

2017-2022年中国互联网行业运营态势及发展趋势 研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国互联网行业运营态势及发展趋势研究报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201611/470298.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 400-700-9383、010-60343812、010-60343813

电子邮箱: kefu@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

自1994年中国正式开启互联网时代以来，经过二十余年的发展，互联网已深刻地改变了人们的生活。在互联网广泛普及的背景下，以90后、00后等为代表的新生代人群作为真正的“网生一代”，已成为网民中规模最为庞大、表现最为活跃的群体，并引领着网生文化的发展方向。

据显示，截至2016年6月，我国互联网网民规模已达到7.10亿人，互联网普及率由五年前的36.2%增至51.7%。其中，我国青少年网民规模在2015年底已达到2.87亿人，互联网普及率高达85.3%，高出同期全国整体互联网普及率达35个百分点。2015年，我国青少年网民周平均上网时长为26.0小时/周，与网民总体基本持平，其中非学生与大学生的青少年网民群体则显著高于全国网民及青少年网民群体。在互联网应用的普及率方面，青少年网民也在以搜索引擎、网络音乐、网络游戏和微博等娱乐及社交属性较强的类别上明显高于整体网民的水平。以90后、00后为主的青少年网民群体在互联网时代展现出了更为广泛、活跃的参与热情。

近五年中国网民规模和互联网普及率

中国智研咨询发布的《2017-2022年中国互联网行业运营态势及发展趋势研究报告》共六章。首先介绍了中国互联网行业市场发展环境、中国互联网整体运行态势等，接着分析了中国互联网行业市场运行的现状，然后介绍了中国互联网市场竞争格局。随后，报告对中国互联网做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网产业有个系统的了解或者想投资互联网行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 互联网产业发展综述

1.1 互联网产业定义和分类

1.1.1 互联网定义

1.1.2 互联网产业定义和分类

1.2 互联网产业政策环境分析

1.2.1 产业政策法规

1.2.2 产业发展规划

1.3 互联网产业经济环境分析

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 互联网产业技术环境分析
 - 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
- 第二章 互联网网民规模与结构特征分析
 - 2.1 网民规模与接入方式分析
 - 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
 - 2.2 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 网民结构特征分析分析
 - 2.3.1 性别结构
 - 2.3.2 年龄结构
 - 2.3.3 学历结构
 - 2.3.4 职业结构
 - 2.3.5 收入结构
- 第三章 个人互联网应用状况分析
 - 3.1 个人互联网应用状况分析
 - 3.1.1 信息获取应用状况
 - (1) 搜索引擎
 - (2) 博客
 - 3.1.2 商务交易应用状况

- (1) 网络购物
- (2) 团购
- (3) 网上支付
- (4) 互联网理财
- (5) 旅行预订

3.1.3 交流沟通应用状况

- (1) 即时通信
- (2) 微博客

3.1.4 网络娱乐应用状况

- (1) 网络游戏
- (2) 网络文学
- (3) 网络视频

第四章 企业互联网应用状况分析

4.1 企业互联网应用发展状况

- 4.1.1 计算机使用状况
- 4.1.2 互联网使用状况
- 4.1.3 宽带使用状况

4.2 企业电子商务及网络营销发展状况

- 4.2.1 电子商务使用状况
- 4.2.2 网络营销使用情况

4.3 企业互联网应用特点与趋势分析

- 4.3.1 企业互联网应用特点
- 4.3.2 企业互联网应用趋势

第五章 互联网产业市场结构与发展前景预测

5.1 互联网产业市场规模及结构分析

- 5.1.1 互联网产业市场规模分析
- 5.1.2 互联网产业市场结构分析

5.2 互联网产业发展趋势及前景预测

- 5.2.1 互联网产业发展趋势分析
- 5.2.2 互联网产业发展前景预测

第六章 互联网产业领先企业经营分析 (ZYYF)

6.1 互联网企业发展概况

- 6.1.1 互联网主力企业发展规模
- 6.1.2 互联网主力企业盈利能力
- 6.1.3 互联网主力企业区域分布

6.1.4 互联网主力企业流量分析

6.1.5 互联网主力企业品牌建设情况

6.2 领先互联网企业经营分析

6.2.1 腾讯控股有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.2.2 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

(3) 企业经营优劣势分析

6.2.3 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

(3) 企业经营优劣势分析

6.2.4 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

(3) 企业经营优劣势分析

6.2.5 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

(3) 企业经营优劣势分析

6.2.6 阿里巴巴（中国）有限公司经营分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.2.7 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) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.2.8 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) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

6.2.9 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) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.2.10 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) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.2.11 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) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

6.2.12 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) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

图表目录：

图表 1：互联网产业分类表

图表 2：互联网产业政策法规分析

图表 3：互联网产业“十三五”规划分析

图表 4：2012年以来OECD欧元区综合领先指数走势图

图表 5：2013年以来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年以来美国GDP增长率走势（单位：%）

图表 9：2007年以来美国制造业采购经理指数走势

图表 10：2007年以来美国失业率走势图（单位：%）

图表 11：2009年以来加拿大GDP现价和增长率变化图（单位：亿加元，%）

图表 12：2007年以来欧元区信心指数走势（单位：%）

图表 13：2012年以来欧元区失业率变动图（单位：%）

图表 14：2017-2022年全球宏观经济指标预测（单位：%）

图表 15：2008年以来中国国内生产总值及其增长率情况（单位：万亿元，%）

图表 16：2005年以来互联网相关专利申请数量变化图（单位：个）

图表 17：2005年以来互联网相关专利公开数量变化图（单位：个）

图表 18：互联网相关专利申请人构成（单位：个）

图表 19：互联网技术分类构成（单位：个）

图表 20：2005年以来中国网民规模与普及率（单位：亿人，%）

图表 21：2013年以来中国网民上网使用设备情况（单位：%）

图表 22：2010年以来中国网民人均每周上网时长（单位：小时）

图表 23：2013年以来中国网民上网地点情况（单位：%）

图表 24：2013年以来中国互联网基础资源对比（单位：个，块/32，Mbps，%）

图表 25：2009年以来中国Ipv6地址数（单位：块/32）

图表 26：2009年以来中国Ipv4地址资源变化情况（单位：块/32）

图表 27：中国分类域名数（单位：个，%）

图表 28：中国分类CN域名数（单位：个，%）

图表 29：2010年以来中国网站数量（单位：万个）

图表 30：2010年以来中国国际出口带宽变化情况（单位：Mbps，%）

图表 31：主要骨干网络国际出口带宽数（单位：Mbps）

图表 32：2013年以来中国网民性别结构（单位：%）

图表 33：2013年以来中国网民年龄结构（单位：%）

图表 34：2013年以来中国网民学历结构（单位：%）

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201611/470298.html>