

2010-2013年中国网吧连锁行业运营态势分析及战略投资调研报告

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《2010-2013年中国网吧连锁行业运营态势分析及战略投资调研报告》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/liansou/9043390433.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

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

【报告前言】

网吧已成为广大低收入者进行文化娱乐的最主要的场所。目前，我国网吧的平均消费水平为每小时2元左右，与其他娱乐场所相比，其低廉的价格吸引了年轻的打工族、在校大学生及农村地区的广大低收入群体。2009年网吧用户中，收入在3000元以下的人群占90%，收入在2000元以下的人群占60%，无收入者占21%。网吧的出现不仅为社会低收入群体解决了上网问题，更成为群众普遍接受的较为廉价便捷的休闲娱乐场所。

中国网吧行业的发展历经了六大阶段，正在向理性与成熟迈进。虽然目前网吧市场渐趋饱和，甚至可以说近几年的发展处于某种停滞状态。但随着网吧责任感加强，内部管理水平提升，社会舆论也开始转向，使得网吧产业环境日益改善，发展潜力见涨。网吧行业作为整个互联网产业链的第二大终端，是连接各方各面关系的一个重要枢纽，只有从用户的需求入手，实现产业的融合，充分的考虑到了硬件厂商、软件厂商、网络运营商和普通网民多方的利益才能使网吧行业实现有效的增值。

现代连锁经营模式兴起于欧美，20世纪90年代以来在我国得到迅速发展。连锁经营之所以走红，是因为连锁经营通过对若干零售企业实行集中采购、分散销售、规模经营，从而实现规模经济效益。实行统一采购、统一配送、统一标识、统一经营方针、统一服务和统一销售价格是连锁经营的基本规范和内在要求。发展连锁经营是一个成熟的企业用于拓展其服务或产品的有效方法。于传统意义上的连锁经营相比，我国的网吧连锁经营有以下几个特点：

1、较强的政府管理

网吧作为互联网时代重要的文化经营场所，前一时期基本处于散乱状态。“蓝极速”事件的发生，直接导致政府有关部门对网吧行业进行大规模的清理整顿，全国的网吧由高潮中的22万个左右降至目前的11万个。然而，互联网经济、文化的发展使人们对上网的需求，尤其是通过高质量、高水平服务的网吧上网的需求不断增加。实行网吧连锁经营，是国家从严管理、从严控制总量采取的一种措施。正如《通知》中所述：“促进和规范互联网上网服务营业场所连锁经营，是加强对网吧等互联网上网服务经营场所管理，规范互联网上网服务经营活动的重要措施。”

2、许可证制度

国家对网吧的管理，集中地反映在许可证的审批方面，即通常所说的“三证一照”。开办网吧必须首先取得文化部门核发的《网络文化经营许可证》、星级产业部门核发的《经营许可证》和公安部门核发的《安全合格证》后，才能领取工商营业执照。

如果开办全国性和跨省（自治区，直辖市）的连锁网吧，除需符合一定条件以外，还需要经过政府主管部门的特别审批，《通知》规定，每个省（自治区、直辖市）审批设立的互联网上网服务营业场所连锁经营企业不超过3家，全国性互联网上网服务营业场所连锁经营企业

原则上不超过10家。今后要在城市和有条件的农村地区停止审批非连锁经营的互联网上网服务营业场所。到目前为止，先后批准了长城宽带、中国联通等10家单位可以从事全国性互联网上网服务营业场所连锁经营。

3、独特的连锁经营模式

开办连锁经营尤其是以特许方式开办的连锁店，其经营者（特许人）都具有良好的商品和服务、知名的品牌与商号，同时具有严格的经营、管理制度，表组合内化的服务，统一的商品服务价格。然而从目前国家批准的从事全国性网吧连锁经营的经验，没有独特的、可传授的网吧经营管理技术或诀窍，不具备向加盟店提供长期经营知道和服务的能力。开办者（特许人）自身的这种状况，是我国开展连锁经营的一种独特现象，由此，网吧连锁经营模式无疑会受到深刻影响。

网吧连锁经营除应符合连锁经营的一般性要求，即在连锁经营企业总部的统一管理下，统一经营方针、统一服务规范、统一形象标识、统一营业场所风格以外，根据《通知》要求还必须统一上网首页、统一计算机远程管理。

网吧连锁经营包括直营连锁和特许（或称加盟）连锁两种形式，网吧连锁经营企业对直营连锁门店的空股比例不得低于51%。连锁经营与特别经营是两个既有联系又有区别的概念，不能相互混淆，连锁店的发展主要是采取了特许经营的方式。金安明邦调研中心分析人员认为连锁经营是一个商业经营概念，而特许经营才是一个法律上概念。因此在我们谈到网吧连锁经营的法律问题时，只要是阐述网吧特许经营的法律问题。获准在全国范围从事网吧连锁经营的十家企业，目前大多数采取直营方式建立网吧连锁店，其原因，除为了满足政府主管部门下达的“应当在不少于两个省（自治区、直辖市）内拥有不少于20家直营连锁门店”的硬性指标外，还在于通过直营连锁，探索并积累网吧连锁经营的经验，形成成熟的经营理念和商业盈利模式，为特许经营打下基础。

2009年全国连锁网吧企业数量超过150家，其直营门店超过4500个。全国大部分省、自治区和直辖市均有连锁网吧企业分布。其中，网吧连锁企业数量最多的三个省份分别为湖南、河南、上海，连锁网吧企业数量分别为15家、14家和13家；其次为辽宁、浙江、湖北、山东四省，连锁网吧企业数量分别为8家、7家、7家和5家；而经济欠发达的西部地区，连锁网吧数量则较少。目前，全国与区域性连锁网吧发展缓慢。

2010年初，文化部出台了《全国网吧连锁企业认定工作申报指南》，新规明确规定，申报全国网吧连锁企业应具备四个条件：一是注册资金不少于5000万元；二是全资或控股的直营门店数不少于30家，且在3个以上(含3个)的省(自治区、直辖市)设有直营门店；三是符合连锁经营组织规范；四是所有直营门店在申请之日起前一年内未受过有关部门依据《互联网上网服务营业场所管理条例》做出的罚款(含罚款)以上的行政处罚。

【报告目录】

第一章 研究概述 13

第一节、研究背景 13

一、 网吧的社会定位	13
二、 网吧连锁行业发展历程	14
三、 网吧连锁运营模式	15
四、 网吧连锁行业特征	15
第二节、 研究内容	17
一、 研究对象分布	17
二、 研究区域分布	17
第三节、 研究方法	18
一、 数据说明	18
二、 方法特征	18
三、 应用指标	18
第四节、 研究结论	19
一、 市场前景	19
二、 运营模式	19
三、 区域扩张	19
四、 连锁规模	19
五、 消费特征	20
六、 行业热点	20
七、 投融资与并购存在的注意点	21
八、 机会与风险	21
第二章 中国网吧连锁内外部发展环境研究	23
第一节、 中国网吧连锁政策环境研究	23
一、 政策环境综述	23
二、 一系列社会问题迫使文化部加强网吧的整顿管理力度	23
三、 互联网上网服务营业场所管理条例	24
四、 文化部关于加强互联网上网服务营业场所连锁经营管理的通知	30
五、 文化部关于网吧产业数字内容提升的计划	33
六、 商业特许经营管理条例	33
七、 文化部酝酿在网吧行业引入风投机制	38
八、 GOC联赛中文化部的政策考虑	38
九、 观点：政策环境对网吧连锁行业的影响	39
第二节、 中国网吧连锁经济环境研究	40
一、 2010年中国经济增长分析	40
二、 物价水平分析	42
三、 2010年中国国际贸易趋势	44

四、2009-2010年中国城乡居民可支配收入稳步增长 47

五、观点：经济环境对网吧连锁行业的影响 49

第三节、中国网吧连锁社会环境研究 51

一、2009-2010年中国人口总量和结构 51

二、未成年人上网引起社会、政府的密切关注 54

三、2010网吧连锁市场监管力度不断加大 55

四、民营资本和外资对网吧行业的政策风险心有所惧 56

五、观点：社会环境对网吧连锁行业的影响 56

第三章 中国网吧连锁市场现状及发展趋势研究 57

第一节、中国网吧连锁市场发展特征研究 57

一、网吧连锁模式的现金流非常充足 57

二、政策变动对网吧连锁行业影响空前 57

三、文化部将网吧连锁计划纳入重要的行业解决途径 57

四、连锁网吧占网吧数量规模的比率依然十分低 57

第二节、中国网吧连锁市场现状研究 58

一、2005-2009年中国网吧市场规模分析 58

二、社会对网吧的正面认知 59

三、散乱小差的局面得到改观 60

四、网吧连锁处于微利时代 60

五、中国网民数量迅速增长，整体网络环境不断提升 60

第三节、中国网吧连锁市场竞争格局研究 65

一、网吧连锁行业竞争类型 65

二、2007-2009年网吧连锁占网吧市场份额 66

三、2007-2009年要网吧连锁企业门店数量 66

四、2010年网吧连锁认定门槛有变 67

第四节、中国网吧连锁行业竞争力分析 68

一、连锁经营网吧的竞争力SWOT分析 68

二、全国性网吧连锁的竞争力SWOT分析 70

三、区域性网吧连锁企业的竞争力SWOT分析 70

四、个体网吧企业的竞争力SWOT分析 71

第五节、中国网吧行业中存在的主要问题 71

一、政府管理政策有过度之嫌 71

二、违规接纳未成年人，放任青少年超时上网 71

三、网吧场所内安全隐患突出，不安全因素明显 72

四、设施规模不一，管理水平参差不齐 72

- 五、 无证经营后患无穷 72
- 六、 加盟费、服务支持成为网吧连锁的焦点问题 72
- 七、 网吧连锁的融资能力严重不足 72
- 第四章 中国网吧连锁经营模式可行性研究 76
 - 第一节、 中国网吧连锁模式的利弊分析 76
 - 一、 连锁经营的特征及要求 76
 - 二、 网吧连锁经营模式的优势及弊端分析 77
 - 三、 官方强制推动连锁经营带来的系列问题 79
 - 四、 连锁经营模式面临的相关问题 83
 - 第二节、 中国网吧直营连锁模式的可行性分析 84
 - 一、 直营连锁的特征及要求 85
 - 二、 直营连锁的优劣势 85
 - 三、 直营网吧发展措施 85
 - 四、 直营连锁面临的现实问题 87
 - 五、 该模式典型企业经验教训 88
 - 六、 发展网吧直营连锁的可行性 88
 - 第三节、 中国网吧特许经营模式的可行性分析 89
 - 第四节、 中国网吧自由连锁模式的可行性分析 91
 - 第五节、 电信运营商网吧连锁模式的可行性分析 91
- 第五章 中国各大地区网吧连锁市场地区战略研究 97
 - 第一节、 东北地区 97
 - 一、 网吧连锁内外部发展环境分析 97
 - 二、 2005-2010年网吧市场规模及预测 97
 - 三、 2005-2010年网吧连锁市场规模及预测 98
 - 四、 重点省市网吧市场现状 99
 - 五、 网吧连锁行业竞争格局分析 100
 - 六、 典型网吧连锁企业竞争力分析 101
 - 第二节、 华北地区 103
 - 第三节、 华东地区 104
 - 第四节、 华中地区 104
 - 第五节、 华南地区 106
 - 第六节、 西部地区 107
- 第六章 中国重点城市网吧连锁市场地质战略研究 109
 - 第一节、 北京 109
 - 一、 内外部环境PEST分析 109

二、 2005-2010年网吧市场规模预测	109
三、 2005-2010年网吧连锁市场规模预测	110
四、 网吧连锁行业现状	110
五、 网吧连锁行业竞争格局	111
六、 2005-2008年主要连锁品牌规模对比	111
第二节、 上海	113
第三节、 深圳	113
第四节、 西安	114
第五节、 重庆	115
第六节、 重点城市市场对比分析	116
一、 市场发展阶段对比	116
二、 市场规模对比	117
三、 市场消费特性对比	118
四、 市场消费环境对比	118
第七章 中国网吧连锁行业投融资与并购案例分析	120
第一节、 中国网吧连锁行业投融资与并购概述	120
一、 投融资与并购案例回顾	120
二、 投融资与并购背景	120
三、 投融资与并购动因	121
四、 投融资与并购方式	122
五、 投融资与并购主体	123
六、 投融资与并购趋势	123
第二节、 中青基业收购零度聚阵	123
一、 投融资与并购背景	124
二、 投融资与并购动因	124
三、 并购前后竞争优势SWOT分析	125
四、 投融资与并购经验及启示	125
第三节、 星美传媒出售雅威股权	126
第四节、 联通退出网吧连锁	126
第八章 中国网吧连锁行业国内主体企业竞争力分析	128
第一节、 零度聚阵	128
一、 公司简介	128
二、 2005-2008年经营收益及效益	128
三、 主营业务现状	128
四、 连锁经营模式分析	129

五、 发展战略	129
六、 竞争力SWOT分析	129
七、 战略研究成果	130
第二节、 星盟网络	130
第三节、 中鲁时空	130
第四节、 国通网络	132
第五节、 瑞得在线	132
第六节、 中青网络家园	133
第七节、 长信数码	134
第八节、 万荣网吧连锁	136
第九节、 沸蓝网盟	139
第九章 中国网吧连锁市场盈利及价值分析	141
第一节、 消费者变量分析	141
一、 人口统计变量分析	141
二、 地理变量分析	141
三、 心理变量分析	142
第二节、 连锁网吧建设与发展模式价值分析	143
一、 网吧连锁之目标价值	143
二、 网吧本质赢利点的增长价值	144
三、 网吧赢利复制化的提炼价值	144
四、 网吧人力资源的支撑价值	145
四、 网吧联动企化营销价值	145
五、 网吧信息数据分析价值	146
六、 网吧品牌建设与传播的价值	146
七、 网吧资本层面的价值	147
第三节、 中国网吧连锁市场连锁网吧新盈利点分析	148
一、 网游：掀起网吧渠道争夺战	148
二、 线上广告：网吧盈利新增点	149
三、 需要注意的几点	150
第十章 中国网吧连锁行业投资机会与风险分析	151
第一节、 中国网吧连锁行业投资优劣势研究	151
一、 中国网吧连锁行业投资优势	151
二、 中国网吧连锁行业投资劣势	151
三、 中国网吧连锁行业投资威胁	153
四、 中国网吧连锁行业投资机会	154

第二节、中国网吧连锁行业投资风险分析 154

一、资金财务风险 154

二、信息化管理风险 154

三、业务模式风险 156

四、市场竞争风险 159

第十一章 中国网吧连锁行业投融资战略决策建议 160

第一节、中国网吧连锁行业战略研究成果及未来发展趋势 160

一、需要关注的几个问题 160

二、面临的一些困难 161

三、开展特许经营需要做好前期准备工 161

四、未来发展趋势分析 162

第二节、中国网吧连锁行业投融资战略建议 163

【图表目录】

图表 1 网吧发展阶段及特点分析图 16

图表 2 2009年主要省市连锁网吧企业数量情况 19

图表 3 2007-2009年中国网吧连锁规模表 22

图表 4 2010年第一季度中国主要宏观经济数据增长表 42

图表 5 2000-2010年第一季度中国GDP及其增长率统计表 42

图表 6 2003-2010年中国分产业GDP增长率季度统计表 43

图表 7 2003-2009年中国GDP增长率季度走势图 44

图表 8 2008-2010年6月中国价格指数统计表 44

图表 9 2008-2010年6月中国价格指数月度走势图 45

图表 10 2000-2009年中国货物进出口额统计表 46

图表 11 1970-2009年中国货物对外贸易总额走势图 46

图表 12 1970-2009年中国货物进口形势图 47

图表 13 1970-2009年中国货物出口形势图 48

图表 14 1970-2009年中国货物对外贸易顺逆差状况 49

图表 15 1978-2009年中国居民收入及恩格尔系数统计表 50

图表 16 中国城乡居民收入走势对比 51

图表 17 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数对比表 52

图表 18 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数走势图 53

图表 19 1978-2009年中国人口构成统计表 53

图表 20 1990-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率 54

图表 21 1978-2009年我国总人口增长趋势图 55

图表 22 2009年人口数及其构成 56

- 图表 23 2010年初中国网吧连锁模式所占比例 60
- 图表 24 2009年底中国网吧规模构成图 61
- 图表 25 2000-2009年中国网民规模增长趋势图 63
- 图表 26 2005-2009年中国大陆网民规模与互联网普及率 63
- 图表 27 截止至2009年6月中国互联网统计数据表 64
- 图表 28 部分国家的互联网普及率统计表 64
- 图表 29 截止至2009年6月中国网民性别结构分布图 65
- 图表 30 截止至2009年6月网络应用使用率排名和类别 66
- 图表 31 网民对生活形态语句的总体认同度统计表 66
- 图表 32 2007-2009年网吧连锁占网吧市场份额 68
- 图表 33 2007-2009年网吧连锁占网吧数量情况 68
- 图表 34 中兴连锁网吧解决方案大中型网吧 95
- 图表 35 中兴大中型网吧解决方案 95
- 图表 36 中兴小型网吧解决方案 96
- 图表 37 2005-2010年我国网吧连锁经营企业数量增长趋势 100
- 图表 38 2009年我国各省（区、市）GDP总量 121
- 图表 39 2009年中国网吧用户性别比例 143
- 图表 40 2009年中国网吧用户地区比例情况 144
- 图表 41 2009年中国网吧用户心理年龄段构成 144

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/liansou/9043390433.html>