



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国门户网站行业市场 分析与 发展策略咨询报告

一、调研说明

《2010-2015年中国门户网站行业市场分析与发展策略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/153814.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

门户（portal），原意是指正门、入口。现多用于互联网的门户网站和企业应用系统的门户系统。这里是一个应用框架，它将各种应用系统、数据资源和互联网资源集成到一个信息管理平台之上，并以统一的用户界面提供给用户，使企业可以快速地建立企业对客户、企业对内部员工和企业对企业的信息通道，使企业能够释放存储在企业内部和外部的各种信息。

搜索引擎所谓门户网站，是指通向某类综合性互联网信息资源并提供有关信息服务的应用系统。门户网站最初提供搜索引擎、目录服务，后来由于市场竞争日益激烈，门户网站不得不快速地拓展各种新的业务类型，希望通过门类众多的业务来吸引和留住互联网用户，以至于目前门户网站的业务包罗万象，成为网络世界的“百货商场”或“网络超市”。从现在的情况来看，门户网站主要提供新闻、搜索引擎、网络接入、聊天室、电子公告牌、免费邮箱、影音资讯、电子商务、网络社区、网络游戏、免费网页空间等。在我国，典型的门户网站有新浪网、网易和搜狐网等。

网站不是为了赶一时的潮流或是博取一个好名声，而是要通过互联网这个全球性的网络来宣传企业、开拓市场，同时，降低企业的管理成本、交易成本和售后服务成本，并通过开展一系列的电子商务活动获得更多的利润，这些均与企业的经营目的是一致的。所以，只有把信息技术同企业的管理体系、生产流程和商务活动紧密结合起来，才能正确地建设和维护这个网站，并使网站发挥作用，为企业服务。

本研究咨询报告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、国家经济信息中心、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国门户网站行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区门户网站市场的发展状况、门户网站消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国门户网站市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对门户网站未来发展趋势进行了研判，是门户网站生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前门户网站行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

第一章 2009-2010年中国门户网站市场运行环境解析

第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2010年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2009-2010年中国门户网站政策环境分析

一、国家对民营视频网站基本实行放行政策

二、运营商政策对WAP网站影响

三、实施SOA政策治理网站运营

四、WAP网站开发试运营优惠政策

第三节2009-2010年中国门户网站市场技术环境分析

第四节2009-2010年中国门户网站市场社会环境分析

一、中国人口规模及学历结构

二、中国网络普及及电脑应用分析

第二章 2009-2010年中国门户网站业运行动态分析

第一节 2009-2010年中国互联网产业运行概况

一、中国互联网产业市场规模分析

1、近年来中国网络用户规模分析

2、网络用户增长率分析

二、中国互联网消费结构与特点分析

三、网络广告、网络游戏在互联网地位分析

第二节 2009-2010年中国门户网站运行综述

一、中国门户网站规模状况分析

二、门户网站固定资产投资情况分析

三、中国门户网站盈利情况分析

第三节 2009-2010年中国门户网站运行情况分析

一、中国门户网站主营业务分析

1、网站板块建设

2、无线业务

3、热线业务

4、企业服务

5、电子商务

6、网络广告业务

7、网络游戏业务

二、中国主要门户网站盈利模式运作模式分析

1、综合性网站盈利模式分析

2、垂直性网站盈利模式分析

三、关键成功因素分析(KSF)

- 1、清晰的盈利模式
- 2、流量是根本
- 3、融资运作渠道是保证

第三章 2009-2010年中国门户网站并购重组现状分析

第一节 2009-2010年中国门户网站并购重组背景分析

第二节 2009-2010年中国门户网站并购重组特点趋势分析

一、综合类门户网站

二、专业性门户网站

三、垂直性门户网站

第三节 2009-2010年中国门户网站并购重组的障碍分析

一、政策障碍

二、组织结构障碍

三、资金障碍

四、技术障碍

第四章 国外门户网站的并购重组并购案例解析

第一节 韩国最大门户网站Daum公司收购美国门户网站Lycos

一、并购重组背景与动机分析

二、并购重组过程分析

三、并购重组方案与成败经验分析

四、并购重组整合战略分析

第二节 韩国第二大门户网站NHN集团收购北京联众

一、并购重组背景与动机分析

二、并购重组过程分析

三、并购重组方案与成败经验分析

四、并购重组整合战略分析

第三节 日本电子商务门户网站乐天收购美国电子商务公司LinkShare公司

一、并购重组背景与动机分析

二、并购重组过程分析

三、并购重组方案与成败经验分析

四、并购重组整合战略分析

第四节 默多克新闻集团收购美国"时尚门户"网站MySpace.com

一、并购重组背景与动机分析

二、并购重组过程分析

三、并购重组方案与成败经验分析

四、并购重组整合战略分析

第五节 欧洲交友网站meetic以2000万美元并购亿友

一、并购重组背景与动机分析

二、并购重组过程分析

三、并购重组方案与成败经验分析

四、并购重组整合战略分析

第五章 2009-2010年外资门户网站企业在中国的并购重组趋势分析

第一节 2009-2010年国内外资门户网站企业运行简况

一、投资特点

二、投资区域

三、市场表现

四、投资产品结构

五、投资趋势

第二节 Yahoo在中国投资及并购重组情况分析

一、Yahoo在中国投资情况

二、Yahoo核心竞争力分析

三、Yahoo投资与并购重组趋势分析

第三节 eBay在中国投资及并购重组情况分析

第四节 Google在中国投资及并购重组情况分析

第五节 微软在中国投资及并购重组情况分析

第六节 美国在线在中国投资及并购重组情况分析

第七节 韩国NHN集团在中国投资及并购重组情况分析

第六章 2009-2010年中国的门户网站企业潜在竞争对手分析

第一节 Time Warner

一、公司经营情况分析

二、公司核心竞争力分析

三、公司进入中国的背景与动机分析

四、公司在中国的投资趋势以及可能性分析

第二节 Altavista

一、企业概况

二、公司核心竞争力分析

三、公司进入中国的背景与动机分析

四、公司在中国的投资趋势以及可能性分析

第三节 ZDNet

一、企业概况

二、公司核心竞争力分析

三、公司进入中国的背景与动机分析

四、公司在中国的投资趋势以及可能性分析

第四节 Excite

一、企业概况

二、公司核心竞争力分析

三、公司进入中国的背景与动机分析

四、公司在中国的投资趋势以及可能性分析

第七章 国内主要门户网站的并购重组案例解析

第一节 奇虎网收购亿唐网

一、并购重组背景与动机分析

二、并购重组过程分析

三、并购重组方案与成败经验分析

四、并购重组整合战略分析

第二节 中华网收购掌中万维

第三节 搜狐收购焦点房地产网

第四节 新浪收购UC即时通讯技术平台

第五节 千橡集团收购donews

第六节 易登网收购搜易达

第七节 速达软件公司收购国内电子商务网站8848

第八章 2009-2010年中国主要门户网站并购重组主体竞争力分析

第一节 新浪

- 一、公司盈利模式分析
- 二、公司资本运营情况分析
- 三、信息技术竞争力分析
- 四、市场竞争力分析
- 五、主要客户群体分析

第二节 网易

第三节 搜狐

第四节 TOM

第五节 百度

第六节 盛大网络

第七节 中华网

第八节 硅谷动力

第九节 QQ网站

第十节 21CN

第九章 2010-2015年中国门户网站产业链分析及并购重组机会分析

第一节 门户网站与IT制造厂商并购重组机会分析

第二节 门户网站与网络终端市场并购重组机会分析

第三节 门户网站与广告公司的并购重组机会分析

第十章 2010-2019年中国门户网站规模性并购重组机会分析

第一节 大型规模网站并购重组机会分析

一、新浪

- 1、新浪净营收入与盈利分析
- 2、企业战略发展瓶颈分析
- 3、企业发展战略分析
- 4、并购重组可能性分析

二、TOM

- 1、企业发展战略分析
- 2、企业战略发展瓶颈分析
- 3、并购重组可能性分析

三、网易

四、搜狐

五、盛大

六、阿里巴巴

第二节 中小型规模网站并购重组机会分析

一、赛迪

1、并购重组可行性分析

2、并购重组价值分析

二、硅谷动力

三、百度

四、21cn

第十一章 2010-2015年中国门户网站并购重组风险分析

第一节 2010-2015年中国门户网站资产重组情况分析

一、网站资产重组的政策风险及防范

二、网站资产重组的融资风险及防范

1、选择最有利的融资方式

2、改善经营机制，努力实现借入资金变为自有资金的置换

3、充分考虑投资收益不低于银行存款利率

三、企业资产合并重组风险及防范

1、杠杆收购风险

2、托管经营与代理风险

3、目标公司反收购风险

第二节 2010-2015年中国门户网站并购重组策略分析

一、差异化战略分析

二、成本领先战略分析

1、成本领先战略的实施

2、实施战略中注意的问题

图表目录：（部分）

图表：2005-2009年国内生产总值

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2009年年末国家外汇储备

图表：2005-2009年财政收入

图表：2005-2009年全社会固定资产投资

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2010年一季度中国三产业增加值结构图

图表：2008-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2000-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表：2005-2010年我国社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2009年我国财政收入支出走势图

图表：2009年1月-2010年4月人民币兑美元汇率中间价

图表：2010年4月人民币汇率中间价对照表

图表：2009年1月-2010年3月中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009年1月-2010年3月中国货币供应量的增速走势图

图表：2001-2009年中国外汇储备走势图

图表：2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表：2008年12月23日中国人民银行利率调整表

图表：2007-2008年央行历次调整利率时间及幅度表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2009年中国就业人数走势图

图表：2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表 1978-2009年中国城镇化率走势图

图表：2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：门户网站并购重组研究报告研究内容

图表：门户网站的主流业务与互联网发展时期比较

图表：2005-2009年中国互联网广告规模

图表：2000-2009年中国互联网用户数量统计

图表：2000-2009年中国上网计算机数量统计

图表：2004-2009年中国网络游戏市场规模 亿元

图表：2000-2009年中国cn域名数量统计

图表：综合门户网站收入规模及增长率

图表：2009年中国互联网三大门户网站净利润 万美元

图表：亚太市场电子商务品种比较

图表：2009年网络游戏运营商市场份额

图表：2005-2009年上半年Daum公司盈利情况

图表：NHN集团运营模式

图表：乐天集团整合战略分析

图表：2005-2009年上半年MySpace用户增长情况

图表：2005-2009年上半年Myspace赢利情况

图表：meetic并购亿友流程

图表：2005-2009年上半年交友网获得投资情况

图表：外资主要投资区域分析

图表：2002-2009年中国网上交易市场规模分析

图表：2009年中国搜索引擎市场概况

图表：2009年中国都索引擎市场概况

图表：AOL在中国市场上的投资进展

图表：NHN国内外业务进展示意

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/153814.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。