

2021年中国互联网行业分析报告- 产业竞争环境与前景评估预测

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《2021年中国互联网行业分析报告-产业竞争环境与前景评估预测》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：<https://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/559263559263.html>

报告价格：电子版：8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版：8500

订购电话：400-007-6266 010-86223221

电子邮箱：sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

11月2日，字节跳动梁汝波发布全员邮件宣布组织调整，实行业务线BU化，成立抖音、大力教育、飞书、火山引擎、朝夕光年和TikTok抖音、大力教育、飞书、火山引擎、朝夕光年和TikTok。

其中值得关注的是，梁汝波将今日头条、西瓜视频、搜索、百科以及国内垂直服务业务并入抖音板块，负责国内信息和服务业务的整体发展。飞书、EE（企业效率部门）、EA（企业应用部门）合并成飞书板块，聚焦提供企业协作与管理服务；TikTok板块负责TikTok平台业务，同时支持海外电商等延伸业务的发展。

梁汝波正式接任CEO

据了解在此前5月，张一鸣在内部全员信表示，他和梁汝波将于2021年底前完成字节跳动CEO职责的过渡交接。此次组织调整，意味着交接已如期完成。梁汝波也已正式接任字节跳动CEO，也正式“掌权”，全面负责公司的整体发展。

公开资料显示，梁汝波与张一鸣是大学同学，两人自2009年共同创办垂直房产搜索引擎“九九房”起，即成为长期创业伙伴。2012年，梁汝波与张一鸣共同创办字节跳动，此后至2016年，梁汝波一直担任字节跳动产品研发负责人，负责早期多个重要产品和业务，包括今日头条、头条号、广告系统和用户增长系统等；2016年起，梁汝波负责飞书和效率工程；2020年起，梁汝波负责集团人力资源和管理等工作。

阶段性调整

该邮件表示，目前字节跳动全球员工数超过11万人，业务覆盖超过150个国家与地区。而此次最新的组织调整是基于业务需要，“为了使命驱动，始终创业，保持组织灵活高效，激发创造力”。

另外也有相关人士分析认为，大互联网公司为助于类似业务之间互相配合，一般调整主要是业务为主要的BU。例如阿里曾经有二十几个BU最后也是归为几大业务线。而这次的优化调整对字节跳动可以说是一个阶段性的调整，因为过往字节跳动的业务线非常多，各方面都有涉足，相似业务也比较多。

大部分营收和利润来自于内容平台业务

目前字节跳动大部分的营收和利润都来自于内容平台业务。根据公司发布的财报显示，2021年第一季度广告收入超过310亿元；其中抖音为1500亿元，今日头条为450亿元，穿山甲为350-400亿元，星图平台为80亿元，懂车帝为50-60亿元，西瓜视频60-80亿元，番茄小说50-60亿元。海外市场，每日广告收入要来自TikTok，从400万美元增长到900万美元。2021年一季度字节跳动国内各个产品广告收入情况

数据来源：公司财报（WW）

由此可见，除去抖音作为主要业务发展已经成熟，以及在电商上发力初见成效，在教育、飞书、游戏以及TikTok商业化方面，字节跳动在寻找第二增长曲线的道路上，仍有很长的

路要走。

同时作为一家大公司，需要分散风险，比如腾讯目前游戏占比已经在五成以下，未来字节跳动也需要降低内容平台收入，互联网监管越来越严格，字节跳动这种11万人的大平台公司必须开拓新业务，找出新的增长方向。

收购VR头显厂商Pico、投资数字孪生独角兽，加速布局VR/AR领域

或是也注意到了该问题，字节跳动近段时间动作不断，加速布局VR/AR领域。例如在此前在8月份，字节跳动（抖音母公司）收购了国内VR行业头部厂商Pico。据媒体披露，此次收购价格高达90亿元，也是目前为止中国VR行业最大的一笔收购案。随后在10月份，投资了光舟半导体，但具体金额未披露。

再到11月4日，字节跳动投资了VR数字孪生云服务提供商众趣科技，根据天眼查信息，众趣（北京）科技有限公司于11月4日发生工商变更，新增字节跳动全资子公司北京量子跃动科技，以及其他多个股东。同时，众趣科技的公司注册资本已由约162.62万人民币增至约195.14万人民币，增幅20%。

在此之前，字节跳动已在VR/AR领域进行了长期的研发投入，在交互系统、环境理解等方面收获许多技术成果。旗下的抖音在2017年就推出了VR社交，以及AR扫一扫、AR互动、AR滤镜等功能。

观研报告网发布的《2021年中国互联网行业分析报告-产业竞争环境与前景评估预测》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。

行业报告是业内企业、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事业单位、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家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管数据库。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、PEST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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021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

四、互联网行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、互联网行业需求主体分析

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、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、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 中国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 2017-2021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 欧洲互联网行业地区市场分析

一、欧洲互联网行业市场现状分析

二、欧洲互联网行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲互联网行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界互联网行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球互联网行业市场规模预测

第三章 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、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 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、发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
 - 1、行业技术发展现状
 - 2、行业技术专利情况
 - 3、技术发展趋势分析
- 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 我国互联网行业细分市场分析

- 1、细分市场一
- 2、细分市场二
- 3、其它细分市场

第六节 中国互联网行业供需平衡分析

第七节 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、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

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 2017-2021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影响因素分析
- 二、中国互联网行业市场集中度分析

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 中国互联网行业钻石模型分析

- 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 2017-2021年中国互联网行业需求特点与动态分析

第一节 中国互联网行业消费市场动态情况

第二节 中国互联网行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 互联网行业成本结构分析

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 2017-2021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 中国华东地区互联网市场分析

- 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
- 四、华南地区互联网市场规模预测

第九章 2017-2021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SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国互联网行业竞争环境分析（PEST）

- 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
- 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
- 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
- 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

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026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 2021-2026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 2021-2026年中国互联网行业发展战略及规划建议

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的重点客户战略实施

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 2021-2026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

图表详见报告正文

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/559263559263.html>