要目标区域；
- 3)

非洲互联网渗透率尚不到 30%，是最后一块尚未开发的区域。

从 2000-2016 互联网人口的绝对增量来看，非洲是增速最快的，2016 年相比 2000 年增长 75x，中东、拉丁美洲和亚洲也分别有 38.4x、19.7x 和 14.5x 的增加。

## 1.2 2016年美国互联网行业发展现状

## 1.3 2016年互联网数字域名流行现状

## 1.4 2016年全球互联网广告发展预测

# 2 我国互联网行业发展状况

## 2.1 2015-2016年中国互联网发展状况

## 2.2 互联网对中国影响分析

## 2.3 互联网行业人才需求状况

## 2.4 中国互联网CN域名海外需求分析

# 3 互联网行业发展现状

## 3.1 2016年我国互联网行业投融资状况

## 3.2 2016年中国互联网行业发展机遇分析

## 3.3 2016年互联网广告网络发展状况分析

中国互联网广告经历了2012-2014年47.5%的复合增长后，未来几年的增长率将降至30%以上。但在这个过程中 BAT 三家的广告收入份额持续提高，CR3 从 2013 年的 59.2%，提高至 2014 年的 60.2%，以及2015 年的 62.5%。对应而言，留给新成立的互联网广告公司的空间不断受到挤压。

## 3.4 2016年中国互联网发展状况

# 4 移动互联网行业发展状况

## 4.1 2016年移动互联网发展现状

## 4.2 2016年移动互联网发展问题分析

## 4.3 2016年无线互联网产业链发展现状

## 4.4 2016年移动搜索市场发展状况

## 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

#### 7.1.1 企业概况

#### 7.1.2 竞争优势分析

#### 7.1.3 2015-2016年经营状况

#### 7.1.4 2017-2022年发展战略

### 7.2 百度公司

#### 7.2.1 企业概况

#### 7.2.2 竞争优势分析

#### 7.2.3 2015-2016年经营状况

#### 7.2.4 2017-2022年发展战略

### 7.3 谷歌公司

#### 7.3.1 企业概况

#### 7.3.2 竞争优势分析

#### 7.3.3 2015-2016年经营状况

#### 7.3.4 2017-2022年发展战略

### 7.4 阿里巴巴网络有限公司

#### 7.4.1 企业概况

#### 7.4.2 竞争优势分析

#### 7.4.3 2015-2016年经营状况

#### 7.4.4 2017-2022年发展战略

### 7.5 腾讯公司

#### 7.5.1 企业概况

#### 7.5.2 竞争优势分析

#### 7.5.3 2015-2016年经营状况

#### 7.5.4 2017-2022年发展战略

### 7.6 分众传媒集团

#### 7.6.1 企业概况

#### 7.6.2 竞争优势分析

#### 7.6.3 2015-2016年经营状况

#### 7.6.4 2017-2022年发展战略

### 7.7 盛大集团

#### 7.7.1 企业概况

#### 7.7.2 竞争优势分析

#### 7.7.3 2015-2016年经营状况

#### 7.7.4 2017-2022年发展战略

### 7.8 神州数码控股有限公司

#### 7.8.1 企业概况

#### 7.8.2 竞争优势分析

#### 7.8.3 2015-2016年经营状况

#### 7.8.4 2017-2022年发展战略

### 7.9 搜狐公司

#### 7.9.1 企业概况

#### 7.9.2 竞争优势分析

#### 7.9.3 2015-2016年经营状况

#### 7.9.4 2017-2022年发展战略

### 7.10 网易公司

#### 7.10.1 企业概况

#### 7.10.2 竞争优势分析

#### 7.10.3 2015-2016年经营状况

#### 7.10.4 2017-2022年发展战略

## 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

### 1 2015年互联网行业投资情况分析

#### 1.1 2015年总体投资及结构

#### 1.2 2015年投资规模情况

#### 1.3 2015年投资增速情况

#### 1.4 2015年IPO情况分析

#### 1.5 2015年并购重组分析

### 2 2016年互联网行业投资情况分析

#### 2.1 2016年总体投资及结构

#### 2.2 2016年投资规模情况

## 2.3 2016年投资增速情况

## 2.4 2016年分行业投资分析

## 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

## 1 经济发展环境分析

### 1.1 2015-2016年我国宏观经济运行情况

### 1.2 2017-2022年我国宏观经济形势分析

### 1.3 2017-2022年投资趋势及其影响预测

## 2 政策法规环境分析

### 2.1 2016年互联网行业政策环境

### 2.2 2016年国内宏观政策对其影响

### 2.3 2016年行业产业政策对其影响

## 3 社会发展环境分析

### 3.1 国内社会环境发展现状

### 3.2 2016年社会环境发展分析

### 3.3 2015-2016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

## 2.1 互联网行业投资效益分析

### 2.1.1 2015-2016年互联网行业投资状况分析

### 2.1.2 2015-2016年互联网行业投资效益分析

### 2.1.3 2017-2022年互联网行业投资趋势预测

### 2.1.4 2017-2022年互联网行业的投资方向

### 2.1.5 2017-2022年互联网行业投资的建议

### 2.1.6 对新进入者应注意的障碍因素分析

## 2.2 影响互联网行业发展的主要因素

### 2.2.1 2017-2022年影响互联网行业运行的有利因素分析

### 2.2.2 2017-2022年影响互联网行业运行的稳定因素分析

### 2.2.3 2017-2022年影响互联网行业运行的不利因素分析

### 2.2.4 2017-2022年我国互联网行业发展面临的挑战分析

### 2.2.5 2017-2022年我国互联网行业发展面临的机遇分析

## 2.3 互联网行业投资风险及控制策略分析

### 2.3.1 2017-2022年互联网行业市场风险及控制策略

### 2.3.2 2017-2022年互联网行业政策风险及控制策略

### 2.3.3 2017-2022年互联网行业安全风险及控制策略

### 2.3.4 2017-2022年互联网行业技术风险及控制策略

2.3.5 2017-2022年互联网同业竞争风险及控制策略

2.3.6 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

#### 3.1 互联网行业发展战略研究

3.1.1 战略综合规划

3.1.2 技术开发战略

3.1.3 业务组合战略

3.1.4 区域战略规划

3.1.5 产业战略规划

3.1.6 营销品牌战略

3.1.7 竞争战略规划

#### 3.2 对我国互联网品牌的战略思考

3.2.1 企业品牌的重要性

3.2.2 互联网实施品牌战略的意义

3.2.3 互联网企业品牌的现状分析

3.2.4 我国互联网企业的品牌战略

3.2.5 互联网品牌战略管理的策略

#### 3.3 互联网行业投资战略研究

3.3.1 2016年电子信息产业行业投资战略

3.3.2 2016年互联网行业投资战略

3.3.3 2017-2022年互联网行业投资战略

3.3.4 2017-2022年细分行业投资战略

#### 3.4 投资建议分析

图表目录：

图表：2014-2016年全球互联网使用人数分析

图表：2014-2016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：2015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：2015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：2015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：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：视频广告的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：2014-2015年美国移动商务发展分析
- 图表：2015-2016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：2012-2016年中国网民及移动互联网用户规模图
- 图表：2013-2016年中国手机网民规模及整体占比
- 图表：2012-2016年移动搜索用户规模走势
- 图表：2012-2016年中国移动搜索市场规模走势
- 图表：移动搜索市场份额分布
- 图表：2015-2016年搜索引擎市场份额前五走势
- 图表：各类APP使用频率排行
- 图表：移动搜索引擎的应用分布情况
- 图表：搜索引擎功能的实现
- 图表：中国互联网上市公司回购股票计划
- 图表：新一代互联网研究计划重大需求
- 图表：CNGI总体结构
- 图表：CNGI项目的管理组织
- 图表：中国下一代互联网示范工程核心网：CNGI-CERNET2/6IX
- 图表：中国电信CNGI核心网和上海互联交换中心
- 图表：中国联通CNGI核心网
- 图表：中国网通/中科院CNGI核心网
- 图表：中国移动CNGI核心网
- 图表：中国铁通CNGI核心网
- 图表：CNGI高校驻地网—全国100所高校接入
- 图表：CNGI高校驻地网承建单位名单
- 图表：CNGI科研机构驻地网建设整体示意图
- 图表：方宽IPV6/IPV4驻地网网络拓扑图
- 图表：上海未来宽带研究中心驻地网

图表：金桥网络通信有限公司的IPv6/lpv4双栈的驻地实验网

图表：CNGI沈阳地区驻地网接入方式拓扑图

图表：CNGI企业研究中心驻地网单位

图表：某分布式虚拟环境场景

图表：分布式虚拟环境技术的发展历程

图标：虚拟现实应用节点网络拓扑图

图表：北京-武汉之间的TCP往返延迟和BH RTI传输往返延迟

图表：基于BH RTI的跨城市仿真和分布式网络游戏

图表：局部近百个玩家的实时交互

图表：基于IPv6的城市景观服务

图表：蛋白质空间结构可视化分析预测系统部署和界面

图表：Tele-immersion采集环境与演示效果

图表：Tele-immersion网络数据流量

图表：远程研讨飞机设计

图表：实时三维重建系统

图表：远程沉浸的协同工作空间示意图

图表：2015-2016年互联网宽带接入用户增长情况

图表：2012-2016年中国手机网民规模及其占网民比例

图表：中国网民性别结构

图表：中国网民年龄结构

图表：中国网民学历结构

图表：中国网民职业结构

图表：中国网民个人月收入结构

图表：城镇、农村非学生网民群体学历结构

图表：城镇、农村非学生非网民群体未来半年上网意愿

图表：2015.12-2016.5中国网民各类网络应用的使用率

图表：2015.12-2016.5中国网民各类手机网络应用的使用率

图表：2015.12-2016.5搜索/手机搜索用户规模及使用率

图表：2015.12-2016.5网络购物/手机网络购物用户规模及使用率

图表：2015.12-2016.5团购/手机团购用户规模及使用率

图表：2015.12-2016.5网上支付/手机网上支付用户规模及使用率

图表：2015.12-2016.5在线旅行预订/手机在线旅行用户规模及使用率

图表：2015.12-2016.5网民各类在线旅行预订服务使用率

图表：2015.12-2016.5即时通信/手机即时通信用户规模及使用率

图表：2015.12-2016.5 博客/个人空间用户规模及使用率

- 图表：2015.12 -2016.5微博客/手机微博客用户规模及使用率
- 图表：2015.12 -2016.5社交网站/手机社交网站用户规模及使用率
- 图表：2015.12 -2016.5网络游戏/手机网络游戏用户规模及使用率
- 图表：2015.12-2016.5网络文学用户规模及使用率
- 图表：2015.12 -2016.5网络视频/手机网络视频用户规模及使用率
- 图表：2012-2016年中国网民规模和互联网普及率
- 图表：城镇、农村新增学生网民年龄结构
- 图表：网民上网设备
- 图表：网民使用电脑上网场所
- 图表：网民人均周上网时长
- 图表：中国网民城乡结构
- 图表：移动互联网四类产业生态系统
- 图表：全球互联网商业模式发展层级
- 图表：移动互联网商业模式演进发展路径
- 图表：中国移动互联网APP商业模式示意图
- 图表：中国移动互联网行业定制商业模式示意图
- 图表：中国移动互联网电商模式示意图
- 图表：中国移动互联网广告商业模式示意图
- 图表：全美家庭电视游戏产业链结构图
- 图表：中国移动游戏产业链介绍
- 图表：国内游戏产业运营模式
- 图表：腾讯开放平台与游戏开发者分成策略
- 图表：2014-2016年中国搜索引擎市场规模分析
- 图表：2014-2016年中国搜索引擎市场营收份额
- 图表：2014-2016年中国不同形式网络广告市场份额
- 图表：阿里巴巴的商业模式
- 图表：2014-2016年中国中小企业B2B电子商务市场总营收规模
- 图表：2014-2016年中国主要中小企业B2B电子商务运营商总营收市场份额
- 图表：2014-2016年中国网络广告市场规模分析
- 图表：2016年中国网络广告市场媒体营收规模TOP10
- 图表：设计师开创互联网新生态D2C模式
- 图表：设计师开创互联网新生态D2C模式
- 图表：未来互联网的竞争趋势
- 图表：2014-2016年百度公司总营收分析
- 图表：2014-2016年百度公司成本与费用分析

图表：2014-2016年百度公司运营利润分析

图表：2014-2016年百度公司净利润分析

图表：百度历年投资和收购案例数量

图表：百度投资和收购案例领域分布

图表：百度历年投资案例（一）

图表：百度历年投资案例（二）

图表：2014-2016年谷歌公司营收分析

图表：2014-2016年谷歌公司移动流量占比情况

图表：2014-2016年谷歌公司净利分析

图表：2014-2016年天猫&淘宝交易规模分布

图表：2014-2016年阿里巴巴集团中国零售业务PC端与移动端变现率

图表：2014-2016阿里巴巴集团营收分布情况

图表：2014-2016年腾讯公司营收分析

图表：2014-2016年腾讯公司网络游戏营收分析

图表：2014-2016年腾讯公司电子商务交易营收分析

图表：2014-2016年腾讯公司毛利润分析

图表：2014-2016年腾讯公司运营利润情况

图表：2014-2016年腾讯公司净利润情况

图表：腾讯历年投资和收购案例数量

图表：腾讯投资和收购案例领域分布

图表：2012-2016YTD腾讯投资和收购案例领域占比分布

图表：盛大互联网金融专项投资项目示例

图表：2014-2016年搜狐公司营业收入情况

图表：2014-2016年搜狐公司广告收入情况

图表：2014-2016年搜狐公司非广告收入情况

图表：2014-2016年搜狐公司毛利情况

图表：2014-2016年搜狐公司费用情况

图表：2014-2016年搜狐公司运营利润情况

图表：2014-2016年搜狐公司净利情况

图表：2014-2016年网易公司营业收入情况

图表：2014-2016年网易公司游戏收入情况

图表：2014-2016年网易公司广告收入情况

图表：2014-2016年网易公司邮箱电商收入情况

图表：2014-2016年网易公司盈利情况

图表：2014-2016年网易公司运营情况

- 图表：2014-2016年网易公司利润情况
- 图表：2014-2016年网易公司净利润情况
- 图表：2012-2016年手机网络游戏用户规模分析
- 图表：2017-2022年全球互联网行业经济规模预测
- 图表：2017-2022世界各国互联网用户数据预测
- 图表：2015-2022年国内网络经济营收规模分析及预测
- 图表：2015-2022年国内PC网络经济营收规模分析及预测
- 图表：2015-2022年国内移动网络经济营收规模分析及预测
- 图表：2015年国内互联网行业企业重大VC/PE融zi案例
- 图表：2008年至2015年国内互联网行业企业VC/PE融zi趋势图
- 图表：2014-2015年国内互联网行业企业VC/PE连续融zi案例（一）
- 图表：2014-2015年国内互联网行业企业VC/PE连续融zi案例（二）
- 图表：2008年至2015年国内互联网行业企业IPO融zi趋势图
- 图表：2008年至2015年国内互联网行业VCPE机构IPO账面退出回报趋势图
- 图表：2015年国内互联网行业VC/PE机构IPO退出案例
- 图表：2015年国内互联网行业排队企业名单（截至2016年1月3日）
- 图表：2008年至2015年国内互联网并购市场宣布交易趋势图
- 图表：2008年至2015年国内互联网并购市场完成交易趋势图
- 图表：2015年国内互联网行业企业重大并购案例
- 图表：2016年中国互联网投融zi金额过千万美元的企业（一）
- 图表：2016年中国互联网投融zi金额过千万美元的企业（二）
- 图表：2015-2016年GDP增长速度分析
- 图表：2015-2016年国内生产总值增长速度（累计同比）
- 图表：2015-2016年规模以上工业增加值增速（月度同比）
- 图表：2015-2016年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）
- 图表：2015-2016年固定资产投资到位资金同比增速
- 图表：2015-2016年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）
- 图表：2015-2016年居民消费价格上涨情况（月度同比）
- 图表：2015-2016年农村居民人均收入实际增速（累计同比）
- 图表：2015-2016年城镇居民人均可支配收入实际增速（累计同比）
- 图表：搜索引擎的信息匹配模式
- 图表：搜索引擎对信息原创的作用
- 图表：传统搜索引擎对搜索标签的作用
- 图表：社会化标签对信息原创的作用
- 图表：互联网企业品牌的分类

图表：互联网企业品牌战略典型企业分析

图表：互联网企业品牌清晰度分析

( 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/268980268980.html>