

2016-2022年中国互联网行业现状调研与十三五发展趋势研究报告

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《2016-2022年中国互联网行业现状调研与十三五发展趋势研究报告》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/240121240121.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

中国报告网发布的《2016-2022年中国互联网行业现状调研与十三五发展趋势研究报告》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。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。

【报告大纲】

第一章：互联网行业发展背景分析 23

1.1 互联网行业定义和分类 23

1.1.1 互联网定义 23

1.1.2 互联网行业定义和分类 23

1.2 互联网行业政策环境分析 25

1.2.1 行业政策法规 25

1.2.2 行业发展规划 27

1.3 互联网行业经济环境分析 27

1.3.1 国际宏观经济环境分析 27

(1) 全球经济整体运行情况 27

(2) 国际宏观经济走势预测 28

1.3.2 国内宏观经济环境分析 29

(1) 国内经济运行情况 29

(2) 国内经济运行预测 32

1.4 互联网行业技术环境分析 35

1.4.1 互联网专利数量 35

1.4.2 互联网专利申请人分析 35

1.4.3 互联网技术分类构成分析 36

第二章：互联网行业应用状况与趋势分析 37

2.1 互联网网民规模与结构特征调查 37

- 2.1.1 网民规模 37
- 2.1.2 接入方式 39
 - (1) 上网设备 39
 - (2) 上网时长 39
 - (3) 城乡上网设备 40
- 2.1.3 网民属性 41
 - (1) 性别结构 41
 - (2) 年龄结构 41
 - (3) 学历结构 42
 - (4) 职业结构 42
 - (5) 收入结构 43
- 2.2 互联网基础资源状况 44
 - 2.2.1 基础资源总体情况 44
 - 2.2.2 IP地址 45
 - 2.2.3 域名 46
 - 2.2.4 网站 47
 - 2.2.5 网络国际出口带宽 48
- 2.3 个人互联网应用状况 49
 - 2.3.1 整体互联网应用状况 49
 - (1) 信息获取 49
 - (2) 商务交易 52
 - (3) 交流沟通 56
 - (4) 网络娱乐 58
 - 2.3.2 手机网络应用状况 61
 - (1) 手机即时通信 61
 - (2) 手机搜索 61
 - (3) 手机微博 62
 - (4) 手机视频 63
 - (5) 手机游戏 64
 - (6) 手机在线支付 65
- 2.4 企业互联网应用状况 67
 - 2.4.1 企业互联网应用发展状况 67
 - (1) 计算机使用状况 67
 - (2) 互联网使用状况 68
 - (3) 宽带使用状况 68

2.4.2 中小企业电子商务及网络营销发展状况 69

(1) 电子商务使用状况 69

(2) 网络营销使用情况 70

2.4.3 中小企业互联网应用特点与趋势 71

2.5 互联网行业市场规模及结构分析 75

2.5.1 互联网行业市场规模分析 75

2.5.2 互联网行业市场结构分析 75

2.6 互联网行业发展趋势及前景预测 77

2.6.1 互联网行业发展趋势分析 77

2.6.2 互联网行业发展前景预测 78

第三章：电子商务行业发展现状与趋势分析 80

3.1 全球电子商务行业发展现状与趋势分析 80

3.1.1 全球电子商务行业发展概述 80

3.1.2 全球电子商务行业市场规模分析 80

3.1.3 全球电子商务行业市场结构分析 81

3.1.4 全球电子商务行业市场发展状况分析 81

(1) 美国电子商务行业发展状况分析 81

(2) 欧洲电子商务行业发展状况分析 82

(3) 亚洲电子商务行业发展状况分析 82

(4) 其他地区电子商务发展状况分析 83

3.1.5 国际电子商务行业成功经验借鉴 83

3.1.6 国际电子商务行业发展趋势分析 86

3.2 中国电子商务行业发展现状与趋势分析 88

3.2.1 中国电子商务行业发展概述 88

3.2.2 中国电子商务行业发展规模 89

(1) 中国电子商务交易规模 89

(2) 中国电子商务区域分布 89

(3) 中国电子商务行业分布 90

(4) 中国电子商务从业人员规模 90

3.2.3 中国电子商务行业发展趋势及前景预测 91

(1) 中国电子商务行业发展趋势 91

(2) 中国电子商务行业前景预测 95

3.3 电子商务主要运营模式分析 96

3.3.1 B2B电子商务模式 96

(1) B2B电子商务模式概述 96

- (2) 中国B2B电子商务盈利模式 96
- (3) 中国B2B电子商务目标客户 97
- (4) 中国B2B电子商务采购特征 99
- (5) 中国B2B电子商务物流特征 99
- (6) 中国B2B电子商务成本分析 100
- (7) 中国B2B电子商务存在的问题及对策 101

3.3.2 B2C电子商务模式 105

- (1) B2C电子商务模式概述 105
- (2) 中国B2C电子商务盈利模式 106
- (3) 中国B2C电子商务目标市场 107
- (4) 中国B2C电子商务采购特征 107
- (5) 中国B2C电子商务物流特征 108
- (6) 中国B2C电子商务成本分析 108
- (7) 中国B2C电子商务存在的问题及对策 112

3.3.3 C2C电子商务模式 114

- (1) C2C电子商务模式概述 114
- (2) 中国C2C电子商务盈利模式 115
- (3) 中国C2C电子商务目标客户 115
- (4) 中国C2C电子商务采购特征 116
- (5) 中国C2C电子商务物流特征 116
- (6) 中国C2C电子商务成本分析 117
- (7) 中国C2C电子商务存在的问题及对策 118

3.3.4 其他电子商务模式 119

- (1) O2O电子商务模式 119
- (2) C2G电子商务模式 119
- (3) B2M电子商务模式 120
- (4) M2C电子商务模式 120
- (5) B2G电子商务模式 121
- (6) 社交电子商务模式 121

3.4 中国移动电子商务发展现状与趋势 122

3.4.1 中国移动电子商务发展概述 122

- (1) 移动电子商务概念 122
- (2) 移动电子商务发展阶段 122
- (3) 移动电子商务产业链分析 123

3.4.2 中国移动电子商务行业发展规模 125

- (1) 中国移动电子商务实物交易用户规模 125
- (2) 中国移动电子商务市场规模 126
- (3) 中国移动电子商务市场份额 126
- 3.4.3 中国移动电子商务发展动因分析 126
- 3.4.4 中国移动电子商务市场竞争状况分析 127
- 3.4.5 中国移动电子商务运营模式分析 128
- 3.4.6 中国移动电子商务存在问题及解决对策 129
- 3.4.7 中国移动电子商务应用市场需求分析 130
- 第四章：网络游戏行业发展现状与趋势分析 132
- 4.1 中国网络游戏用户基本属性 132
- 4.1.1 中国网络游戏用户基本特征 132
- 4.1.2 中国网络游戏年龄分布 132
- 4.1.3 中国网络游戏用户学历构成 133
- 4.1.4 中国网络游戏用户职业构成 133
- 4.1.5 中国网络游戏用户收入水平 134
- 4.1.6 中国网络游戏用户居住地级分布 135
- 4.1.7 中国网络游戏用户游戏年龄构成 135
- 4.1.8 中国网络游戏用户主要进行游戏的场所 136
- 4.1.9 中国网络游戏用户进行游戏的时间分布 136
- 4.2 中国网络游戏行业发展现状分析 137
- 4.2.1 网络游戏规模分析 137
- (1) 用户规模 137
- (2) 市场规模 137
- 4.2.2 网络游戏行业产品结构分析 138
- 4.2.3 网络游戏行业企业竞争结构分析 138
- 4.2.4 网络游戏行业市场区域结构分析 138
- 4.2.5 网络游戏行业投融资分析 139
- 4.3 中国客户端网络游戏行业发展现状分析 140
- 4.3.1 客户端网络游戏用户规模分析 140
- 4.3.2 客户端网络游戏市场销售额分析 140
- 4.3.3 客户端网络游戏市场占有率分析 140
- 4.3.4 客户端网络游戏类型分析 141
- 4.3.5 客户端网络游戏细分市场状况 141
- 4.3.6 客户端网络游戏行业分析 142
- 4.4 中国网页游戏行业发展现状分析 142

- 4.4.1 中国网页游戏用户规模分析 142
- 4.4.2 中国网页游戏市场销售额分析 142
- 4.4.3 中国网页游戏市场占有率分析 143
- 4.4.4 中国网页游戏行业分析 144
- 4.5 中国移动游戏行业发展现状分析 146
 - 4.5.1 中国移动游戏用户规模分析 146
 - 4.5.2 中国移动游戏市场销售额分析 146
 - 4.5.3 中国移动游戏市场占有率分析 147
 - 4.5.4 中国移动游戏类型分析 147
 - 4.5.5 中国移动游戏行业分析 148
- 第五章：网络广告行业发展现状与趋势分析 149
 - 5.1 中国网络广告行业发展概况 149
 - 5.1.1 网络广告的基本形式 149
 - 5.1.2 网络广告行业发展特点 152
 - 5.2 全球及主要广告市场发展分析 154
 - 5.2.1 全球及主要广告市场规模分析 154
 - (1) 全球广告市场规模分析 154
 - (2) 各地区广告市场规模分析 154
 - 5.2.2 全球广告市场媒体结构分析 155
 - 5.2.3 全球网络广告市场规模及业务结构分析 156
 - (1) 全球网络广告市场规模分析 156
 - (2) 全球网络广告细分业务收入结构分析 156
 - 5.3 中国网络广告市场发展分析 157
 - 5.3.1 中国网络广告市场规模分析 157
 - 5.3.2 中国网络广告计费方式结构分析 158
 - 5.3.3 中国网络广告细分媒体市场结构分析 159
 - 5.4 中国网络广告行业发展趋势分析 159
- 第六章：移动互联网行业发展现状与趋势分析 161
 - 6.1 国际移动互联网行业发展分析 161
 - 6.1.1 国际移动互联网行业整体状况 161
 - (1) 用户规模 161
 - (2) 市场格局 162
 - 6.1.2 美国移动互联网行业发展现状 163
 - 6.1.3 德国移动互联网行业发展现状 164
 - 6.1.4 日本移动互联网行业发展分析 164

| | |
|-----------------------|-----|
| 6.1.5 韩国移动互联网行业发展分析 | 165 |
| 6.2 中国移动互联网行业发展分析 | 165 |
| 6.2.1 移动互联网行业市场规模分析 | 165 |
| 6.2.2 移动互联网行业用户规模分析 | 165 |
| 6.2.3 移动互联网行业终端规模分析 | 166 |
| 6.2.4 移动互联网行业市场格局分析 | 167 |
| 6.3 中国移动互联网用户行为分析 | 167 |
| 6.3.1 移动互联网用户属性分析 | 167 |
| (1) 性别比例 | 167 |
| (2) 年龄分布 | 167 |
| (3) 职业与收入分布 | 168 |
| (4) 智能手机操作系统分布 | 168 |
| 6.3.2 移动互联网网民行为分析 | 169 |
| (1) 网民上网热点时段 | 169 |
| (2) 网民上网地点分析 | 169 |
| (3) 网民上网流量分析 | 169 |
| 6.3.3 用户对移动互联的业务需求分析 | 169 |
| 6.4 移动互联网行业前景预测 | 170 |
| 6.4.1 移动互联网行业发展趋势分析 | 170 |
| 6.4.2 移动互联网行业发展前景预测 | 170 |
| 6.5 移动互联网行业投资机会 | 172 |
| 第七章：搜索引擎行业发展现状与趋势分析 | 174 |
| 7.1 中国搜索引擎行业发展概况 | 174 |
| 7.1.1 中国搜索引擎行业理论研究进展 | 174 |
| (1) 搜索引擎营销收入驱动力模型 | 174 |
| (2) 搜索营销需求曲线 | 175 |
| 7.1.2 中国搜索引擎行业发展概况 | 175 |
| 7.2 国内外搜索引擎市场规模分析 | 176 |
| 7.2.1 全球及美国搜索引擎市场规模分析 | 176 |
| (1) 全球搜索引擎市场规模分析 | 176 |
| (2) 美国搜索引擎市场规模分析 | 176 |
| 7.2.2 中国搜索引擎市场规模分析 | 177 |
| (1) 中国搜索引擎市场规模分析 | 177 |
| (2) 中国搜索引擎用户规模分析 | 177 |
| 7.3 中国搜索引擎市场竞争格局分析 | 178 |

| | | |
|-------|----------------------|-----|
| 7.3.1 | 中国搜索引擎市场竞争现状 | 178 |
| 7.3.2 | 中国搜索引擎市场竞争趋势 | 179 |
| 7.4 | 中国搜索引擎行业发展趋势与前景预测 | 180 |
| 7.4.1 | 搜索引擎行业发展趋势分析 | 180 |
| 7.4.2 | 搜索引擎行业发展前景预测 | 182 |
| | 第八章：网上支付行业发展现状与趋势分析 | 183 |
| 8.1 | 2012年以来网上支付行业发展回顾 | 183 |
| 8.1.1 | 牌照发放“普惠”促行业发展 | 183 |
| 8.1.2 | 细分应用市场拓展新蓝海 | 183 |
| 8.1.3 | 产品不断创新体现更高价值 | 185 |
| 8.1.4 | 政策松绑：行动、O2O不得其门而入 | 185 |
| 8.1.5 | 延伸应用：行动商机无限 | 186 |
| 8.2 | 网上支付行业发展现状分析 | 187 |
| 8.2.1 | 网上支付行业市场规模分析 | 187 |
| 8.2.2 | 网上支付用户规模分析 | 188 |
| 8.2.3 | 网上支付行业运营商发展现状分析 | 188 |
| 8.2.4 | 网上支付细分行业发展现状分析 | 189 |
| 8.3 | 网上支付行业发展趋势及前景预测 | 190 |
| 8.3.1 | 网上支付行业发展趋势分析 | 190 |
| 8.3.2 | 网上支付行业发展前景预测 | 190 |
| | 第九章：其他互联网应用与服务发展分析 | 192 |
| 9.1 | 网络视频发展分析 | 192 |
| 9.1.1 | 中国网络视频用户规模及市场规模分析 | 192 |
| | （1）网络视频用户规模分析 | 192 |
| | （2）网络视频市场规模分析 | 192 |
| 9.1.2 | 中国网络视频用户属性、行为及需求分析 | 193 |
| | （1）网络视频用户属性分析 | 193 |
| | （2）网络视频用户使用行为分析 | 193 |
| | （3）网络视频用户分享与上传行为分析 | 194 |
| | （4）网络视频广告和付费视频用户需求分析 | 194 |
| | （5）高清网络视频用户需求分析 | 195 |
| 9.1.3 | 手机视频市场发展分析 | 195 |
| | （1）手机视频市场现状分析 | 195 |
| | （2）手机视频用户属性分析 | 195 |
| | （3）手机视频用户行为分析 | 196 |

- 9.2 网络购物发展分析 197
 - 9.2.1 网络购物规模分析 197
 - (1) 用户规模 197
 - (2) 市场规模 197
 - 9.2.2 网络购物核心用户特征分析 198
 - (1) 学历属于相对较高的水平 198
 - (2) 集中在政企单位职工和个体户 198
 - (3) 个人收入相对更高 198
 - (4) 青壮年群体是主力 199
 - 9.2.3 网络购物行业特征 199
 - (1) 网络购物行业格局 199
 - (2) 网络购物行业竞争现状 200
 - 9.2.4 网络购物发展趋势分析 200
- 第十章：互联网行业领先企业经营分析 202
 - 10.1 互联网企业发展概况 202
 - 10.1.1 互联网主力企业发展规模 202
 - 10.1.2 互联网主力企业盈利能力 202
 - 10.1.3 互联网主力企业区域分布 203
 - 10.1.4 互联网主力企业流量分析 204
 - 10.2 领先互联网企业经营分析 206
 - 10.2.1 腾讯控股有限公司经营分析 206
 - (1) 企业发展简况分析 206
 - (2) 主要经济指标分析 206
 - (3) 企业盈利能力分析 207
 - (4) 企业运营能力分析 207
 - (5) 企业偿债能力分析 208
 - (6) 企业发展能力分析 208
 - (7) 企业组织架构分析 209
 - (8) 企业产品服务分析 209
 - 10.2.2 北京新浪互联信息服务有限公司经营分析 214
 - (1) 企业发展简况分析 214
 - (2) 企业经营情况分析 215
 - (3) 企业产品服务分析 218
 - (4) 企业盈利模式分析 218
 - (5) 企业经营状况优劣势分析 219

10.2.3 北京搜狐互联网信息服务有限公司经营分析 220

- (1) 企业发展简况分析 220
- (2) 企业经营情况分析 220
- (3) 企业产品服务分析 222
- (4) 企业盈利模式分析 224
- (5) 企业经营状况优劣势分析 225
- (6) 企业最新发展动向分析 228

10.2.4 广州网易计算机系统有限公司经营分析 229

- (1) 企业发展简况分析 229
- (2) 企业经营情况分析 229
- (3) 企业产品服务分析 230
- (4) 企业盈利模式分析 231
- (5) 企业经营状况优劣势分析 232

10.2.5 百度在线网络技术(北京)有限公司经营分析 232

- (1) 企业发展简况分析 232
- (2) 企业经营情况分析 232
- (3) 企业产品服务分析 234
- (4) 企业发展战略分析 235
- (5) 企业经营状况优劣势分析 235

10.2.6 阿里巴巴(中国)有限公司经营分析 236

- (1) 企业发展简况分析 236
- (2) 企业产品及服务分析 236
- (3) 企业经营情况分析 238
- (4) 企业组织架构分析 239
- (5) 企业盈利模式分析 239
- (6) 企业经营状况优劣势分析 240

10.2.7 北京慧聪国际资讯有限公司经营分析 241

- (1) 企业发展简况分析 241
- (2) 企业产品及服务分析 241
- (3) 企业经营情况分析 241
- (4) 企业组织架构分析 243
- (5) 企业盈利模式及发展战略分析 243
- (6) 企业经营状况优劣势分析 244

10.2.8 浙江网盛生意宝股份有限公司经营分析 244

- (1) 企业发展简况分析 244

- (2) 企业产品及服务分析 245
- (3) 企业经营情况分析 245
- (4) 企业组织架构分析 246
- 10.2.9 北京当当网信息技术有限公司经营分析 247
 - (1) 企业发展简况分析 247
 - (2) 企业产品及服务分析 248
 - (3) 企业经营情况分析 248
 - (4) 企业盈利模式及发展战略分析 249
- 10.2.10 上海麦考林国际邮购有限公司经营分析 250
 - (1) 企业发展简况分析 250
 - (2) 企业产品及服务分析 250
 - (3) 企业经营情况分析 250
 - (4) 企业盈利模式及发展战略分析 252
 - (5) 企业业务网络分析 253
 - (6) 企业经营状况优劣势分析 253
- 10.2.11 携程旅行信息技术有限公司经营分析 255
 - (1) 企业发展简况分析 255
 - (2) 企业产品及服务分析 255
 - (3) 企业经营情况分析 255
 - (4) 企业盈利模式及发展战略分析 257
 - (5) 企业业务网络分析 257
 - (6) 企业经营状况优劣势分析 259
 - (7) 企业最新发展动向分析 260
- 10.2.12 北京空中信使信息技术有限公司经营分析 261
 - (1) 企业发展简况分析 261
 - (2) 主要经济指标分析 261
 - (3) 企业产品服务分析 262
 - (4) 企业盈利模式分析 263
 - (5) 企业经营状况优劣势分析 263
- 10.2.13 A8电媒音乐控股有限公司经营分析 263
 - (1) 企业发展简况分析 263
 - (2) 企业产品及服务分析 263
 - (3) 企业经营情况分析 264
 - (4) 企业盈利模式及发展战略分析 265
 - (5) 企业经营状况优劣势分析 265

- 10.2.14 上海盛大网络发展有限公司经营分析 266
 - (1) 企业发展简况分析 266
 - (2) 企业产品及服务分析 266
 - (3) 企业经营情况分析 267
 - (4) 企业盈利模式及发展战略分析 268
 - (5) 企业经营状况优劣势分析 269
- 10.2.15 上海巨人网络科技有限公司经营分析 269
 - (1) 企业发展简况分析 269
 - (2) 企业产品及服务分析 269
 - (3) 企业经营情况分析 270
 - (4) 企业盈利模式及发展战略分析 271
- 10.2.16 完美世界(北京)网络技术有限公司经营分析 272
 - (1) 企业发展简况分析 272
 - (2) 企业产品及服务分析 272
 - (3) 企业经营情况分析 272
 - (4) 企业经营状况优劣势分析 274
 - (5) 企业最新发展动向分析 274
- 10.2.17 北京畅游时代数码技术有限公司经营分析 275
 - (1) 企业发展简况分析 275
 - (2) 企业产品及服务分析 275
 - (3) 企业经营情况分析 275
 - (4) 企业经营状况优劣势分析 277
- 10.2.18 金山软件股份有限公司经营分析 277
 - (1) 企业发展简况分析 277
 - (2) 企业产品及服务分析 278
 - (3) 企业经营情况分析 279
 - (4) 企业经营状况优劣势分析 280
- 第十一章：互联网行业投融资分析 282
 - 11.1 互联网行业投资分析 282
 - 11.1.1 互联网行业投资特性分析 282
 - (1) 互联网行业进入壁垒分析 282
 - (2) 互联网行业盈利模式分析 283
 - (3) 互联网行业盈利因素分析 285
 - 11.1.2 互联网行业投资风险分析 288
 - (1) 政策风险 288

- (2) 技术风险 289
- (3) 竞争风险 290
- (4) 其他风险 291
- 11.1.3 中国互联网并购交易情况 292
- 11.2 互联网行业融资分析 301
 - 11.2.1 电子商务 301
 - 11.2.2 在线租房 302
 - 11.2.3 在线旅游 302
 - 11.2.4 在线教育 302
 - 11.2.5 互联网金融 303

图表目录

- 图表 1：行业基础服务类网站 23
- 图表 2：商务应用类网站 24
- 图表 3：2010-2015年国内生产总值统计 29
- 图表 4：2012-2015年我国全社会固定资产投资增长统计 31
- 图表 5：互联网相关专利申请人构成（单位：个） 35
- 图表 6：互联网技术分类构成（单位：个） 36
- 图表 7：2005-2015年中国网民规模和互联网普及率 37
- 图表 8：新网民互联网接入设备使用情况 37
- 图表 9：非网民不使用互联网的原因 38
- 图表 10：2014-2015年互联网络接入设备使用情况 39
- 图表 11：网民平均每周上网时长 39
- 图表 12：中国网民城乡结构 40
- 图表 13：中国网民性别结构 41
- 图表 14：中国网民年龄结构 41
- 图表 15：中国网民学历结构 42
- 图表 16：中国网民职业结构 42
- 图表 17：中国网民个人月收入结构 43
- 图表 18：2014.12-2015.12中国互联网基础资源对比 44
- 图表 19：中国IPv6地址数量 45
- 图表 20：中国IPv4地址资源变化情况 45
- 图表 21：中国分类域名数 46
- 图表 22：中国分类CN域名数 46
- 图表 23：中国网站数量 47
- 图表 24：中国网页数量及增长率 47

- 图表 25 : 中国网页数 48
- 图表 26 : 中国国际出口宽带及其增长率 48
- 图表 27 : 主要骨干网络国际出口带宽数 49
- 图表 28 : 2014-2015年搜索/手机搜索用户规模及使用率 49
- 图表 29 : 2014-2015年网络新闻/手机网络新闻用户规模及使用率 51
- 图表 30 : 2014-2015年网络购物/手机网络购物用户规模及使用率 52
- 图表 31 : 2014-2015年团购/手机团购用户规模及使用率 53
- 图表 32 : 2014-2015年在线旅行预订/手机在线旅行预订用户规模及使用率 55
- 图表 33 : 型社交应用使用率 57
- 图表 34 : 2014-2015年即时通信/手机即时通信用户规模及使用率 57
- 图表 35 : 2015年手机即时通信用户规模 61
- 图表 36 : 2015年手机搜索用户规模 62
- 图表 37 : 2014-2015年网络视频/手机网络视频用户规模及使用率 63
- 图表 38 : 2014-2015年网络游戏/手机网络游戏用户规模及使用率 64
- 图表 39 : 2014-2015年网上支付/手机网上支付用户规模及使用率 66
- 图表 40 : 2011-2015年企业计算机使用比例 67
- 图表 41 : 2015年部分重点产业和行业计算机使用比例 67
- 图表 42 : 2011-2015年企业互联网使用比例 68
- 图表 43 : 2015年部分重点产业和行业互联网使用比例 68
- 图表 44 : 2011-2015年企业固定宽带和移动宽带接入比例 69
- 图表 45 : 2016-2022年互联网行业市场规模增长 75
- 图表 46 : 中国电子商务细分行业构成 90
- 图表 47 : 2011-2016年中国电子商务人员从业规模 90
- 图表 48 : 中国网络游戏年龄分布 132
- 图表 49 : 中国网络游戏用户学历构成 133
- 图表 50 : 中国网络游戏用户职业构成 134
- 图表 51 : 中国网络游戏用户收入水平分布 134
- 图表 52 : 中国网络游戏用户地域分布 135
- 图表 53 : 中国网络游戏用户游戏年龄构成 135
- 图表 54 : 中国网络游戏用户主要进行游戏的场所 136
- 图表 55 : 2015年自主研发网络游戏市场实际销售收入及增长率 137
- 图表 56 : 2016-2022年中国网络游戏行业细分市场规模 138
- 图表 57 : 2015年游戏出版地区分布 139
- 图表 58 : 2010-2015年中国客户端游戏市场销售收入 140
- 图表 59 : 2010-2015年中国客户端网络游戏市场占有率 140

- 图表 60：客户端网络游戏类型分布 141
- 图表 61：2010-2015年中国网页游戏市场销售收入 142
- 图表 62：2010-2015年中国网页游戏市场占有率 143
- 图表 63：2010-2015年中国移动游戏市场销售收入 146
- 图表 64：2010-2015年中国移动游戏市场占有率 147
- 图表 65：2011-2015年全球广告市场规模（亿元） 154
- 图表 66：2010-2015年全球网络广告市场规模 156
- 图表 67：2010-2015年Q3中国网络广告市场规模增长 157
- 图表 68：2010-2015年中国网络广告细分媒体市场结构趋势及预测 159
- 图表 69：2011-2014年全球移动互联网流量增长图 162
- 图表 70：2013年-2014年全球平板电脑季度出货量 162
- 图表 71：2010-2014年全球移动蜂窝用户数和移动宽带用户数 163
- 图表 72：2014 - 2015年12月手机上网用户和对移动电话用户渗透率情况 166
- 图表 73：智能手机操作系统分布 168
- 图表 74：搜索引擎营销收入驱动力模型 174
- 图表 75：搜索营销需求曲线 175
- 图表 76：2015年5月全球搜索引擎市场份额分布图 176
- 图表 77：2014Q3-2015Q3中国第三方互联网支付交易规模 187
- 图表 78：2015Q3中国第三方互联网支付交易规模市场份额 189
- 图表 79：2014Q3-2015Q3中国第三方互联网支付交易规模结构 189
- 图表 80：2014Q1-2015Q3中国在线视频行业季度市场规模 192
- 图表 81：2014Q1-2015Q3中国网络购物市场交易规模 197
- 图表 82：2014Q1-2015Q3中国网络购物市场交易规模结构 199
- 图表 83：互联网主力企业区域分布 203
- 图表 84：2014-2015年腾讯控股有限公司主要经济指标 206
- 图表 85：2014-2015年腾讯控股有限公司主要盈利能力 207
- 图表 86：2014-2015年腾讯控股有限公司主要运营能力 207
- 图表 87：2014-2015年腾讯控股有限公司主要偿债能力 208
- 图表 88：腾讯控股有限公司企业分支机构 209
- 图表 89：2014-2015年12月北京新浪互联信息服务有限公司利润分析 215
- 图表 90：2014-2015年北京新浪互联信息服务有限公司资产负债分析 216
- 图表 91：2011-2014年北京新浪互联信息服务有限公司现金流量分析 217
- 图表 92：2012-2015年12月北京搜狐互联网信息服务有限公司销售毛利率（%） 220
- 图表 93：2012-2015年12月北京搜狐互联网信息服务有限公司资产负债率（%） 221
- 图表 94：2011-2014年北京搜狐互联网信息服务有限公司总资产周转次数（次） 221

图表 95 : 2012-2015年12月广州网易计算机系统有限公司销售毛利率 (%) 229

图表 96 : 2012-2015年12月广州网易计算机系统有限公司资产负债率 (%) 230

图表 97 : 2012-2015年12月广州网易计算机系统有限公司总资产周转次数 (次) 230

图表 98 : 2012-2015年12月百度在线网络技术 (北京) 有限公司销售毛利率 (%) 232

图表 99 : 2012-2015年12月百度在线网络技术 (北京) 有限公司资产负债率 (%) 233

图表 100 : 2012-2015年12月百度在线网络技术 (北京) 有限公司总资产周转次数 (次) 233

图表 101 : 2012-2015年12月阿里巴巴 (中国) 有限公司销售毛利率 (%) 238

图表 102 : 2012-2015年12月阿里巴巴 (中国) 有限公司资产负债率 (%) 238

图表 103 : 2012-2015年12月阿里巴巴 (中国) 有限公司总资产周转次数 (次) 239

图表 104 : 2012-2015年12月北京慧聪国际资讯有限公司销售毛利率 (%) 241

图表 105 : 2012-2015年12月北京慧聪国际资讯有限公司资产负债率 (%) 242

图表 106 : 2012-2015年12月北京慧聪国际资讯有限公司总资产周转次数 (次) 242

图表 107 : 2012-2015年12月浙江网盛生意宝股份有限公司销售毛利率 (%) 245

图表 108 : 2012-2015年12月浙江网盛生意宝股份有限公司资产负债率 (%) 246

图表 109 : 2012-2015年12月浙江网盛生意宝股份有限公司总资产周转次数 (次) 246

图表 110 : 2012-2015年12月北京当当网信息技术有限公司销售毛利率 (%) 248

图表 111 : 2012-2015年12月北京当当网信息技术有限公司资产负债率 (%) 248

图表 112 : 2012-2015年12月北京当当网信息技术有限公司总资产周转次数 (次) 249

图表 113 : 2012-2015年12月上海麦考林国际邮购有限公司销售毛利率 (%) 250

图表 114 : 2012-2015年12月上海麦考林国际邮购有限公司资产负债率 (%) 251

图表 115 : 2012-2015年12月上海麦考林国际邮购有限公司总资产周转次数 (次) 251

图表 116 : 2012-2015年12月携程旅行信息技术有限公司销售毛利率 (%) 255

图表 117 : 2012-2015年12月携程旅行信息技术有限公司资产负债率 (%) 256

图表 118 : 2012-2015年12月携程旅行信息技术有限公司总资产周转次数 (次) 256

图表 119 : 2012-2015年12月北京空中信使信息技术有限公司销售毛利率 (%) 261

图表 120 : 2012-2015年12月北京空中信使信息技术有限公司资产负债率 (%) 261

图表 121 : 2012-2015年12月北京空中信使信息技术有限公司总资产周转次数 (次) 262

图表 122 : 2012-2015年12月A8电媒音乐控股有限公司销售毛利率 (%) 264

图表 123 : 2012-2015年12月A8电媒音乐控股有限公司资产负债率 (%) 264

图表 124 : 2012-2015年12月A8电媒音乐控股有限公司总资产周转次数 (次) 265

图表 125 : 2012-2015年12月上海盛大网络发展有限公司销售毛利率 (%) 267

图表 126 : 2012-2015年12月上海盛大网络发展有限公司资产负债率 (%) 267

图表 127 : 2012-2015年12月上海盛大网络发展有限公司总资产周转次数 (次) 268

图表 128 : 2012-2015年12月上海巨人网络科技有限公司销售毛利率 (%) 270

- 图表 129 : 2012-2015年12月上海巨人网络科技有限公司资产负债率 (%) 270
- 图表 130 : 2012-2015年12月上海巨人网络科技有限公司总资产周转次数 (次) 271
- 图表 131 : 2012-2015年12月完美世界 (北京) 网络技术有限公司销售毛利率 (%) 272
- 图表 132 : 2012-2015年12月完美世界 (北京) 网络技术有限公司资产负债率 (%) 273
- 图表 133 : 2012-2015年12月完美世界 (北京) 网络技术有限公司总资产周转次数 (次) 273
- 图表 134 : 2012-2015年12月北京畅游时代数码技术有限公司销售毛利率 (%) 275
- 图表 135 : 2012-2015年12月北京畅游时代数码技术有限公司资产负债率 (%) 276
- 图表 136 : 2012-2015年12月北京畅游时代数码技术有限公司总资产周转次数 (次) 276
- 图表 137 : 2012-2015年12月金山软件股份有限公司销售毛利率 (%) 279
- 图表 138 : 2012-2015年12月金山软件股份有限公司资产负债率 (%) 279
- 图表 139 : 2012-2015年12月金山软件股份有限公司总资产周转次数 (次) 280
- 图表 140 : 2014-2015年互联网电子商务融资案例 301
- 图表 141 : 2014-2015年互联网在线租房融资案例 302
- 图表 142 : 2014-2015年互联网在线旅游融资案例 302
- 图表 143 : 2014-2015年互联网在线教育融资案例 302
- 图表 144 : 2014-2015年互联网互联网金融融资案例 303
- 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，有利于降低企事业单位决策风险。（GY ZM）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/240121240121.html>