



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年 互联网行业竞争 格局与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2011-2015年 互联网行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/183366.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

2010年，中国互联网市场规模已经超过千亿元，2010年互联网信息化投入达到了91.6亿元，比2009年增长了26.7%，摆脱了2009年经济危机环境下的投资恐慌。互联网信息化投资将在多重利好的刺激下推动新的投资高潮。2010年，互联网信息化投资最重要的亮点在于云计算的建设，互联网各龙头企业均在云平台的建设和应用中投入较大资源和精力。其中，盛大规划从2010年到2012年三年间，投入10亿元人民币打造盛大云平台，并针对云平台与同行业展开一系列的合作伙伴建设。2010年，盛大与金山达成合作协议，金山网游在盛大平台上进行合作运营成为网游领域的最大新闻。新浪为了提升视频业务的服务能力，扩大其广告营收，也推出了云视频平台。目前，互联网企业在云计算方面的应用已经涵盖业务运营、开发支持和对外合作等多种模式。云计算所带动的服务器、网络设备以及解决方案服务采购的需求也大幅提升。2010年，网络游戏、综合门户与即时通讯投资规模放缓的同时，电子商务、网络视频和垂直门户发展迅猛，成为2010年信息化投资高速增长的重要驱动力。其中，电子商务除平台建设外，各厂商在第三方支付监管办法出台后，把更多的精力投入到第三方支付平台的建设和完善当中。除阿里巴巴支付宝和QQ财付通外，网易在2010年推出了微支付平台，盛大也在积极开发盛付通以备战第三方支付市场的大战。在2010年当当网、优酷网、乐视网成功上市的驱动下，2011年中国互联网将迎来新的资本年。视频与电子商务将成为风投投资的重点，资本市场的利好驱动将助推2011年新的互联网信息化投资热潮。2011年，中国互联网信息化投资规模必将超过100亿元人民币，预计将达到119.3亿元，重新达到30%以上的增长率。

2011年人人网5月份正式挂牌上市。从2011年年初开始，中国互联网概念股在美国股市表现抢眼，股价普遍走高。另外，优酷网、奇虎360等公司也备受投资者追捧，除了获得超额认购外，开盘价格也大大高出其发行价格。近期中国互联网概念股的良好表现，说明国内互联网企业仍受投资者青睐，而随着新型互联网企业的崛起，未来一段时间内仍将如此。一季度232起投资案例中，互联网行业有45起，涉及投资金额6.93亿美元，而2010年全年国内互联网行业投资金额为7.18亿美元。互联网行业受投资者关注度依旧不减，关注度为11%，在11个大类行业中排在前五位。随着互联网产业和传统行业的结合，传统行业将借互联网获得新的发展机会，这将产生巨大的投资机会，比如，电子商务；而新型的地理位置定位、移动互联网等细分领域新业态和新商业模式的出现，同样会吸引投资者的眼球。对于当前的互联网投资热潮，中国互联网产业正在面临新一轮的泡沫危机。不过，和上一轮全球性的互联网泡沫不同，这一轮互联网产业热潮，不仅是概念炒作，还有实实在在的用户需求。更重要的是，目前的互联网企业所采用的经营模式，还能带来持续和稳定的现金流，并不是简单地依靠外部资金烧钱。以电子商务为例，传统的商务、销售行业与互联网结合，既能大大降低商务企业的运

营成本，也为用户提供了便捷的服务；而社交网站则能通过为用户提供社交服务，进而提供各种增值服务。

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、国家工业和信息化部、中国计算机行业协会、中国电子商务协会、中国互联网协会、中国行业研究网、国内外相关报刊杂志的基础信息以及互联网专业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对互联网行业的发展现状，重要细分行业发展情况、行业发展竞争、行业重点公司发展状况以及行业的未来发展趋势等进行了详尽的剖析。本报告是互联网企业、投资集团、电子商务企业和网络游戏公司、软件公司、互联网研究机构等单位准确了解目前互联网行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 互联网行业发展状况

第一节 全球互联网行业发展状况

一、2010年全球互联网行业运行状况

二、2010年美国互联网行业发展现状

三、2010年互联网数字域名流行现状

四、2011年全球互联网广告发展预测

第二节 我国互联网行业发展状况

一、1998-2010年中国互联网发展状况

二、互联网对中国影响分析

三、互联网行业人才需求状况

四、中国互联网CN域名海外需求分析

第三节 互联网行业发展现状

一、2010年我国互联网行业投融资状况

二、2011年中国互联网行业发展机遇分析

三、2010年互联网广告网络发展状况分析

四、2010年中国互联网发展状况

第四节 移动互联网行业发展状况

- 一、2010年移动互联网发展现状
- 二、2010年移动互联网发展问题分析
- 三、2010年无线互联网产业链发展现状
- 四、2010年移动搜索市场发展状况
- 五、2010年无线搜索产业发展机遇和挑战

第二章 金融危机对互联网行业影响

第一节 金融危机对互联网行业影响

- 一、2010年金融风暴对互联网融资影响
- 二、2010年金融风暴对我国互联网影响
- 三、金融风暴对风险投资影响分析
- 四、金融风暴对互联网上市公司影响分析

第二节 互联网行业应对金融危机策略

- 一、互联网"二次创业"策略
- 二、金融风暴中互联网企业生存策略
- 三、互联网企业应对金融风暴策略

第三章 下一代互联网发展状况分析

第一节 我国下一代互联网发展及研究现状

- 一、我国下一代互联网产业群分析
- 二、我国下一代互联网产业发展商机
- 三、我国下一代互联网研究现状

第二节 我国下一代互联网研究成果分析

- 一、我国下一代互联网成就分析
- 二、中国下一代互联网六大核心网分析
- 三、我国下一代互联网高校驻地网分析
- 四、下一代互联网科研机构驻地网分析
- 五、下一代互联网企业驻地网分析
- 六、下一代互联网示范网络分析

第三节 下一代互联网发展分析

- 一、全球下一代互联网发展状况

- 二、下一代互联网发展战略机遇
- 三、下一代互联网上虚拟现实新发展分析
- 四、我国下一代互联网建设分析
- 五、我国下一代互联网主要业务分析

第四章 互联网市场消费者分析

第一节 互联网行消费者现状分析

- 一、2010年我国互联网用户分析
- 二、2010年中国移动互联网网民渗透率
- 三、2010年中国互联网用户现状分析

第二节 网民群体分析

- 一、青少年学生群体上网状况
- 二、非网民状况分析
- 三、典型互联网应用

第三节 网民行为与观念

- 一、上网习惯
- 二、互联网应用使用情况
- 三、网民对互联网评价

第四节 网民规模与结构

- 一、网民总规模与普及率
- 二、不同接入方式网民规模
- 三、不同群体网民规模与互联网普及率

第二部分 行业竞争格局

第五章 互联网行业竞争格局分析

第一节 互联网发展竞争分析

- 一、2010年我国互联网格局决定因素分析
- 二、2010年我国互联网市场竞争状况分析
- 三、2010年互联网企业收购趋势分析

第二节 国内外移动互联网发展竞争分析

- 一、2010年移动互联网竞争格局分析
- 二、2010年移动互联网竞争分析

三、2010年移动互联网差异化竞争分析

第三节 国内外网络游戏产业发展竞争分析

一、中外网络游戏发展对比分析

二、中美网络游戏商业模式比较分析

三、金融风暴对中国网络游戏出口影响

四、2010年中国网络游戏企业出口机遇分析

第四节 搜索引擎行业竞争分析

一、2010年搜索引擎行业竞争制衡分析

二、2010年搜索引擎企业竞争状况

三、中国搜索引擎广告竞争格局

第五节 我国电子商务市场竞争分析

一、电子商务企业核心竞争力分析

二、2010年中国电子商务同质化竞争分析

三、2010年中国内贸B2B竞争状况分析

第六节 中国网络广告市场竞争状况

一、网络广告核心竞争力分析

二、2010年网络广告在三线城市竞争分析

三、2010年我国网络广告市场竞争状况

第六章 互联网企业竞争策略分析

第一节 互联网市场竞争策略分析

一、2011年互联网市场增长潜力分析

二、2011年互联网主要潜力品种分析

三、现有互联网产品竞争策略分析

四、潜力互联网品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 互联网企业竞争策略分析

一、金融危机对互联网行业竞争格局的影响

二、金融危机后互联网行业竞争格局的变化

三、2011-2015年我国互联网市场竞争趋势

四、2011-2015年互联网行业竞争格局展望

五、2011-2015年互联网行业竞争策略分析

六、2011-2015年互联网企业竞争策略分析

第七章 互联网重点企业竞争分析

第一节 雅虎公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第二节 百度公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第三节 谷歌公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第四节 阿里巴巴网络有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第五节 腾讯公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第六节 分众传媒集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第七节 盛大集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第八节 神州数码控股有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第九节 搜狐公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第十节 网易公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2010-2011年经营状况

四、2011-2015年发展战略

第三部分 行业前景预测

第八章 互联网行业发展趋势分析

第一节 中国互联网行业发展趋势

一、2011年中国互联网营销模式发展趋势分析

二、2011年互联网中文域名使用分析

三、中国互联网国家战略趋势分析

三、中国互联网发展趋势分析

四、互联网服务融合趋势分析

第二节 移动互联网发展趋势

一、移动互联网智能终端融合趋势

二、未来移动互联网业务前景分析

三、未来移动互联网发展趋势分析

四、2015年移动互联网发展新趋势分析

第三节 web2.0产业发展趋向

一、金融危机引导Web2.0变革走向分析

二、MID发展对web2.0发展趋势影响

三、Web2.0时代网络技术的发展趋势

第四节 搜索引擎发展趋势

一、搜索引擎中国化方向发展分析

二、搜索引擎未来发展方向分析

三、搜索引擎发展趋势分析

四、搜索引擎个性化发展方向

第五节 国内外网络游戏产业发展趋势分析

一、中国网络游戏产业发展前景分析

二、中国网络游戏产业发展趋势分析

三、手机网络游戏产业未来发展机遇

第六节 电子商务行业发展趋势分析

一、未来电子商务重要组成部分分析

二、电子商务地方搜索趋势分析

三、我国B2C电子商务发展趋势

四、电子商务盈利模式新趋势分析

第七节 网络广告市场发展趋势

一、未来中国网络广告市场新增长点分析

二、2011年全球网络广告市场发展趋势

三、2011年我国网络广告市场发展方向

第九章 未来互联网行业发展预测

第一节 2011-2015年国际互联网市场预测

一、2011-2015年全球互联网行业收入预测

二、2011-2015年全球互联网市场需求前景

三、2011-2015年全球互联网市场投资预测

第二节 2011-2015年国内互联网市场预测

- 一、2011-2015年国内互联网行业收入预测
- 二、2011-2015年国内互联网市场需求前景
- 三、2011-2015年国内互联网市场投资预测
- 四、2011-2015年国内互联网行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十章 互联网行业投资现状分析

第一节 2010年互联网行业投资情况分析

- 一、2010年总体投资及结构
- 二、2010年投资规模情况
- 三、2010年投资增速情况
- 四、2010年分行业投资分析
- 五、2010年分地区投资分析
- 六、2010年外商投资情况

第二节 2011年1季度互联网行业投资情况分析

- 一、2011年1季度总体投资及结构
- 二、2011年1季度投资规模情况
- 三、2011年1季度投资增速情况
- 四、2011年1季度分行业投资分析
- 五、2011年1季度分地区投资分析
- 六、2011年1季度外商投资情况

第十一章 互联网行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2010-2011年我国宏观经济运行情况
- 二、2011-2015年我国宏观经济形势分析
- 三、2011-2015年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2011年互联网行业政策环境
- 二、2011年国内宏观政策对其影响
- 三、2011年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2011年社会环境发展分析
- 三、2011-2015年社会环境对行业的影响分析

第四节 电子产业信息振兴规划

- 一、电子产业信息振兴规划概述
- 二、电子产业信息振兴规划细则
- 三、电子产业信息振兴规划三大任务
- 四、电子产业信息振兴规划六大工程
- 五、电子产业信息振兴规划十项措施
- 六、电子产业信息振兴规划的意义与作用
- 七、电子产业信息振兴规划对互联网行业的影响

第十二章 互联网行业投资机会与风险

第一节 互联网行业投资效益分析

- 一、2010-2011年互联网行业投资状况分析
- 二、2011-2015年互联网行业投资效益分析
- 三、2011-2015年互联网行业投资趋势预测
- 四、2011-2015年互联网行业的投资方向
- 五、2011-2015年互联网行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响互联网行业发展的主要因素

- 一、2011-2015年影响互联网行业运行的有利因素分析
- 二、2011-2015年影响互联网行业运行的稳定因素分析
- 三、2011-2015年影响互联网行业运行的不利因素分析
- 四、2011-2015年我国互联网行业发展面临的挑战分析
- 五、2011-2015年我国互联网行业发展面临的机遇分析

第三节 互联网行业投资风险及控制策略分析

- 一、2011-2015年互联网行业市场风险及控制策略
- 二、2011-2015年互联网行业政策风险及控制策略
- 三、2011-2015年互联网行业经营风险及控制策略
- 四、2011-2015年互联网行业技术风险及控制策略
- 五、2011-2015年互联网同业竞争风险及控制策略

六、2011-2015年互联网行业其他风险及控制策略

第十三章 互联网行业投资战略研究

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、企业品牌的重要性

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 互联网行业投资战略研究

一、2011年电子信息产业行业投资战略

二、2011年互联网行业投资战略

三、2011-2015年互联网行业投资战略

四、2011-2015年细分行业投资战略

图表目录

图表：移动搜索与互联网搜索对比分析

图表：2010年VC新成立基金数量与募集资金

图表：2009-2010年互联网领域IPO和并购案例数量

图表：2009-2010年互联网领域投资案例数和总投资资金量

图表：2010年中国互联网上市公司回购股票计划

图表：CNGI总体结构

图表：CNGI项目的管理组织

图表：中国下一代互联网示范工程核心网CNGI-CERNET2/6IX

图表：中国电信CNGI核心网和上海互联交换中心

图表：中国联通CNGI核心网

图表：中国网通/中科院CNGI核心网

图表：中国移动CNGI核心网

图表：中国铁通CNGI核心网

图表：CNGI科研机构驻地网建设整体示意图

图表：方宽IPV6/IPV4驻地网网络拓扑图

图表：上海未来宽带研究中心驻地网

图表：金桥网络通信有限公司的IPv6/Ipv4双栈的驻地实验网

图表：CNGI沈阳地区驻地网接入方式拓扑图

图表：中国下一代互连网示范工程CNGI

图表：某分布式虚拟环境场景

图表：分布式虚拟环境技术的发展历程

图表：虚拟现实应用节点网络拓扑图

图表：北京-武汉之间的TCP往返延迟和BHRTI传输往返延迟

图表：基于BHRTI的跨城市仿真和分布式网络游戏

图表：局部近百个玩家的实时交互

图表：基于IPv6的城市景观服务

图表：蛋白质空间结构可视化分析预测系统部署和界面

图表：Tele-immersion采集环境与演示效果

图表：Tele-immersion网络数据流量

图表：远程研讨飞机设计

图表：实时三维重建系统

图表：远程沉浸的协同工作空间示意图

图表：2010年世界各国移动互连网网民渗透率

图表：各类青少年学生网民规模及比例

图表：各类青少年学生互联网普及率

图表：各类青少年学生上网地点

图表：农村与城镇青少年学生上网地点

图表：各类青少年学生网民每周上网小时数

图表：各类青少年学生网民每周上网20小时和40小时以上比例

图表：各类青少年学生网民上网时点

图表：青少年学生第一次接触互联网的年龄

图表：各类青少年网民上网时点

图表：青少年学生网民网络应用使用率

图表：非网民不上网原因

图表：非网民结构特征

图表：非网民主要信息渠道来源

图表：城镇与农村非网民信息渠道来源对比

图表：非网民未来半年上网预期

图表：网民理财信息的渠道来源

图表：网民在网上理财的产品

图表：网民第一次网上理财的时间

图表：网民进行网上理财的原因

图表：网民的求职信息来源

图表：网民搜索工作时设定的搜索条件

图表：通过网上求职找到过工作的比例

图表：找到工作使用的网上求职方式

图表：网民对专业招聘网站不满意的地方

图表：网上旅行预订的使用程度

图表：网民选择网上旅行预订的原因

图表：网民在网上预订的旅行产品

图表：网民对网上旅行预订不满意的地方

图表：中国网民上网地点

图表：中国网民上网时长

图表：中国网民上网时点

图表：中国网络应用使用率

图表：网民与非网民主要信息渠道

图表：个人月收入大于2000元、年龄25~40岁且大专及以上学历网民主要信息渠道

图表：中国与美国网络新闻、搜索引擎使用率对比

图表：沟通工具类网络应用使用率

图表：娱乐工具类网络应用使用率

图表：生活助手类网络应用使用率

图表：网民对互联网各方面的满意度

图表：中国互联网各方面满意度得分

图表：网民对互联网最反感的方面

图表：不同学历的网民对互联网信任度

图表：中国网民规模和年增长率

图表：中国互联网普及率

图表：中国与世界互联网普及率对比

图表：创新扩散的S形曲线

图表：不同上网方式网民规模

图表：中国网民性别结构

图表：不同性别互联网普及率

图表：中国网民年龄结构

图表：学生与非学生网民年龄结构对比

图表：中国不同年龄段网民数

图表：中国不同年龄段互联网普及率（1）

图表：中国不同年龄段互联网普及率（2）

图表：中国网民学历结构

图表：中国网民中大专及以上学历网民比重

图表：中国不同学历网民规模

图表：中国不同学历互联网普及率

图表：中国网民从业性质结构

图表：中国不同从业性质的网民规模

图表：中国学生与非学生网民规模

图表：中国网民收入结构

图表：学生与非学生网民个人月收入结构对比

图表：2010年视频网站裁员人数与幅度

图表：2010年视频网站近期新产品

图表：2010年国内外视频网站提价后广告价格对比

图表：2010年中国SNS网站融资一览

图表：2009-2010年网络游戏净收入环比增长率

图表：2010年我国网络游戏公司收入情况

图表：2009-2010年中国搜索引擎市场规模

图表：2010年中国搜索引擎月度访问次数增长情况

图表：网络搜索对象分析

图表：中国电子商务从业人员职业发展规划简图

图表：电子商务业务人员人才需求情况

图表：2010年中国B2B网站开源节流方式一览

图表：2010年中国垂直B2C网站开源节流方式一览

图表：2010年中国平台B2C网站开源节流方式一览

图表：2010年中国C2C网站开源节流方式一览

图表：2010年中国网络购物用户在购买前获取商品信息时常用的方式

图表：2003-2011年中国电子商务B2B市场付费用户规模

图表：2009-2011年中国服装行业垂直B2B市场规模预测

图表：2009-2010年中国网络广告市场规模

图表：2009-2010年中国主要形式网络广告市场份额比较

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/183366.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专业提供投资咨询报告、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。