

2018年中国互联网行业分析报告- 市场运营态势与投资前景预测

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-市场运营态势与投资前景预测》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/328059328059.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

行业发展影响因素分析

1、有利因素

(1) 互联网用户和网站数量迅速增长，用户需求层次提升，市场需求快速增加

一方面，网民、网站数量迅速增长。根据资料显示，2016 年末我国网民数量达到7.31 亿，互联网普及率为53.2%，较2015 年末提升了2.9%。其中，手机网民规模达6.95 亿，较2015 年年末增加7,550 万人，网民中使用手机上网人群占比由2015 年的90.1%提升至95.1 %。截至2016 年12 月，中国网站（指域名注册者在中国境内的网站）数量为482 万个，年增长14.1%。

图：中国网站（指域名注册者在中国境内的网站）数量 另一方面，客户需求层次提升较大。互联网的功能由早期的信息浏览发展到如今的网络媒体、信息检索、网络通讯、网络社区、网络娱乐、电子商务、网络金融、网上教育等多样化应用。从应用的角度，视频、网购、游戏等应用用户数量继续保持高速增长。

截至 2016 年12 月，我国网络视频用户规模达5.45 亿，较2015 年末增加4,064万人，增长率为8.1%。网络视频用户使用率为74.5%，较2015 年末提升1.3 个百分点。其中，手机视频用户规模接近5 亿，较2015 年末增加9,479 万人，增长率为23.4%。手机网络视频使用率为71.9%，较2015 年末增长6.5 个百分点。

随着4G 网络的进一步完善以及手机资费的下调，网民在微信、微博等互联网应用上观看短视频的行为将变得更加普遍。

截至 2016 年12 月，我国网络购物用户规模达到4.67 亿，占网民比例为63.8%，较2015 年末增长12.9%。其中，手机网络购物用户规模达到4.41 亿，占手机网民的63.4%，年增长率为29.8%。

截至 2016 年12 月，我国网络游戏用户规模达到4.17 亿，占整体网民的57.0%，较2015 年增长2,556 万人。手机网络游戏用户规模较2015 年末明显提升，达到3.52 亿，较2015 年末增长7,239 万人，占手机网民的50.6%。

整体来看，互联网的应用将更为广泛，其中手机端的应用呈爆发性增长。未来IDC 市场在互联网用户需求持续增加的趋势下将保持稳步增长。

(2) 政府鼓励行业发展，创造了良好的政策环境

党的十八大提出要实施创新驱动发展战略，推进经济结构战略性调整，推动战略性新兴产业、先进制造业健康发展，加快传统产业转型升级，推动服务业特别是现代服务业发展壮大。建设下一代信息基础设施，发展现代信息技术产业体系，推进信息技术广泛运用。

2012 年政府工作报告中提出鼓励民间资本进入电信等领域。同年6 月27 日，工信部发

布《工业和信息化部关于鼓励和引导民间资本进一步进入电信业的实施意见》（以下简称“实施意见”），实施意见提出鼓励民间资本参与电信建设；鼓励民间资本以参股方式进入基础电信运营市场；支持民间资本开展增值电信业务。加强对电信领域垄断和不正当竞争行为的监管，促进公平竞争，推动资源共享。实施意见为各类所有制经济营造了公平竞争、共同发展的政策环境，使民间资本在包括互联网服务在内的电信业获得了更大的发展空间。

（3）技术进步为行业发展提供了强大的动力

网络信息安全、海量存储、网络传输、远程操控、网络监控管理、数据备份及恢复、网络流量统计等技术的发展与应用，使得IDC由主机托管、带宽租用等基础业务逐渐转向网络安全、系统管理等高附加值的增值业务，云计算和大数据的出现和成熟更将互联网技术和应用推向一个新的高度。同时，精确送风、热源快速冷却、智能调整等技术的出现降低了服务器运维成本，提高了服务器的管理效率，减少了地域、空间等因素对IDC发展的限制，推动了IDC行业的发展。

（4）互联网基础设施的完善为行业发展提供了充足的资源保障

近年来，我国互联网基础资源建设快速发展。截至2015年末，我国互联网宽带接入端口达4.7亿个，比上年净增7,320.1万个，同比增长18.3%。云计算、大数据、固态硬盘、融合系统和自动化技术等新技术的不断完善提高了数据中心的设计水平，大多数机房的设计标准可达到整体8级抗震，同时配备大型专用空调、UPS电源、专用发电机、智能监控等先进设备，加大了机房的承载能力，降低了机房的管理难度。骨干网络的扩容、宽带的普及、机房建设的不断完善，极大的改善了网络的传输速度以及服务器的运行环境，推动IDC行业朝更高效、更安全的方向发展。

2、不利因素

（1）公有云服务的发展对IDC市场形成一定侵蚀

虽然IDC市场仍在保持较快增长，但中小型客户逐渐转向公有云的趋势越来越明显。一方面，云服务商随着业务量的快速增长，对基础设施托管的需求日益增加，推动了IDC市场的增长；另一方面，公有云的快速部署、易扩展性和低廉的价格对中小客户的吸引力越来越大，使IDC行业面临一定的客户流失风险。

（2）牌照申请重新开放，市场竞争加剧，行业面临新一轮整合

2012年12月1日，工信部发布《关于进一步规范因特网数据中心业务和因特网接入服务业务市场准入工作的通告》，该通告的发布重新开启了已暂停数年的IDC和ISP经营许可证发放。由于市场需求旺盛和政策利好，越来越多的资本和厂商涌入IDC市场，IDC市场面临新一轮整合。行业领先企业凭借与基础运营商良好的合作关系、丰富的客户储备、专业的服务能力将进一步扩大竞争优势，而中小服务商受资源所限，生存空间将越来越小，业务转型迫在眉睫。

观研天下发布的《2018年中国互联网行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》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 国中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

第三节 互联网行业成本分析

第四节 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

第五节 中国互联网行业价格现状分析

第六节 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

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

第二节 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

第三节 中国互联网行业价格策略

第四节 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/328059328059.html>