

## 2015-2020年中国互联网产业市场前景与投资战略规划分析报告

## 目 录

## CONTENTS

## 第1章：互联网行业发展背景分析

- 1.1 互联网行业定义和分类
  - 1.1.1 互联网定义
  - 1.1.2 互联网行业定义和分类
- 1.2 互联网行业政策环境分析
  - 1.2.1 行业政策法规
  - 1.2.2 行业发展规划
- 1.3 互联网行业经济环境分析
  - 1.3.1 国际宏观经济环境分析
    - (1) 全球经济整体运行情况
    - (2) 全球主要国家经济增长情况
    - (3) 国际宏观经济走势预测
  - 1.3.2 国内宏观经济环境分析
    - (1) 国内经济运行情况
    - (2) 国内经济运行预测
- 1.4 互联网行业技术环境分析
  - 1.4.1 互联网专利数量
  - 1.4.2 互联网专利申请人分析
  - 1.4.3 互联网技术分类构成分析

## 第2章：互联网行业应用状况与趋势分析

- 2.1 互联网网民规模与结构特征调查
  - 2.1.1 网民规模
  - 2.1.2 接入方式
    - (1) 上网设备
    - (2) 上网时长
    - (3) 上网地点
  - 2.1.3 网民属性
    - (1) 性别结构
    - (2) 年龄结构
    - (3) 学历结构
    - (4) 职业结构
    - (5) 收入结构
- 2.2 互联网基础资源状况
  - 2.2.1 基础资源总体情况
  - 2.2.2 IP地址
  - 2.2.3 域名
  - 2.2.4 网站
  - 2.2.5 网络国际出口带宽
- 2.3 个人互联网应用状况
  - 2.3.1 整体互联网应用状况
    - (1) 信息获取
    - (2) 商务交易
    - (3) 交流沟通
    - (4) 网络娱乐
  - 2.3.2 手机网络应用状况
    - (1) 手机即时通信
    - (2) 手机搜索
    - (3) 手机微博
    - (4) 手机视频
    - (5) 手机游戏
    - (6) 手机在线支付

## 2.4 中小企业互联网应用状况

### 2.4.1 中小企业互联网应用发展状况

- (1) 计算机使用状况
- (2) 互联网使用状况
- (3) 宽带使用状况

### 2.4.2 中小企业电子商务及网络营销发展状况

- (1) 电子商务使用状况
- (2) 网络营销使用情况

### 2.4.3 中小企业互联网应用特点与趋势

## 2.5 互联网行业市场规模及结构分析

### 2.5.1 互联网行业市场规模分析

### 2.5.2 互联网行业市场结构分析

## 2.6 互联网行业发展趋势及前景预测

### 2.6.1 互联网行业发展趋势分析

### 2.6.2 互联网行业发展前景预测

## 第3章：电子商务行业发展现状与趋势分析

### 3.1 全球电子商务行业发展现状与趋势分析

#### 3.1.1 全球电子商务行业发展概述

#### 3.1.2 全球电子商务行业市场规模分析

#### 3.1.3 全球电子商务行业市场结构分析

#### 3.1.4 全球电子商务行业市场发展状况分析

- (1) 美国电子商务行业发展状况分析
- (2) 欧洲电子商务行业发展状况分析
- (3) 亚洲电子商务行业发展状况分析
- (4) 其他地区电子商务发展状况分析

#### 3.1.5 国际电子商务行业成功经验借鉴

#### 3.1.6 国际电子商务行业发展趋势分析

### 3.2 中国电子商务行业发展现状与趋势分析

#### 3.2.1 中国电子商务行业发展概述

#### 3.2.2 中国电子商务行业发展规模

- (1) 中国电子商务交易规模
- (2) 中国电子商务区域分布
- (3) 中国电子商务行业分布
- (4) 中国电子商务从业人员规模

#### 3.2.3 中国电子商务行业发展趋势及前景预测

- (1) 中国电子商务行业发展趋势
- (2) 中国电子商务行业前景预测

### 3.3 电子商务主要运营模式分析

#### 3.3.1 B2B电子商务模式

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

#### 3.3.2 B2C电子商务模式

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

#### 3.3.3 C2C电子商务模式

- (1) C2C电子商务模式概述
- (2) 中国C2C电子商务盈利模式
- (3) 中国C2C电子商务目标客户
- (4) 中国C2C电子商务采购特征

- (5) 中国C2C电子商务物流特征
- (6) 中国C2C电子商务成本分析
- (7) 中国C2C电子商务存在的问题及对策

#### 3.3.4 其他电子商务模式

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

### 3.4 中国移动电子商务发展现状与趋势

#### 3.4.1 中国移动电子商务发展概述

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

#### 3.4.2 中国移动电子商务行业发展规模

- (1) 中国移动电子商务实物交易用户规模
- (2) 中国移动电子商务市场规模
- (3) 中国移动电子商务市场份额

#### 3.4.3 中国移动电子商务发展动因分析

#### 3.4.4 中国移动电子商务市场竞争状况分析

#### 3.4.5 中国移动电子商务运营模式分析

#### 3.4.6 中国移动电子商务存在问题及解决对策

#### 3.4.7 中国移动电子商务应用市场需求分析

- (1) 移动电子商务在企业应用中市场需求分析
- (2) 移动电子商务在个人应用中市场需求分析

#### 3.4.8 中国移动电子商务发展趋势分析

## 第4章：网络游戏行业发展现状与趋势分析

### 4.1 中国网络游戏用户基本属性

- 4.1.1 中国网络游戏用户基本特征
- 4.1.2 中国网络游戏年龄分布
- 4.1.3 中国网络游戏用户学历构成
- 4.1.4 中国网络游戏用户职业构成
- 4.1.5 中国网络游戏用户收入水平
- 4.1.6 中国网络游戏用户居住地级分布
- 4.1.7 中国网络游戏用户游戏年龄构成
- 4.1.8 中国网络游戏用户主要进行游戏的场所
- 4.1.9 中国网络游戏用户进行游戏的时间分布

### 4.2 中国网络游戏行业发展现状分析

#### 4.2.1 网络游戏规模分析

- (1) 用户规模
- (2) 市场规模

#### 4.2.2 网络游戏行业产品结构分析

#### 4.2.3 网络游戏行业企业竞争结构分析

#### 4.2.4 网络游戏行业市场区域结构分析

#### 4.2.5 网络游戏行业投融资分析

### 4.3 中国客户端网络游戏行业发展现状分析

#### 4.3.1 客户端网络游戏用户规模分析

#### 4.3.2 客户端网络游戏市场销售额分析

#### 4.3.3 客户端网络游戏市场占有率分析

#### 4.3.4 客户端网络游戏类型分析

#### 4.3.5 客户端网络游戏细分市场状况

#### 4.3.6 客户端网络游戏行业分析

### 4.4 中国网页游戏行业发展现状分析

#### 4.4.1 中国网页游戏用户规模分析

#### 4.4.2 中国网页游戏市场销售额分析

#### 4.4.3 中国网页游戏市场占有率分析

#### 4.4.4 中国网页游戏行业分析

### 4.5 中国移动游戏行业发展现状分析

- 4.5.1 中国移动游戏用户规模分析
- 4.5.2 中国移动游戏市场销售额分析
- 4.5.3 中国移动游戏市场占有率分析
- 4.5.4 中国移动游戏类型分析
- 4.5.5 中国移动游戏行业分析

## 第5章：网络广告行业发展现状与趋势分析

### 5.1 中国网络广告行业发展概况

- 5.1.1 网络广告的基本形式
- 5.1.2 网络广告行业发展特点

### 5.2 全球及主要广告市场发展分析

- 5.2.1 全球及主要广告市场规模分析
  - (1) 全球广告市场规模分析
  - (2) 各地区广告市场规模分析
- 5.2.2 全球广告市场媒体结构分析
- 5.2.3 全球网络广告市场规模及业务结构分析
  - (1) 全球网络广告市场规模分析
  - (2) 全球网络广告细分业务收入结构分析

### 5.3 中国网络广告市场发展分析

- 5.3.1 中国网络广告市场规模分析
- 5.3.2 中国网络广告计费方式结构分析
- 5.3.3 中国网络广告细分媒体市场结构分析

### 5.4 中国网络广告行业发展趋势分析

## 第6章：移动互联网行业发展现状与趋势分析

### 6.1 国际移动互联网行业发展分析

- 6.1.1 国际移动互联网行业整体状况
  - (1) 用户规模
  - (2) 市场格局
- 6.1.2 美国移动互联网行业发展现状
- 6.1.3 德国移动互联网行业发展现状
- 6.1.4 日本移动互联网行业发展分析
- 6.1.5 韩国移动互联网行业发展分析

### 6.2 中国移动互联网行业发展分析

- 6.2.1 移动互联网行业市场规模分析
- 6.2.2 移动互联网行业用户规模分析
- 6.2.3 移动互联网行业终端规模分析
- 6.2.4 移动互联网行业市场格局分析

### 6.3 中国移动互联网用户行为分析

- 6.3.1 移动互联网用户属性分析
  - (1) 性别比例
  - (2) 年龄分布
  - (3) 职业与收入分布
  - (4) 智能手机购买时长分布
  - (5) 智能手机操作系统分布
- 6.3.2 移动互联网网民行为分析
  - (1) 网民上网热点时段
  - (2) 网民上网地点分析
  - (3) 网民上网流量分析
- 6.3.3 用户对移动互联的业务需求分析

### 6.4 移动互联网行业前景预测

- 6.4.1 移动互联网行业发展趋势分析
- 6.4.2 移动互联网行业发展前景预测

### 6.5 移动互联网行业投资机会

## 第7章：搜索引擎行业发展现状与趋势分析

### 7.1 中国搜索引擎行业发展概况

- 7.1.1 中国搜索引擎行业理论研究进展
  - (1) 搜索引擎营销收入驱动力模型
  - (2) 搜索营销需求曲线
- 7.1.2 中国搜索引擎行业发展概况

### 7.2 国内外搜索引擎市场规模分析

- 7.2.1 全球及美国搜索引擎市场规模分析
  - (1) 全球搜索引擎市场规模分析
  - (2) 美国搜索引擎市场规模分析
- 7.2.2 中国搜索引擎市场规模分析
  - (1) 中国搜索引擎市场规模分析
  - (2) 中国搜索引擎用户规模分析
- 7.3 中国搜索引擎市场竞争格局分析
  - 7.3.1 中国搜索引擎市场竞争现状
  - 7.3.2 中国搜索引擎市场竞争趋势
- 7.4 中国搜索引擎行业发展趋势与前景预测
  - 7.4.1 搜索引擎行业发展趋势分析
  - 7.4.2 搜索引擎行业发展前景预测
- 第8章：网上支付行业发展现状与趋势分析**
  - 8.1 2012-2013年网上支付行业发展回顾
    - 8.1.1 牌照发放“普惠”促行业发展
    - 8.1.2 细分应用市场拓展新蓝海
    - 8.1.3 产品不断创新体现更高价值
    - 8.1.4 政策松绑行动、O2O不得其门而入
    - 8.1.5 延伸应用行动商机无限
  - 8.2 网上支付行业发展现状分析
    - 8.2.1 网上支付行业市场规模分析
    - 8.2.2 网上支付用户规模分析
    - 8.2.3 网上支付行业运营商发展现状分析
    - 8.2.4 网上支付细分行业发展现状分析
  - 8.3 网上支付行业发展趋势及前景预测
    - 8.3.1 网上支付行业发展趋势分析
    - 8.3.2 网上支付行业发展前景预测
- 第9章：其他互联网应用与服务发展分析**
  - 9.1 网络视频发展分析
    - 9.1.1 中国网络视频用户规模及市场规模分析
      - (1) 网络视频用户规模分析
      - (2) 网络视频市场规模分析
    - 9.1.2 中国网络视频用户属性、行为及需求分析
      - (1) 网络视频用户属性分析
      - (2) 网络视频用户使用行为分析
      - (3) 网络视频用户分享与上传行为分析
      - (4) 网络视频广告和付费视频用户需求分析
      - (5) 高清网络视频用户需求分析
    - 9.1.3 手机视频市场发展分析
      - (1) 手机视频市场现状分析
      - (2) 手机视频用户属性分析
      - (3) 手机视频用户行为分析
  - 9.2 网络购物发展分析
    - 9.2.1 网络购物规模分析
      - (1) 用户规模
      - (2) 市场规模
    - 9.2.2 网络购物核心用户特征分析
      - (1) 学历属于相对较高的水平
      - (2) 集中在政企单位职工和个体户
      - (3) 个人收入相对更高
      - (4) 青壮年群体是主力
    - 9.2.3 网络购物行业特征
      - (1) 网络购物行业格局
      - (2) 网络购物行业竞争现状
    - 9.2.4 网络购物发展趋势分析
- 第10章：互联网行业重点企业经营分析**
  - 10.1 互联网企业发展概况
    - 10.1.1 互联网百强企业收入情况
    - 10.1.2 互联网百强企业盈利能力

- 10.1.3 互联网百强企业区域分布
- 10.1.4 互联网百强企业流量情况分析
- 10.1.5 互联网百强企业品牌建设情况
- 10.2 领先互联网企业经营分析**
  - 10.2.1 腾讯控股有限公司经营分析
    - (1) 企业发展简况分析
    - (2) 主要经济指标分析
    - (3) 企业盈利能力分析
    - (4) 企业运营能力分析
    - (5) 企业偿债能力分析
    - (6) 企业发展能力分析
    - (7) 企业组织架构分析
    - (8) 企业产品服务分析
    - (9) 企业经营状况优劣势分析
  - 10.2.2 北京新浪互联信息服务有限公司经营分析
    - (1) 企业发展简况分析
    - (2) 企业经营情况分析
      - 1) 利润分析
      - 2) 资产负债分析
      - 3) 现金流量分析
    - (3) 企业产品服务分析
    - (4) 企业盈利模式分析
    - (5) 企业经营状况优劣势分析
    - (6) 企业投资兼并与重组分析
    - (7) 企业最新发展动向分析
  - 10.2.3 北京搜狐互联网信息服务有限公司经营分析
    - (1) 企业发展简况分析
    - (2) 企业经营情况分析
      - 1) 利润分析
      - 2) 资产负债分析
      - 3) 现金流量分析
    - (3) 企业产品服务分析
    - (4) 企业盈利模式分析
    - (5) 企业经营状况优劣势分析
    - (6) 企业最新发展动向分析
  - 10.2.4 广州网易计算机系统有限公司经营分析
    - (1) 企业发展简况分析
    - (2) 企业经营情况分析
      - 1) 利润分析
      - 2) 资产负债分析
      - 3) 现金流量分析
    - (3) 企业产品服务分析
    - (4) 企业盈利模式分析
    - (5) 企业经营状况优劣势分析
  - 10.2.5 百度在线网络技术（北京）有限公司经营分析
    - (1) 企业发展简况分析
    - (2) 企业经营情况分析
      - 1) 利润分析
      - 2) 资产负债分析
      - 3) 现金流量分析
    - (3) 企业产品服务分析
    - (4) 企业发展战略分析
    - (5) 企业经营状况优劣势分析
    - (6) 企业最新发展动向分析
  - 10.2.6 阿里巴巴（中国）有限公司经营分析
    - (1) 企业发展简况分析
    - (2) 企业产品及服务分析
    - (3) 企业经营情况分析
      - 1) 利润分析

- 2) 资产负债分析
  - 3) 现金流量分析
  - (4) 企业组织架构分析
  - (5) 企业盈利模式分析
  - (6) 企业业务网络分析
  - (7) 企业经营状况优劣势分析
  - (8) 企业最新发展动向分析
- 10.2.7 北京慧聪国际资讯有限公司经营分析
- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产品及服务分析
  - (3) 企业经营情况分析
    - 1) 主要经济指标分析
    - 2) 企业盈利能力分析
    - 3) 企业运营能力分析
    - 4) 企业偿债能力分析
    - 5) 企业发展能力分析
  - (4) 企业组织架构分析
  - (5) 企业盈利模式及发展战略分析
  - (6) 企业业务网络分析
  - (7) 企业经营状况优劣势分析
  - (8) 网站最新发展动向分析
- 10.2.8 浙江网盛生意宝股份有限公司经营分析
- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产品及服务分析
  - (3) 企业经营情况分析
    - 1) 主要经济指标分析
    - 2) 企业盈利能力分析
    - 3) 企业运营能力分析
    - 4) 企业偿债能力分析
    - 5) 企业发展能力分析
  - (4) 企业组织架构分析
  - (5) 企业盈利模式及发展战略分析
  - (6) 企业业务网络分析
  - (7) 企业经营状况优劣势分析
  - (8) 企业最新发展动向分析
- 10.2.9 北京当当网信息技术有限公司经营分析
- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产品及服务分析
  - (3) 企业经营情况分析
    - 1) 利润分析
    - 2) 资产负债分析
    - 3) 现金流量分析
  - (4) 企业盈利模式及发展战略分析
  - (5) 企业业务网络分析
  - (6) 企业经营状况优劣势分析
  - (7) 企业最新发展动向分析
- 10.2.10 上海麦考林国际邮购有限公司经营分析
- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产品及服务分析
  - (3) 企业经营情况分析
    - 1) 利润分析
    - 2) 资产负债分析
    - 3) 现金流量分析
  - (4) 企业盈利模式及发展战略分析
  - (5) 企业业务网络分析
  - (6) 企业经营状况优劣势分析
  - (7) 企业最新发展动向分析
- 10.2.11 携程旅行信息技术（上海）有限公司经营分析
- (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业产品及服务分析
  - (3) 企业经营情况分析
    - 1) 利润分析
    - 2) 资产负债分析
    - 3) 现金流量分析
  - (4) 企业盈利模式及发展战略分析
  - (5) 企业业务网络分析
  - (6) 企业经营状况优劣势分析
  - (7) 企业最新发展动向分析
- 10.2.12 北京空中信使信息技术有限公司经营分析
- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 主要经济指标分析
    - 1) 利润分析
    - 2) 资产负债分析
    - 3) 现金流量分析
  - (3) 企业产品服务分析
  - (4) 企业盈利模式分析
  - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 10.2.13 A8电媒音乐控股有限公司经营分析
- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产品及服务分析
  - (3) 企业经营情况分析
    - 1) 主要经济指标分析
    - 2) 企业盈利能力分析
    - 3) 企业运营能力分析
    - 4) 企业偿债能力分析
    - 5) 企业发展能力分析
  - (4) 企业盈利模式及发展战略分析
  - (5) 企业业务网络分析
  - (6) 企业经营状况优劣势分析
  - (7) 企业最新发展动向分析
- 10.2.14 上海盛大网络发展有限公司经营分析
- (1) 企业发展规模分析
  - (2) 企业主营业务分析
  - (3) 企业运营情况分析
    - 1) 利润分析
    - 2) 资产负债分析
    - 3) 现金流量分析
    - 4) 主要指标分析
  - (4) 企业经营优劣势分析
  - (5) 企业发展战略分析
  - (6) 企业投资兼并与重组分析
  - (7) 企业最新发展动向
- 10.2.15 上海巨人网络科技有限公司经营分析
- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产品及服务分析
  - (3) 企业经营情况分析
    - 1) 利润分析
    - 2) 资产负债分析
    - 3) 现金流量分析
  - (4) 企业盈利模式及发展战略分析
  - (5) 企业业务网络分析
  - (6) 企业经营状况优劣势分析
  - (7) 企业最新发展动向分析
- 10.2.16 完美世界（北京）网络技术有限公司经营分析
- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产品及服务分析
  - (3) 企业经营情况分析
    - 1) 利润分析

- 2) 资产负债分析
  - 3) 现金流量分析
  - (4) 企业盈利模式及发展战略分析
  - (5) 企业业务网络分析
  - (6) 企业经营状况优劣势分析
  - (7) 企业最新发展动向分析
- 10.2.17 北京畅游时代数码技术有限公司经营分析
- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产品及服务分析
  - (3) 企业经营情况分析
    - 1) 利润分析
    - 2) 资产负债分析
    - 3) 现金流量分析
    - (4) 企业盈利模式及发展战略分析
    - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 10.2.18 第九城市计算机技术咨询(上海)有限公司经营分析
- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产品及服务分析
  - (3) 企业经营情况分析
    - 1) 利润分析
    - 2) 资产负债分析
    - 3) 现金流量分析
    - (4) 企业盈利模式及发展战略分析
    - (5) 企业业务网络分析
    - (6) 企业经营状况优劣势分析
- 10.2.19 杭州顺网科技股份有限公司经营分析
- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产品及服务分析
  - (3) 企业经营情况分析
    - 1) 主要经济指标分析
    - 2) 企业盈利能力分析
    - 3) 企业运营能力分析
    - 4) 企业偿债能力分析
    - 5) 企业发展能力分析
  - (4) 企业股权结构及组织架构分析
  - (5) 企业盈利模式及发展战略分析
  - (6) 企业经营状况优劣势分析
- 10.2.20 前程网络信息技术(上海)有限公司经营分析
- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产品及服务分析
  - (3) 企业经营情况分析
    - 1) 利润分析
    - 2) 资产负债分析
    - 3) 现金流量分析
    - (4) 企业盈利模式及发展战略分析
    - (5) 企业业务网络分析
    - (6) 企业经营状况优劣势分析
- 10.2.21 中国金融在线有限公司经营分析
- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产品及服务分析
  - (3) 企业经营情况分析
    - 1) 利润分析
    - 2) 资产负债分析
    - 3) 现金流量分析
    - (4) 企业盈利模式及发展战略分析
    - (5) 企业业务网络分析
    - (6) 企业经营状况优劣势分析
- 10.2.22 中华网科技公司经营分析
- (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业产品及服务分析
  - (3) 企业经营情况分析
    - 1) 主要经济指标分析
    - 2) 企业盈利能力分析
    - 3) 企业运营能力分析
    - 4) 企业偿债能力分析
    - 5) 企业发展能力分析
  - (4) 企业盈利模式及发展战略分析
  - (5) 企业业务网络分析
  - (6) 企业经营状况优劣势分析
- 10.2.23 焦点科技股份有限公司经营分析
- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产品及服务分析
  - (3) 企业经营情况分析
    - 1) 主要经济指标分析
    - 2) 企业盈利能力分析
    - 3) 企业运营能力分析
    - 4) 企业偿债能力分析
    - 5) 企业发展能力分析
  - (4) 企业盈利模式及发展战略分析
  - (5) 企业经营状况优劣势分析
- 10.2.24 厦门三五互联科技股份有限公司经营分析
- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产品及服务分析
  - (3) 企业经营情况分析
    - 1) 主要经济指标分析
    - 2) 企业盈利能力分析
    - 3) 企业运营能力分析
    - 4) 企业偿债能力分析
    - 5) 企业发展能力分析
  - (4) 企业组织架构分析
  - (5) 企业盈利模式及发展战略分析
  - (6) 企业业务网络分析
  - (7) 企业经营状况优劣势分析
- 10.2.25 浙江核新同花顺网络信息股份有限公司经营分析
- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产品及服务分析
  - (3) 企业经营情况分析
    - 1) 主要经济指标分析
    - 2) 企业盈利能力分析
    - 3) 企业运营能力分析
    - 4) 企业偿债能力分析
    - 5) 企业发展能力分析
  - (4) 企业组织架构分析
  - (5) 企业盈利模式及发展战略分析
  - (6) 企业业务网络分析
  - (7) 企业经营状况优劣势分析
- 10.2.26 东方财富信息股份有限公司经营分析
- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产品及服务分析
  - (3) 企业经营情况分析
    - 1) 主要经济指标分析
    - 2) 企业盈利能力分析
    - 3) 企业运营能力分析
    - 4) 企业偿债能力分析
    - 5) 企业发展能力分析
  - (4) 企业组织架构分析
  - (5) 企业盈利模式及发展战略分析
  - (6) 企业业务网络分析

- (7) 企业经营状况优劣势分析
- 10.2.27 优酷网经营分析
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产品及服务分析
  - (3) 企业经营情况分析
    - 1) 利润分析
    - 2) 资产负债分析
    - 3) 现金流量分析
  - (4) 企业盈利模式及发展战略分析
  - (5) 企业业务网络分析
  - (6) 企业经营状况优劣势分析
- 10.2.28 酷6传媒有限公司经营分析
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产品及服务分析
  - (3) 企业经营情况分析
    - 1) 利润分析
    - 2) 资产负债分析
    - 3) 现金流量分析
  - (4) 企业盈利模式及发展战略分析
  - (5) 企业业务网络分析
  - (6) 企业经营状况优劣势分析
- 10.2.29 北京网秦天下科技有限公司经营分析
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业经营情况分析
    - 1) 利润分析
    - 2) 资产负债分析
    - 3) 现金流量分析
  - (3) 企业组织架构分析
  - (4) 企业产品服务分析
  - (5) 企业盈利模式分析
  - (6) 企业经营状况优劣势分析
- 10.2.30 人人公司经营分析
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业产品及服务分析
  - (3) 企业经营情况分析
    - 1) 利润分析
    - 2) 资产负债分析
    - 3) 现金流量分析
  - (4) 企业盈利模式及发展战略分析
  - (5) 企业业务网络分析
  - (6) 企业经营状况优劣势分析

## 第11章：互联网行业投融资分析

### 11.1 互联网行业投资分析

- 11.1.1 互联网行业投资特性分析
  - (1) 互联网行业进入壁垒分析
  - (2) 互联网行业盈利模式分析
  - (3) 互联网行业盈利因素分析
- 11.1.2 互联网行业投资风险分析
  - (1) 政策风险
  - (2) 技术风险
  - (3) 竞争风险
  - (4) 其他风险
- 11.1.3 中国互联网并购交易情况

### 11.2 互联网行业融资分析

- 11.2.1 电子商务
- 11.2.2 在线租房
- 11.2.3 在线旅游
- 11.2.4 在线教育
- 11.2.5 互联网金融

## 图表目录

- 图表1: 互联网行业分类表
- 图表2: 互联网行业政策法规分析
- 图表3: 互联网行业“十二五”规划分析
- 图表4: 2012-2014年OECD欧元区综合领先指数走势图
- 图表5: 2013-2014年IMF全球初级产品价格指数
- 图表6: 2012-2015年世界国际贸易增长趋势 (单位: %)
- 图表7: 2008-2015年主要发达经济体消费物价增长率 (单位: %)
- 图表8: 2011-2014年美国GDP增长率走势 (单位: %)
- 图表9: 2007-2014年美国制造业采购经理指数走势
- 图表10: 2007-2014年美国失业率走势图 (单位: %)
- 图表11: 2009-2014年加拿大GDP现价和增长率变化图 (单位: 亿加元, %)
- 图表12: 2007-2014年欧元区信心指数走势 (单位: %)
- 图表13: 2012-2014年欧元区失业率变动图 (单位: %)
- 图表14: 2014年全球宏观经济指标预测 (单位: %)
- 图表15: 2008-2014年三季度中国国内生产总值及其增长速度 (单位: 万亿元, %)
- 图表16: 2013-2014年我国GDP季度同比增速 (单位: %)
- 图表17: 2005-2014年互联网相关专利申请数量变化图 (单位: 个)
- 图表18: 2005-2014年互联网相关专利公开数量变化图 (单位: 个)
- 图表19: 截止2014年底互联网相关专利申请人构成 (单位: 个)
- 图表20: 互联网技术分类构成 (单位: 个)
- 图表21: 2009-2014年中国网民规模与普及率 (单位: 亿人, %)
- 图表22: 2013-2014年中国网民上网使用设备情况 (单位: %)
- 图表23: 2011-2014年中国网民人均每周上网时长 (单位: 小时)
- 图表24: 2013-2014年中国网民上网地点情况 (单位: %)
- 图表25: 2013-2014年中国网民性别结构 (单位: %)
- 图表26: 2013-2014年中国网民年龄结构 (单位: %)
- 图表27: 2013-2014年中国网民学历结构 (单位: %)
- 图表28: 2013-2014年中国网民职业结构 (单位: %)
- 图表29: 2013-2014年中国网民收入结构 (单位: %)
- 图表30: 2013-2014年中国互联网基础资源对比 (单位: 个, 块/32, Mbps, %)
- 图表31: 2009-2014年中国Ipv6地址数 (单位: 块/32)
- 图表32: 2006-2013年中国Ipv4地址资源变化情况 (单位: 块/32)
- 图表33: 2014年上半年中国分类域名数 (单位: 个, %)
- 图表34: 2014年上半年中国分类CN域名数 (单位: 个, %)
- 图表35: 2006-2013年中国网站数量 (单位: 万个)
- 图表36: 2010-2014年中国国际出口带宽变化情况 (单位: Mbps, %)
- 图表37: 2013年主要骨干网络国际出口带宽数 (单位: Mbps)
- 图表38: 2012-2013中国网民对各类网络应用的使用率 (单位: 万人, %)
- 图表39: 2013-2014年搜索引擎用户数及使用率 (单位: 万人, %)
- 图表40: 2013-2014年网络新闻用户数及使用率 (单位: 万人, %)
- 图表41: 2013-2014年中国网络购物用户数及使用率 (单位: 万人, %)
- 图表42: 2013-2014年中国团购用户数及使用率 (单位: 万人, %)
- 图表43: 2013-2014年中国网上支付用户数及使用率 (单位: 万人, %)
- 图表44: 2013-2014年中国旅行预订用户数及使用率 (单位: 万人, %)
- 图表45: 2013-2014年中国网民各类旅行预订服务使用率 (单位: %)
- 图表46: 2013-2014年中国即时通信用户数及使用率 (单位: 万人, %)
- 图表47: 2013-2014年博客/个人空间用户数及使用率 (单位: 万人, %)
- 图表48: 2013-2014年微博用户数及使用率 (单位: 万人, %)
- 图表49: 2013-2014年社交网站用户数及使用率 (单位: 万人, %)
- 图表50: 2013-2014年中国网络游戏用户规模及使用率 (单位: 万人, %)
- 图表51: 2013-2014年网络视频用户数及使用率 (单位: 万人, %)
- 图表52: 2013-2014年手机网民网络应用 (单位: %)
- 图表53: 2013-2014年手机即时通讯网民数及使用率 (单位: 万人, %)

- 图表54: 2013-2014年手机搜索网民数及使用率(单位:万人,%)
- 图表55: 2013-2014年手机微博网民数及使用率(单位:万人,%)
- 图表56: 2013-2014年手机网络视频网民数及使用率(单位:万人,%)
- 图表57: 2013-2014年手机网络游戏网民数及使用率(单位:万人,%)
- 图表58: 2013-2014年手机网络购物网民数及使用率(单位:万人,%)
- 图表59: 2013-2014年手机支付网民数及使用率(单位:万人,%)
- 图表60: 2013年使用计算机的企业比例(按企业规模划分)(单位:%)
- 图表61: 2013年使用计算机的企业比例(按企业所在区域划分)(单位:%)
- 图表62: 2013年使用互联网的企业比例(按企业规模划分)(单位:%)
- 图表63: 2013年使用互联网的企业比例(按企业所在区域划分)(单位:%)
- 图表64: 2013年企业互联网的接入方式(单位:%)
- 图表65: 2013-2020年“宽带中国”发展目标与发展时间表(单位:亿户,%,Mbps,Gbps,亿个等)
- 图表66: 2013年重点行业中开展在线销售的企业比例(单位:%)
- 图表67: 2013年重点行业中开展在线采购的企业比例(单位:%)
- 图表68: 2013年各种网络营销方式的使用率(单位:%)
- 图表69: 2009-2014年中国网络经济市场规模及增长率(单位:亿元,%)
- 图表70: 2013-2014年中国网络经济市场结构(单位:%)
- 图表71: 2011-2020年中国移动购物市场规模及预测(单位:亿元,%)
- 图表72: 2010-2020年中国B2B电子商务运营商营收规模及预测(单位:亿元,%)
- 图表73: 2015-2020年中国网络经济市场规模预测(单位:亿元,%)
- 图表74: 2012-2014年全球电子商务销售收入及预测(单位:万亿美元)
- 图表75: 全球电子商务模式结构(单位:%)
- 图表76: 全球电子商务国家排名情况
- 图表77: 2008-2014年美国电子商务市场规模及增长情况预测(单位:亿美元,%)
- 图表78: 2010-2014年欧洲网上零售交易规模(单位:亿美元,%)
- 图表79: 2013年欧洲各国B2C交易额移动端占比(单位:%)
- 图表80: 日本电子商务发展战略
- 图表81: 2017-2013年韩国电子商务市场规模及增长情况(单位:万亿韩元,%)
- 图表82: 2014-2020年全球电子商务销售收入预测(单位:万亿美元)
- 图表83: 2010-2015年中国电子商务交易额及增长情况预测(单位:万亿元,%)
- 图表84: 中国电子商务区域分布情况(单位:%)
- 图表85: 中国电子商务行业分布情况(单位:%)
- 图表86: 2010-2015年中国电子商务直接从业人员规模及预测(单位:万人)
- 图表87: 2010-2015年中国电子商务带动从业人员规模(单位:万人)
- 图表88: 2015-2020年中国电子商务市场交易额预测(单位:万亿元)
- 图表89: B2B电子商务模式分类
- 图表90: 中国B2B电子商务盈利模式分析
- 图表91: B2B电子商务物流模式选择分析
- 图表92: 中国B2B电子商务问题分析
- 图表93: 中国B2B电子商务问题对策
- 图表94: 中国B2C电子商务盈利模式分析
- 图表95: 中国B2C电子商务问题分析
- 图表96: 中国B2C电子商务问题对策
- 图表97: 中国C2C电子商务盈利模式分析
- 图表98: C2C电子商务物流经营模式选择
- 图表99: 中国C2C电子商务问题分析
- 图表100: 中国C2C电子商务问题对策
- 图表101: O2O电子商务模式结构图
- 图表102: Uber运作流程
- 图表103: 近年来中国移动电子商务发展历程
- 图表104: 移动电子商务产业链
- 图表105: 移动电子商务产业链主体
- 图表106: 2009-2015年中国移动电子商务实物交易用户规模及预测(单位:万户,%)
- 图表107: 2009-2014年中国移动互联网市场规模及预测(单位:亿元,%)
- 图表108: 2013年中国移动购物企业交易规模占比(单位:%)
- 图表109: 移动电子商务取得快速发展原因分析
- 图表110: 中国移动电子商务存在问题及解决对策
- 图表111: 中国网络游戏用户性别比例(单位:%)
- 图表112: 中国网络游戏用户年龄分布(单位:%)

- 图表113: 中国网络游戏用户学历分布 (单位: %)  
图表114: 中国网络游戏用户职业分布 (单位: %)  
图表115: 中国网络游戏用户收入分布 (单位: %)  
图表116: 中国网络游戏用户地域分布 (单位: %)  
图表117: 中国网络游戏用户游戏年龄分布 (单位: 年, %)  
图表118: 中国网络游戏用户主要进行游戏的场所分布 (单位: %)  
图表119: 中国网络游戏用户进行游戏的时间分布 (单位: %)  
图表120: 2013-2014年中国网络游戏用户数及使用率 (单位: 万人, %)

……略

如需了解报告详细内容, 请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线: 400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件: [service@qianzhan.com](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站: <https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务!