

2024-2029年中国互联网行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

报告简介

中国互联网产业的增长活力，主要体现在两个方面：一是在基础设施建设和普及上，移动互联网和宽带网络双双发力，成为互联网产业发展的新引擎。移动用户快速增加，手机上网比例已经超过台式电脑上网比例，宽带普及提速工程正式启动，宽带价格进一步下降，为应用的繁荣夯实了基础；二是在商业模式探索和应用推广上，电子商务、网上支付、即时通讯、社交网络等各领域迅猛发展，促使以互联网为引领的信息消费成为中国扩大内需的新引擎。云计算、互联网、大数据是目前的IT新的产业和增长点。云计算成功的走向了商业化，这主要是在互联网领域里面体现出来的，很多互联网的企业的实践已经成熟的为用户提供了非常好的基于云计算的服务。2019年，各种类型的云计算解决方案进一步走向成熟，云应用也开始起步，推动了传统各行各业信息化浪潮，同时带来了巨大的新增市场空间，预计十三五期间，我国云计算产业链规模可达7500亿元至1万亿元。互联网公司，IT企业以及三大运营商，IDC等，纷纷推出云计算应用解决方案，构成了中国云计算服务的几大阵营。这在去年是很明显的重大的突破。互联网企业将云计算推向商业化应用，为云计算在其他领域的应用积累了可贵的实践经验，为产业下一步发展和市场开拓提供了示范。

《国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》首次提出拓展网络经济空间，对互联网行业发展寄予了更高期望，提出了更高要求。目前，国务院已出台互联网+行动计划、大众创业、万众创新、大数据战略等一系列支持互联网行业创新发展的政策措施。随着政策不断细化落实，结合消费升级带来的重大机遇，以及信息网络、技术创新、融合应用的持续发展，我国互联网行业将拓展出更为广阔的发展空间，网络经济将进一步发展壮大，互联网细分行业也将进入新的发展阶段。。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家海关总署、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国互联网市场进行了分析研究。报告在总结中国互联网发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国互联网的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为互联网行业企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 互联网行业发展综述

第一节 互联网行业相关概念概述

一、互联网行业的定义

二、互联网行业的服务模式

三、互联网行业的增值服务

第二节 最近3-5年中国互联网行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 互联网行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

五、行业下游产业链相关行业分析

六、上下游行业影响及风险提示

第二章 互联网行业市场环境及影响分析

第一节 互联网行业政治法律环境

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、互联网行业相关标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析

一、互联网产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、互联网产业发展对社会发展的影响

四、技术环境对行业的影响

第二部分 行业深度分析

第三章 我国互联网行业运行现状分析

第一节 我国互联网行业发展状况分析

一、我国互联网行业发展历程

二、我国互联网行业发展总体概况

三、我国互联网行业发展特点分析

第二节 2019-2023年互联网行业发展现状

一、2019-2023年我国互联网行业市场规模

二、2019-2023年我国互联网行业发展分析

三、2019-2023年中国互联网企业发展分析

第三节 我国互联网行业发展模式分析

一、消费互联网分析

二、产业互联网分析

第四章 互联网行业应用状况分析

第一节 互联网网民规模与结构特征调查

一、网民规模

二、接入方式

三、网民属性

第二节 互联网基础资源状况

一、基础资源总体情况

二、IP地址

三、域名

四、网站

五、网络国际出口带宽

第三节 个人互联网应用状况

一、整体互联网应用状况

二、手机网络应用状况

第四节 中小企业互联网应用状况

一、中小企业互联网应用发展状况

二、中小企业电子商务及网络营销发展状况

三、中小企业互联网应用特点与趋势

第三部分 市场全景调研

第五章 电子商务行业发展现状分析

第一节 全球电子商务行业发展现状与趋势分析

一、全球电子商务行业发展概述

二、全球电子商务行业市场规模分析

三、全球电子商务行业市场结构分析

四、全球电子商务行业市场发展状况分析

五、国际电子商务行业成功经验借鉴

六、国际电子商务行业发展趋势分析

第二节 中国电子商务行业发展现状与趋势分析

一、中国电子商务行业发展概述

二、中国电子商务行业发展规模

三、中国电子商务行业发展趋势及前景预测

第三节 电子商务主要运营模式分析

一、B2B电子商务模式

二、B2C电子商务模式

三、C2C电子商务模式

四、其他电子商务模式

第四节 中国移动电子商务发展现状与趋势

一、中国移动电子商务发展概述

二、中国移动电子商务行业发展规模

三、中国移动电子商务发展动因分析

四、中国移动电子商务市场竞争状况分析

五、中国移动电子商务运营模式分析

六、中国移动电子商务存在问题及解决对策

七、中国移动电子商务应用市场需求分析

八、中国移动电子商务发展趋势分析

第六章 网络游戏行业发展现状分析

第一节 中国网络游戏用户基本属性

一、中国网络游戏用户基本特征

二、中国网络游戏年龄分布

三、中国网络游戏用户学历构成

四、中国网络游戏类型构成

- 五、中国网络游戏用户收入水平
- 六、中国网络游戏用户性别结构
- 七、中国网络游戏用户游戏年龄构成
- 八、中国网络游戏用户主要进行游戏的场所
- 九、中国网络游戏用户进行游戏的时间分布

第二节 中国网络游戏行业发展现状分析

- 一、网络游戏规模分析
- 二、网络游戏行业产品结构分析
- 三、网络游戏行业企业竞争结构分析
- 四、网络游戏行业发展趋势分析

第三节 中国客户端网络游戏行业发展现状分析

- 一、客户端网络游戏用户规模分析
- 二、客户端网络游戏市场销售额分析
- 三、客户端网络游戏市场占有率分析
- 四、客户端网络游戏类型分析
- 五、客户端网络游戏细分市场状况
- 六、客户端网络游戏行业分析

第四节 中国网页游戏行业发展现状分析

- 一、中国网页游戏用户规模分析
- 二、中国网页游戏市场销售额分析
- 三、中国网页游戏市场占有率分析
- 四、中国网页游戏行业分析

第五节 中国移动游戏行业发展现状分析

- 一、中国移动游戏用户规模分析

二、中国移动游戏市场销售额分析

三、中国移动游戏市场占有率分析

四、中国移动游戏类型分析

五、中国移动游戏行业分析

第七章 网络广告行业发展现状分析

第一节 中国网络广告行业发展概况

一、网络广告的基本形式

二、网络广告行业发展特点

第二节 全球及主要广告市场发展分析

一、全球及主要广告市场规模分析

二、全球广告市场媒体结构分析

三、全球网络广告市场规模及业务结构分析

第三节 中国网络广告市场发展分析

一、中国网络广告市场规模分析

二、中国网络广告计费方式结构分析

三、中国网络广告细分媒体市场结构分析

第八章 移动互联网行业发展现状分析

第一节 国际移动互联网行业发展分析

一、国际移动互联网行业整体状况

二、美国移动互联网行业发展现状

三、德国移动互联网行业发展现状

四、日本移动互联网行业发展分析

五、韩国移动互联网行业发展分析

第二节 中国移动互联网行业发展分析

一、移动互联网行业市场规模分析

二、移动互联网行业用户规模分析

三、移动互联网行业终端规模分析

四、移动互联网行业市场格局分析

第三节 中国移动互联网用户行为分析

一、移动互联网用户属性分析

二、移动互联网网民行为分析

三、用户对移动互联的业务需求分析

第四节 移动互联网行业前景预测

一、移动互联网行业发展趋势分析

二、移动互联网行业发展前景预测

第五节 移动互联网行业投资机会

第九章 搜索引擎行业发展现状分析

第一节 中国搜索引擎行业发展概况

一、中国搜索引擎行业理论研究进展

二、中国搜索引擎行业发展概况

第二节 国内外搜索引擎市场规模分析

一、全球及美国搜索引擎市场规模分析

二、中国搜索引擎市场规模分析

第三节 中国搜索引擎市场竞争格局分析

一、中国搜索引擎市场竞争现状

二、中国搜索引擎市场竞争趋势

第四节 中国搜索引擎行业发展趋势与前景预测

一、搜索引擎行业发展趋势分析

二、搜索引擎行业发展前景预测

第十章 网上支付行业发展现状分析

第一节 2019-2023年上半年网上支付行业发展情况

- 一、技术进步驱动网络支付应用场景和方式不断丰富
- 二、资金流量的富集推动网络支付企业拓展金融服务
- 三、数据资源和挖掘技术助力网上支付企业建立征信机制

第二节 网上支付行业发展现状分析

- 一、网上支付行业市场规模分析
- 二、网上支付用户规模分析
- 三、网上支付行业运营商发展现状分析
- 四、网上支付细分行业发展现状分析

第三节 网上支付行业发展趋势及前景预测

- 一、网上支付行业发展趋势分析
- 二、网上支付行业发展前景预测

第十一章 其他互联网应用与服务发展分析

第一节 网络视频发展分析

- 一、中国网络视频用户规模及市场规模分析
- 二、中国网络视频用户属性、行为及需求分析
- 三、手机视频市场发展分析

第二节 网络购物发展分析

- 一、网络购物规模分析
- 二、网络购物核心用户特征分析
- 三、网络购物行业特征
- 四、网络购物发展趋势分析

第四部分 竞争格局分析

第十二章 2024-2029年互联网行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、互联网行业竞争结构分析

二、互联网行业企业间竞争格局分析

三、互联网行业集中度分析

四、互联网行业SWOT分析

第二节 中国互联网行业竞争格局综述

一、互联网行业竞争概况

二、中国互联网行业竞争力分析

三、中国互联网竞争力优势分析

第三节 2019-2023年互联网行业竞争格局分析

一、2019-2023年国内外互联网竞争分析

二、2019-2023年我国互联网市场竞争分析

三、2019-2023年我国互联网市场集中度分析

四、2019-2023年国内主要互联网企业动向

第四节 互联网市场竞争策略分析

第十三章 2024-2029年互联网行业领先企业经营形势分析

第一节 腾讯控股有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业业务结构分析

四、企业竞争优势分析

五、企业用户规模分析

六、企业发展战略分析

第二节 北京新浪互联信息服务有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业业务结构分析

四、企业竞争优势分析

五、企业用户规模分析

六、企业发展战略分析

第三节 北京搜狐互联网信息服务有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业业务结构分析

四、企业竞争优势分析

五、企业用户规模分析

六、企业发展战略分析

第四节 广州网易计算机系统有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业业务结构分析

四、企业竞争优势分析

五、企业用户规模分析

六、企业发展战略分析

第五节 百度在线网络技术(北京)有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业业务结构分析

四、企业竞争优势分析

五、企业用户规模分析

六、企业发展战略分析

第六节 阿里巴巴(中国)有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业业务结构分析

四、企业竞争优势分析

五、企业用户规模分析

六、企业发展战略分析

第七节 北京慧聪国际资讯有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业业务结构分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略分析

第八节 浙江网盛生意宝股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业业务结构分析

四、企业竞争优势分析

五、企业用户规模分析

六、企业发展战略分析

第九节 北京当当网信息技术有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业业务结构分析

四、企业竞争优势分析

五、企业用户规模分析

六、企业发展战略分析

第十节 浙江核新同花顺网络信息股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业业务结构分析

四、企业竞争优势分析

五、企业用户规模分析

六、企业发展战略分析

第五部分 发展前景展望

第十四章 2024-2029年互联网行业前景及趋势预测

第一节 2024-2029年互联网市场发展前景

一、2024-2029年互联网市场发展潜力

二、2024-2029年互联网市场发展前景展望

三、2024-2029年互联网细分行业发展前景分析

第二节 2024-2029年互联网市场发展趋势预测

一、2024-2029年互联网行业发展趋势

二、2024-2029年互联网市场规模预测

三、2024-2029年互联网行业应用趋势预测

第三节 2024-2029年中国互联网行业供需预测

一、2024-2029年中国互联网行业供给预测

二、2024-2029年中国互联网企业数量预测

三、2024-2029年中国互联网投资规模预测

四、2024-2029年中国互联网行业需求预测

五、2024-2029年中国互联网行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十五章 2024-2029年互联网行业投资机会与风险防范

第一节 互联网行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、互联网行业投资现状分析

第二节 2024-2029年互联网行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、互联网行业投资机遇

第三节 2024-2029年互联网行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第四节 中国互联网行业投资建议

- 一、互联网行业未来发展方向
- 二、互联网行业主要投资建议
- 三、中国互联网企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第十六章 互联网行业发展战略研究

第一节 互联网行业发展战略研究

- 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

第二节 对我国互联网品牌的战略思考

- 一、互联网品牌的重要性

二、互联网实施品牌战略的意义

三、互联网企业品牌的现状分析

四、我国互联网企业的品牌战略

五、互联网品牌战略管理的策略

第三节 互联网经营策略分析

一、互联网市场细分策略

二、互联网市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、互联网新产品差异化战略

第四节 互联网行业投资战略研究

一、2019-2023年互联网行业投资战略

二、2024-2029年互联网行业投资战略

三、2024-2029年细分行业投资战略

图表目录

图表：产业链概念示意图

图表：产业链形成图

图表：产业链三维双立体对接

图表：互联网产业链结构图

图表：2019-2023年2季度美国实际GDP各构成要素季度环比折年率走势(单位：%)

图表：2019-2023年2季度各因素对美国经济增长的贡献度(单位：%)

图表：2季度欧元区GDP季同比增长变化(单位：%)

图表：2019-2023年2季度(季调后)日本实际GDP环比变化(单位：%)

图表：2019-2023年中国网民规模及互联网普及率

图表：2019-2023年中国手机网民规模及其占网民比例

图表：2019-2023年我国互联网行业市场规模及增长率

图表：2019-2023年我国网民规模和互联网普及率

图表：2019-2023年我国手机网民规模变化情况

图表：2019-2023年上半年中国互联网络接入设备使用情况

图表：2019-2023年上半年中国网民平均上网时长

图表：2019-2023年网民上网场所变化情况

图表：2019-2023年中国网民性别结构

图表：2019-2023年中国网民年龄结构变化

图表：2019-2023年中国网民学历结构变化

图表：中国网民职业结构

图表：中国网民收入结构

图表：2019-2023年中国互联网基础资源对比

图表：2019-2023年中国IPv6地址数量

图表：2019-2023年中国IPv4地址资源变化情况

图表：2019-2023年中国分类域名数

图表：中国网站数量增长情况

图表：中国国际宽带及其增长率

图表：主要骨干网络国际出口宽带数

图表：2019-2023年手机即时通信用户规模及使用率

图表：2019-2023年我国手机搜索用户规模及使用率

图表：2019-2023年网游、手游用户规模及使用率

图表：2019-2023年网上支付、手机支付用户规模及使用率

图表：2019-2023年我国使用计算机的企业比例(按企业规模划分)

图表：2019-2023年我国使用计算机的企业比例(按企业所在区域划分)

图表：2019-2023年企业固定宽带和移动宽带接入比例

图表：2019-2023年中国网上零售、移动网购占比

图表：2019-2023年上半年中国网络零售B2C市场交易份额

图表：2019-2019-2023年我国电子商务交易市场规模统计

图表：2019-2023年中国电子商务区域分布比例

图表：2019-2023年中国电子商务市场细分行业构成

图表：2019-2023年中国电子商务服务企业直接从业人员规模

图表：2019-2023年中国移动电子商务实物交易用户规模

图表：2019-2023年中国中国移动购物市场规模

图表：2019-2023年中国移动电商交易占网络零售市场交易份额

图表：2019-2023年我国网民游戏用户年龄结构

图表：2019-2023年我国网民游戏用户学历结构

图表：2019-2023年中国网络游戏用户职业构成

图表：2019-2023年我国网络游戏用户收入水平

图表：2019-2023年我国网络游戏用户收入水平

图表：不同游戏年限用户比例和不同游戏年限用户游戏时间变化

图表：2019-2023年中国网络游戏用户主要进行游戏的场所占比

图表：2019-2023年各类游戏用户平均每场使用时长

图表：2019-2023年中国网络游戏用户规模

图表：2019-2023年中国网络游戏市场规模及增速

图表：2019-2023年客户端网络游戏用户和手机游戏用户游戏偏好类型

图表：网页游戏用户和单机游戏用户偏好类型

图表：2019-2023年我国客户端网络游戏用户规模及增长率

图表：2019-2023年我国客户端网络游戏销售收入

图表：2019-2023年各类型网络游戏市场份额(单位：%)

图表：2019-2023年我国客户端网游不同类型游戏市场份额

图表：2019-2023年我国角色扮演类游戏销售收入

图表：2019-2023年我国休闲竞技类游戏销售收入

图表：2019-2023年我国网页游戏市场销售收入

图表：2019-2023年我国网页游戏市场占有率

图表：2008-2019-2023中国移动游戏用户规模

图表：2008-2019-2023中国移动游戏实际销售收入

图表：2019-2023年我国移动游戏市场占有率

图表：中国移动游戏类型

图表：2019-2023年世界各地对广告市场规模贡献比例

图表：2019-2023年全球广告支出和国内生产总值GDP的增长(%)

图表：2019-2023年和2019-2023年全球广告市场主要媒介份额情况及全球广告支出不同媒体类别占比(%)

图表：2019-2023年中国网络广告市场规模及预测

图表：2019-2023年中国不同形式网络广告市场份额及预测

图表：2019-2023年我国移动互联网行业市场规模

图表：2019-2023年中国移动互联网用户规模

图表：2019-2023.6中国网民性别比例

图表：中国网民年龄结构

图表：我国手机网民职业结构

图表：我国手机网民收入结构

图表：我国手机网民每天手机上网时长

图表：我国手机网民最常使用手机上网场所

图表：2019-2023年中国搜索引擎行业市场规模

图表：2019-2023年中国搜索引擎用户规模

图表：2019-2023年网上支付、手机网上支付用户规模及使用率

图表：2019-2023年中国网络视频用户规模

图表：2019-2023年中国网络视频行业市场规模

图表：2019-2023年网络视频用户性别结构

图表：2019-2023年网络视频用户年龄结构

图表：2019-2023年网络视频用户视频分享情况

图表：2019-2023年手机视频类应用使用率TOP10

图表：2019-2023年我国手机视频用户收看方式

图表：2019-2023年我国手机视频用户收看时长

图表：2019-2023年中国网络购物用户规模及使用率

图表：2019-2023年中国网络购物交易规模

图表：2019-2023年不同区域网络购物用户学历结构对比

图表：2019-2023年不同区域网络购物用户职业结构对比

图表：2019-2023年不同区域网络购物用户收入水平对比

图表：2019-2023年不同区域网络购物用户年龄结构对比

图表：2019-2023年我国互联网行业排名前十的企业市场份额

图表：2019-2023年腾讯控股财务指标

图表：2019-2023年腾讯控股利润表

图表：2019-2023年腾讯控股资产负债表

图表：2019-2023年腾讯控股现金流量表

图表：北京慧聪国际资讯有限公司资产负债表

图表：2019-2023年生意宝主要财务指标

图表：2019-2023年生意宝资产负债表一

图表：2019-2023年生意宝资产负债表二

图表：2019-2023年生意宝利润表

图表：2019-2023年同花顺主要财务指标

图表：2019-2023年同花顺主营业务构成

图表：2024-2029年我国互联网行业市场规模预测

图表：2024-2029年我国互联网行业营业收入预测

图表：2024-2029年我国互联网行业产值及增长率

图表：2024-2029年我国互联网行业企业数量及增长率

图表：2024-2029年中国互联网投资规模及增长率

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/hulianwang/200901hulianwang.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)