

2025-2030年中国互联网出海现状调研与投资机遇研究分析报告

目 录

CONTENTS

- 第1章：互联网产业综述及数据统计说明
 - 1.1 互联网产业界定及所处行业
 - 1.1.1 互联网产业界定
 - (1) 定义
 - (2) 特征
 - (3) 术语
 - 1.1.2 互联网产业分类
 - 1.1.3 互联网所处行业
 - 1.2 互联网产业国内外监管概况
 - 1.2.1 国内外互联网产业监管环境
 - 1.2.2 国内外互联网相关执行标准
 - 1.3 互联网产业画像及全球分工
 - 1.3.1 互联网全球产业链分工
 - 1.3.2 互联网产业链全景图谱
 - 1.3.3 互联网产业链热力地图
 - 1.4 本报告的数据统计说明
 - 1.4.1 本报告研究范围界定
 - 1.4.2 本报告权威数据来源
 - 1.4.3 研究方法 & 统计标准
- 第2章：中国互联网产业发展现状及互联网出海现状
 - 2.1 中国互联网产业发展历程
 - 2.2 中国互联网产业市场主体
 - 2.2.1 互联网产业参与者类型
 - 2.2.2 互联网产业主要企业
 - (1) 企业数量
 - (2) 不同领域互联网企业数量
 - 2.3 中国互联网基础资源状况
 - 2.3.1 中国IP地址数量
 - 2.3.2 中国域名数量
 - 2.3.3 中国互联网宽带接入端口数量
 - 2.4 中国互联网基础设施建设
 - 2.4.1 中国基站数量
 - 2.4.2 中国互联网光缆线路长度
 - 2.4.3 中国算力基础设施建设情况
 - 2.5 中国网民规模和互联网普及率
 - 2.5.1 中国网民规模
 - 2.5.2 中国网民结构
 - 2.5.3 中国互联网普及率
 - 2.6 中国互联网接入设备及上网时长
 - 2.6.1 中国互联网上网设备情况
 - 2.6.2 中国互联网网民上网时长
 - 2.7 中国互联网应用产业状况
 - 2.7.1 总体发展状况
 - 2.7.2 基础应用市场概况
 - (1) 即时通信
 - (2) 在线办公
 - (3) 搜索引擎
 - 2.7.3 商务交易类应用市场概况
 - (1) 网络支付
 - (2) 网络购物
 - (3) 网上外卖

- 2.7.4 网络娱乐类应用市场概况
 - (1) 网络视频
 - (2) 网络游戏
 - (3) 网络文学
- 2.7.5 公共服务类应用市场概况
 - (1) 网约车
 - (2) 在线医疗
 - (3) 在线教育

2.8 中国互联网产业规模体量

2.9 中国互联网产业竞争态势

- 2.9.1 互联网同业竞争程度
- 2.9.2 互联网市场竞争格局
 - (1) 用户规模排名
 - (2) 中国互联网企业排名
 - (3) 市场份额
- 2.9.3 互联网市场集中度

2.10 中国互联网产业经营效益

2.11 中国互联网产业发展痛点

2.12 中国互联网出海布局现状

- 2.12.1 中国互联网出海历程
- 2.12.2 中国互联网出海规模
- 2.12.3 中国互联网出海痛点分析

第3章：全球互联网产业发展现状及市场竞争格局

3.1 全球互联网基础资源状况

- 3.1.1 全球IPv6部署情况
 - (1) 全球IPv6部署程度
 - (2) 全球IPv6用户分布
- 3.1.2 全球域名数量及变化
- 3.1.3 全球5G网络及基站部署情况
 - (1) 全球5G商用网络部署情况
 - (2) 全球5G用户数增长情况
 - (3) 全球5G分区域覆盖率

3.2 全球互联网基础设施建设

- 3.2.1 全球5G基站部署情况
- 3.2.2 全球数据中心建设现状
- 3.2.3 全球算力中心建设现状

3.3 全球网民规模和互联网普及率

- 3.3.1 全球网民规模和互联网普及率
- 3.3.2 全球互联网普及率分区域情况

3.4 全球互联网接入环境状况

- 3.4.1 全球上网时间统计
- 3.4.2 全球物联网连接现状
- 3.4.3 全球蜂窝移动电话用户数及区域渗透
 - (1) 全球蜂窝移动电话用户数
 - (2) 全球蜂窝移动电话用户区域渗透
- 3.4.4 全球移动电话用户数及区域渗透
 - (1) 全球移动电话用户数
 - (2) 全球移动电话用户区域渗透
- 3.4.5 全球固定宽带用户数及区域渗透
 - (1) 全球固定宽带用户数
 - (2) 全球固定宽带用户区域渗透
- 3.4.6 全球固定电话用户数及区域渗透
 - (1) 全球固定电话用户数
 - (2) 全球固定电话用户区域渗透
- 3.4.7 全球互联网接入经济负担

3.5 全球互联网应用产业状况

3.6 全球互联网产业规模体量

3.7 全球互联网产业区域格局

- 3.7.1 全球互联网产业发展指数TOP10

- 3.7.2 全球互联网产业区域市场规模分布
- 3.8 全球互联网市场竞争格局
- 3.9 中国互联网企业全球市场竞争力
 - 3.9.1 中国互联网企业全球市场竞争力——按总市值
 - 3.9.2 中国互联网企业全球市场竞争力——按营业收入
- 3.10 中国互联网企业的海外市场收入
- 第4章：中国互联网企业出海布局现状及路径模式**
 - 4.1 中国互联网企业海外布局驱动因素分析
 - 4.1.1 中国互联网企业出海布局动因
 - 4.1.2 驱动因素：需求驱动
 - (1) 国内市场增速放缓
 - (2) 国外市场需求空间
 - 4.1.3 驱动因素：降本增效
 - 4.1.4 驱动因素：政策驱动
 - (1) 国内政策支持
 - (2) 目标市场政策
 - 4.1.5 驱动因素：对外投资
 - (1) 对外投资规模
 - (2) 中国对外直接投资区域分布
 - (3) 中国对外直接投资行业分布
 - 4.2 中国互联网产业海外布局企业汇总
 - 4.3 中国互联网企业海外布局进程分析
 - 4.4 中国互联网企业海外布局模式分析
 - 4.5 中国互联网企业海外布局路径分布
 - 4.5.1 中国互联网企业海外布局路径分析
 - 4.5.2 中国互联网企业海外布局分布
 - 4.6 中国互联网企业海外并购事件汇总
 - 4.7 中国互联网企业海外投资事件汇总
 - 4.8 中国互联网企业海外战略合作布局
 - 4.9 中国互联网企业出海面临挑战分析
- 第5章：中国互联网企业出海的核心竞争力构建**
 - 5.1 中国互联网企业海外市场拓展的步骤
 - 5.2 中国互联网企业出海的本土化及合规经营
 - 5.2.1 海外用工之难及破解之道
 - (1) 海外主要用工方式
 - (2) 海外福利结构
 - (3) 海外职场文化
 - (4) 海外员工情况
 - 5.2.2 中企出海的合规经营要点
 - 5.2.3 中企出海的数据合规挑战
 - (1) 主要出海目标数据保护立法
 - (2) 中企出海的数据合规挑战
 - (3) 中企出海的数据合规应对
 - 5.3 中国互联网企业出海核心竞争力构建综述
 - 5.4 中国互联网企业出海竞争力：技术创新能力
 - 5.5 中国互联网企业出海竞争力：生态系统构建
 - 5.6 中国互联网企业出海竞争力：产品创新/文化融合
 - 5.7 中国互联网企业出海竞争力：品牌建设能力
 - 5.7.1 品牌建设能力概述
 - 5.7.2 中国企业出海品牌形象建设方式
 - 5.7.3 中国互联网企业出海品牌区域分布情况
 - 5.8 中国互联网企业出海的本土化经营战略
- 第6章：中国互联网企业出海布局目标市场分析**
 - 6.1 互联网中国企业海外布局区域
 - 6.2 互联网中国企业海外营商环境
 - 6.3 互联网中国企业海外发展格局
 - 6.3.1 中国电子商务主要出口去向
 - 6.3.2 中国移动游戏主要出口去向
 - 6.3.3 中国金融科技主要出口去向

- 6.3.4 中国泛娱乐主要出口去向
 - 6.4 出海目标区域市场：东南亚**
 - 6.4.1 东南亚互联网营商环境
 - 6.4.2 东南亚互联网市场概况
 - (1) 联网渗透率
 - (2) 电子商务
 - (3) 在线媒体
 - (4) 数字支付
 - 6.4.3 东南亚互联网竞争态势
 - 6.4.4 东南亚互联网市场潜力
 - 6.5 出海目标区域市场：拉丁美洲**
 - 6.5.1 拉丁美洲互联网营商环境
 - 6.5.2 拉丁美洲互联网市场概况
 - (1) 互联网渗透率
 - (2) 电子商务
 - (3) 数字支付
 - (4) 移动游戏
 - 6.5.3 拉丁美洲互联网竞争态势
 - 6.5.4 拉丁美洲互联网市场潜力
 - 6.6 出海目标区域市场：欧美（欧洲和北美）**
 - 6.6.1 欧美互联网营商环境
 - 6.6.2 欧美互联网市场概况
 - (1) 互联网渗透率
 - (2) 电子商务
 - (3) 金融科技
 - (4) 移动游戏
 - 6.6.3 欧美互联网竞争态势
 - 6.6.4 欧美互联网市场潜力
 - 6.7 出海目标区域市场：非洲**
 - 6.7.1 非洲互联网营商环境
 - 6.7.2 非洲互联网市场概况
 - (1) 互联网渗透率
 - (2) 电子商务
 - (3) 数字支付
 - (4) 泛娱乐
 - 6.7.3 非洲互联网竞争态势
 - 6.7.4 非洲互联网市场潜力
 - 6.8 中国互联网企业出海目标市场战略地位分析**
- 第7章：中国互联网企业出海布局细分市场分析**
- 7.1 海外互联网市场细分产品需求特征**
 - 7.2 中国互联网企业海外布局产品分布**
 - 7.3 中国互联网企业海外布局细分市场概况**
 - 7.3.1 中国互联网企业海外布局细分市场概况
 - 7.3.2 中国互联网企业海外布局细分市场结构
 - 7.4 中国互联网企业出海细分市场：电商出海**
 - 7.4.1 电商出海概述
 - 7.4.2 电商市场概况
 - 7.4.3 电商出海概况
 - 7.5 中国互联网企业出海细分市场：内容出海（影视、文学、音乐、游戏等）**
 - 7.5.1 内容出海概述
 - 7.5.2 内容市场概况
 - 7.5.3 内容出海概况
 - 7.6 中国互联网企业出海细分市场：工具出海**
 - 7.6.1 工具出海概述
 - 7.6.2 工具市场概况
 - 7.6.3 工具出海概况
 - 7.7 中国互联网企业出海细分市场：社交出海**
 - 7.7.1 社交出海概述
 - 7.7.2 社交市场概况

- 7.7.3 社交出海概况
 - 7.8 中国互联网产业其他细分市场出海概况
 - 7.8.1 金融科技出海
 - 7.8.2 生活服务出海
 - 7.8.3 企业服务出海
 - 7.8.4 在线教育出海
 - 7.9 中国互联网企业出海细分市场战略地位分析
- 第8章：中国互联网企业出海布局典型案例分析**
- 8.1 中国互联网企业出海布局的梳理与对比
 - 8.2 中国互联网企业出海布局典型案例分析
 - 8.2.1 阿里巴巴（中国）网络技术有限公司
 - (1) 企业基本信息
 - (2) 企业经营情况
 - (3) 企业互联网业务
 - (4) 互联网出海布局
 - (5) 企业海外业务收入
 - (6) 企业海外投资并购
 - (7) 企业出海布局战略&优劣势
 - 8.2.2 腾讯控股有限公司
 - (1) 企业基本信息
 - (2) 企业经营情况
 - (3) 企业互联网业务
 - (4) 互联网出海布局
 - (5) 企业海外营业收入
 - (6) 企业海外投资并购
 - (7) 企业出海布局战略&优劣势
 - 8.2.3 北京百度网讯科技有限公司
 - (1) 企业基本信息
 - (2) 企业经营情况
 - (3) 企业互联网业务
 - (4) 互联网出海布局
 - (5) 企业出海布局战略&优劣势
 - 8.2.4 北京抖音信息服务有限公司
 - (1) 企业基本信息
 - (2) 企业经营情况
 - (3) 企业互联网业务
 - (4) 互联网出海布局
 - (5) 企业海外营业收入
 - (6) 企业海外投资并购
 - (7) 企业出海布局战略&优劣势
 - 8.2.5 掌阅科技股份有限公司
 - (1) 企业基本信息
 - (2) 企业经营情况
 - (3) 企业互联网业务
 - (4) 互联网出海布局
 - (5) 企业出海布局战略&优劣势
 - 8.2.6 昆仑万维科技股份有限公司
 - (1) 企业基本信息
 - (2) 企业经营情况
 - (3) 企业互联网业务
 - (4) 互联网出海布局
 - (5) 企业海外营业收入
 - (6) 企业海外投资并购
 - (7) 企业出海布局战略&优劣势
 - 8.2.7 麒麟合盛网络技术股份有限公司
 - (1) 企业基本信息
 - (2) 企业经营情况
 - (3) 企业互联网业务
 - (4) 互联网出海布局

- (5) 企业出海布局战略&优劣势
- 8.2.8 乐元素科技（北京）股份有限公司
 - (1) 企业基本信息
 - (2) 企业经营情况
 - (3) 企业互联网业务
 - (4) 互联网出海布局
 - (5) 企业出海布局战略&优劣势
- 8.2.9 广州华多网络科技有限公司
 - (1) 企业基本信息
 - (2) 企业经营情况
 - (3) 企业互联网业务
 - (4) 互联网出海布局
 - (5) 企业海外营业收入
 - (6) 企业出海布局战略&优劣势
- 8.2.10 三七互娱网络科技集团股份有限公司
 - (1) 企业基本信息
 - (2) 企业经营情况
 - (3) 企业互联网业务
 - (4) 互联网出海布局
 - (5) 企业海外营业收入
 - (6) 企业出海布局战略&优劣势

第9章：中国互联网产业出海布局发展前景及趋势

- 9.1 中国互联网企业出海布局PEST分析图
- 9.2 中国互联网企业出海布局SWOT分析图
- 9.3 中国互联网企业出海布局市场潜力评估
- 9.4 中国互联网企业出海布局未来关键增长点
- 9.5 中国互联网企业出海布局市场前景预测
- 9.6 中国互联网企业出海布局发展趋势洞悉
 - 9.6.1 中国互联网企业出海监管规范趋势
 - 9.6.2 中国互联网企业出海产品创新趋势
 - 9.6.3 中国互联网企业出海模式创新趋势
 - 9.6.4 中国互联网企业出海路径创新趋势

第10章：中国互联网产业出海布局的风险与机遇

- 10.1 中国互联网企业出海布局风险预警
 - 10.1.1 中国互联网企业出海布局风险预警
 - 10.1.2 中国互联网企业出海布局风险应对
- 10.2 中国互联网企业出海布局细分市场机遇
- 10.3 中国互联网企业出海布局目标市场机遇
- 10.4 中国互联网企业出海布局投资策略建议
- 10.5 中国互联网企业出海布局可持续发展建议

图表目录

- 图表1：互联网的特征
- 图表2：互联网专业术语
- 图表3：互联网产业分类
- 图表4：国民经济中互联网所处行业归属
- 图表5：国内外互联网产业监管环境
- 图表6：国内外互联网相关执行标准
- 图表7：互联网全球产业链分工
- 图表8：互联网产业链全景图谱
- 图表9：互联网产业链热力地图
- 图表10：报告研究范围界定
- 图表11：报告权威数据来源
- 图表12：报告研究统计方法
- 图表13：中国互联网产业发展历程

- 图表14: 中国互联网产业参与者类型
- 图表15: 2015-2025年中国互联网产业注册数量 (单位: 家)
- 图表16: 中国互联网产业百强业务分布 (单位: 家)
- 图表17: 2023-2025年中国IPv4地址数量 (单位: 万个)
- 图表18: 2018-2025年中国IPv6地址数量 (单位: 块/32)
- 图表19: 2018-2025年中国域名数量 (单位: 万个)
- 图表20: 截至2025年6月中国分类域名数量 (单位: 个)
- 图表21: 2020-2025年中国互联网宽带接入端口数量 (单位: 亿个)
- 图表22: 2017-2025年我国基站数发展情况 (单位: 万个)
- 图表23: 2020-2025年中国互联网光缆线路长度 (单位: 万公里)
- 图表24: 中国IDC (互联网数据中心) 产业集群发展规划
- 图表25: 2017-2025年中国IDC (互联网数据中心) 行业机架规模 (单位: 万架)
- 图表26: 2018-2025年中国互联网网民规模 (单位: 亿人)
- 图表27: 2021-2025年中国互联网网民结构 (单位: %)
- 图表28: 截至2025年6月中国互联网网民年龄结构 (单位: %)
- 图表29: 2018-2025年中国互联网普及率 (单位: %)
- 图表30: 截至2025年6月中国互联网接入设备使用情况 (单位: %)
- 图表31: 2020-2025年互联网网民人均每周上网时长 (单位: 小时)
- 图表32: 2024.12-2025.6中国各类互联网应用用户规模和网民使用率 (单位: 万人, %)
- 图表33: 2020-2025年互联网即时通信用户规模及使用率 (单位: 亿人, %)
- 图表34: 2020-2024年互联网搜在线办公使用人数和使用率 (单位: 亿人, %)
- 图表35: 2020-2025年互联网搜索引擎用户规模及使用率 (单位: 亿人, %)
- 图表36: 2020-2025年中国网络支付用户规模及使用率 (单位: 亿人, %)
- 图表37: 2020-2025年中国网络购物用户规模及使用率 (单位: 亿人, %)
- 图表38: 2020-2025年中国网上外卖用户规模及使用率 (单位: 亿人, %)
- 图表39: 2020-2025年中国网络视频用户规模及使用率 (单位: 亿人, %)
- 图表40: 2020-2025年中国网络游戏用户规模及使用率 (单位: 亿人, %)
- 图表41: 2020-2025年中国网络文学用户规模及使用率 (单位: 亿人, %)
- 图表42: 2020-2025年中国网约车用户规模及使用率 (单位: 亿人, %)
- 图表43: 2020-2025年中国在线医疗用户规模及使用率 (单位: 亿人, %)
- 图表44: 2023-2025年中国在线教育用户规模及使用率 (单位: 亿人, %)
- 图表45: 2018-2025年中国规模以上和相关服务企业完成互联网业务收入 (单位: 亿元)
- 图表46: 中国互联网同业竞争程度
- 图表47: 截至2025年6月中国互联网企业去重总用户量 (单位: 亿人)
- 图表48: 2024年中国互联网综合实力前20家企业
- 图表49: 连续十二年名列中国互联网综合实力企业
- 图表50: 2024年中国电商市场份额 (单位: %)
- 图表51: 2024年中国游戏行业市场份额 (单位: %)
- 图表52: 2024年中国短视频行业时长份额 (单位: %)
- 图表53: 2024年中国互联网细分领域市场集中度 (单位: %)
- 图表54: 2019-2025年中国规模以上互联网企业业务利润总额 (单位: 亿元)
- 图表55: 中国互联网产业发展痛点问题
- 图表56: 中国互联网出海历程
- 图表57: 2019-2024年中国互联网出海规模 (单位: 亿美元)
- 图表58: 中国互联网出海痛点问题
- 图表59: 截至2024年全球IPv6部署程度 (单位: %)
- 图表60: 截至2024年全球IPv6用户分布 (单位: 万)
- 图表61: 2023-2025年全球域名数量及变化 (单位: 亿)
- 图表62: 2019-2024年全球5G商用网络部署情况 (单位: 个)
- 图表63: 2019-2024年全球5G用户数增长情况 (单位: 亿)
- 图表64: 2024年全球5G分区域覆盖率 (单位: %)
- 图表65: 2023-2024年全球5G基站部署量 (单位: 万个)
- 图表66: 2015-2024年全球超大规模数据中心数量走势 (单位: 个, %)
- 图表67: 截至2025年全球算力中心数量分布 (单位: 个)
- 图表68: 2005-2024年全球网民规模和互联网普及率 (单位: 亿人, %)
- 图表69: 2019-2024年全球互联网普及率分区域情况——按收入高低 (单位: %)
- 图表70: 2019-2024年全球互联网普及率分区域情况——按区域划分 (单位: %)
- 图表71: 全球分区域上网时间统计 (单位: 小时/天)
- 图表72: 2019-2024年全球蜂窝物联网连接数 (单位: 亿)

- 图表73: 2005-2024年全球每100名居民拥有蜂窝移动电话的用户数量(单位: 个/百名)
- 图表74: 2024年全球全球蜂窝移动电话用户区域渗透情况(单位: 个/百名)
- 图表75: 2007-2024年全球每100名居民拥有移动电话的用户数量(单位: 个/百名)
- 图表76: 2024年全球移动电话用户区域渗透情况(单位: 个/百名)
- 图表77: 2005-2024年全球每100名居民拥有固定宽带的用户数量(单位: 个/百名)
- 图表78: 2024年全球固定宽带用户区域渗透情况(单位: 个/百名)
- 图表79: 2005-2024年全球每100名居民拥有固定电话的用户数量(单位: 个/百名)
- 图表80: 2024年全球固定电话用户区域渗透情况(单位: 个/百名)
- 图表81: 2024年全球移动宽带和固定宽带费用占人均国民收入的比重(单位: %)
- 图表82: 2024年全球互联网应用产业结构——按市场规模(单位: %)
- 图表83: 2023-2024年全球互联网产业规模体量(单位: 万亿美元)
- 图表84: 2024年全球互联网产业发展指数TOP10(单位: 分)
- 图表85: 2024年全球互联网产业区域市场规模分布(单位: %)
- 图表86: 2025年全球互联网企业TOP10——按总市值(单位: 美元)
- 图表87: 2025年中国互联网企业在全全球TOP100的数量分布区间——按总市值(单位: 家)
- 图表88: 2025年中国互联网企业在全全球TOP100的数量分布区间——按营业收入(单位: 家)
- 图表89: 2024年中国互联网企业海外市场收入情况(单位: 亿元, %)
- 图表90: 中国互联网企业出海布局动因
- 图表91: 中国互联网企业国际化发展的动因分析
- 图表92: 2018-2025年中国互联网非网民规模(单位: 亿人)
- 图表93: 2024-2030年东南亚数字经济规模及预测(单位: 亿美元)
- 图表94: 2024-2029年非洲电商行业规模及预测(单位: 亿美元, %)
- 图表95: 2024-2027年拉美电商规模及预测(单位: 亿美元)
- 图表96: 2023-2024年中国互联网企业人均薪酬(单位: 万元/人)
- 图表97: 2020-2025年中国互联网企业出海的政策及文件
- 图表98: 中国互联网企业海外布局驱动因素分析——政策驱动
- 图表99: 2018-2024年中国对外投资变化情况(单位: 亿美元)
- 图表100: 2015-2024年中国对外直接投资流量占全球对外投资额的比例(单位: %)
- 图表101: 2024年中国对外直接投资区域分布(按照投资流量)(单位: %)
- 图表102: 截至2024年中国对外直接投资区域分布(按照投资存量)(单位: %)
- 图表103: 中国对外直接投资行业构成(按照投资存量)(单位: 亿美元)
- 图表104: 互联网产业海外布局中企汇总
- 图表105: 互联网中国企业海外布局进程分析
- 图表106: 中国互联网企业海外布局模式分析
- 图表107: 互联网中国企业海外布局路径分析
- 图表108: 互联网中国企业海外布局路径分布
- 图表109: 互联网中国企业海外并购事件汇总
- 图表110: 互联网中国企业海外投资事件汇总
- 图表111: 中国互联网企业海外战略合作布局
- 图表112: 互联网中国企业出海面临挑战分析
- 图表113: 中国互联网企业海外市场拓展的步骤
- 图表114: 海外主要用工方式
- 图表115: 对外投资外派模式各方法律关系及特点优势
- 图表116: 属地化用工模式各方法律关系及特点优势
- 图表117: 名义雇主模式各方法律关系及特点优势
- 图表118: 项目合作模式各方法律关系及特点优势
- 图表119: 截至2025年各国/地区雇员与自雇人士社保体系对比表
- 图表120: 海外职场文化特点与禁忌
- 略.....完整目录请咨询客服

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

或登录网站：<https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！