



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国网吧市场监测 及市场运行态势报告

一、调研说明

《2016-2022年中国网吧市场监测及市场运行态势报告》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/279943.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

网吧（英文：Internet cafe 或 coffeenet）是向社会公众开放的营利性上网服务提供场所，提供电脑相关硬件。消费者可自由操控软件设施。一般以小时收费。上网基本条件：1.须持有本人身份证。2.本人必须满18周岁。规定：未成年禁止入内和禁止在网吧吸烟等。

1994年9月1日，正在英国伦敦大学攻读认知心理学博士学位的波兰姑娘爱娃·帕斯科（Eva Pascoe）在英国伦敦西区开设了世界上第一家网吧——Cyberia。1996年5月，中国第一家网吧在上海诞生——“盖威特”1995年之前上海的国内首家网吧3C+T，模仿台湾和国外形式。价格大概20元/小时 1995年至1998年 网吧的第一个发展高峰，网吧不光上网，开始成游戏场所。单机游戏为主，价格10到15元。1998年至2000年 数量开始迅速膨胀，开始大规模的行业内竞争。管理放松，滋生了一些社会问题。2000年至2002年 网吧开始接纳网络游戏用户。网吧大战后，出现连锁网吧。2002年6月，蓝极速事件引发国家对网吧加大监管力度。《互联网上网服务营业场所管理条例》的出台，网吧行业开始重新洗牌。

2002年以后 文化部出台连锁经营新规，网吧开始有序发展，但仍然存在诸多社会问题。网络游戏的飞速发展，催生了一个更大的网吧市场。2006年12月26日，上海第一家民营连锁网吧世众网络联盟正式成立。2010年2月 文化部发出通知 单体网吧将逐渐退出市场全国网吧将实现连锁运营。在历经六年之后，网吧审批的口子终于又将重新放开。根据文化部和公安部、工信部、工商总局联合发出的一份通知，各省级文化行政部门可根据地区和城乡差异，在确保场所每台计算机占地面积不少于二平方米的前提下，分别设立网吧台数标准，依法开展单体网吧审批[2]。2014年11月24日，文化部、工商总局、公安部、工信部近日联合印发通知，全面放开网吧审批，取消各级文化行政部门对上网服务场所的总量和布局要求，取消对上网服务场所计算机数量的限制，场所最低营业面积调整为不低于20平方米，计算机单机面积不低于2平方米。

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家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 网吧市场相关概述 14

第一节 网吧发展背景 14

第二节 网吧市场发展 15

一、网吧市场的形成 15

二、网吧市场的增值服务和增值业务 15

三、网吧的社会价值和经济价值 17

第三节 网吧经营管理 18

一、网吧从宽带开始智能化管理 18

二、让智能化的管理路由器助力网吧服务 19

三、善用技术人力成为网吧扩张的关键 19

第四节 中国网吧行业产业链 19

第二章 2014-2015年中国网吧市场运行环境解析 22

第一节 2015年中国宏观经济发展环境分析 22 2005-2014年中国网吧行业的销售收入情况

一、国民经济运行情况GDP 22

二、消费价格指数CPI、PPI 23

三、全国居民收入情况 29

四、恩格尔系数 29

五、工业发展形势 31

六、固定资产投资情况 41

七、中国汇率调整（人民币升值） 48

八、对外贸易&进出口 48

九、2016年经济预测 52

第二节 中国网吧市场政策环境分析 55

一、网吧审批政策解析 55

二、英特尔助力网吧企业新政出台 59

三、网吧管理政策探讨 61

四、网吧等公共场所的监管 61

第三节 中国网吧运营社会环境分析 61

一、2015年城乡居民收入分析 61

二、网吧成年轻人消费的休闲场所 62

三、网吧的社会积极意义 63

四、中国人口规模及结构 63

五、互联网普及应用情况 64

第三章 2014-2015年中国网吧运营市场动态分析 66

第一节 中国网民规模状况分析 66

一、网民规模分析 66

（一）总体网民规模 66

（二）手机网民规模 68

二、各省网民规模 69

三、网民结构分析 71

（一）性别结构 71

（二）年龄结构 72

（三）学历结构 72

（四）职业结构 73

（五）收入结构 74

（六）城乡结构 75

第二节 中国网吧规模状况分析 75

一、网吧已成中国第二大上网场所 75

二、中国网吧行业规模 75

三、中国网吧用户规模 76

四、网吧从业人员规模 77

五、网吧软件厂商类型 77

六、平台类软件厂商份额 78

第三节 中国网吧服务分析 78

一、内容服务 78

（一）游戏 78

（二）即时通讯 79

二、增值服务 80

第四节 中国网吧业经营模式分析 81

一、国内网吧业发展新模式 81

二、中国网吧业产业链需谋求经营转型 81

三、网吧业特许经营模式面面观 86

第五节 主要地区网吧发展分析 89

一、东北地区网吧发展分析 89

二、华北地区网吧发展分析 89

三、华东地区网吧发展分析 90

四、华中地区网吧发展分析 90

五、华南地区网吧发展分析 91

六、西南地区网吧发展分析 91

七、西北地区网吧发展分析 91

第六节 中国网吧市场现存问题分析 92

一、企业化意识淡薄 92

二、市场针对性不强、缺乏个性 92

三、片面强调硬件，服务"偏硬" 92

四、对网管收银员的重要性缺乏足够的重视 93

五、盲目跟风严重 93

第四章 2015年中国不同地区网吧行业调查分析 93

第一节 中国网吧行业区域结构分析 93

第二节 特征城市网吧用户调查分析 94

一、特征城市网吧用户上网目的 94

二、特征城市网吧用户上网频率 95

三、特征城市网吧用户平均每次上网时长（每天） 95

四、特征城市网吧用户经常玩的游戏类型的 95

第三节 特征城市网吧消费分析 96

一、特征城市网吧会员用户比例 96

二、特征城市网吧会员单次充值额 96

三、特征城市网吧会员用户充值频率 97

四、特征城市网吧用户平均每月消费额 98

五、特征城市网吧用户机时费保留价格 98

六、特征城市网吧用户在网吧的附属消费 99

第五章 中国网吧行业消费情况调查分析 100

第一节 中国网吧消费者社会属性 100

- 一、网吧消费者性别特征 100
- 二、网吧消费者年龄特征 100
- 三、网吧消费者婚姻状况 101
- 四、网吧消费者教育水平 101
- 五、网吧消费者就业情况 102
- 六、网吧消费者收入水平（月收入） 102
- 七、网吧消费者智能设备拥有情况 102
- 八、网吧消费者智能设备的操作系统情况 103
- 第二节 中国网吧消费者整体上网行为 104
 - 一、网吧消费者上网的主要场所 104
 - 二、网吧消费者家庭或宿舍宽带安装情况 104
 - 三、网吧消费者选择到网吧上网的原因 104
 - 四、网吧消费者到网吧上网的主要目的 105
 - 五、网吧消费者到网吧上网的频率 105
 - 六、网吧消费者到网吧上网的平均时长（每天） 105
 - 七、网吧消费者到网吧上网的陪同人数 106
 - 八、网吧消费者平均每月在网吧上网的花销（每周） 106
 - 九、网吧消费者在网吧经常购买的产品类型 107
 - 十、网吧消费者选择不同网吧的考虑因素 107
- 第三节 网吧消费者细分上网行为 108
 - 一、网吧消费者网络视频行为 108
 - （一）网吧视频用户观看视频的频率 108
 - （二）网吧视频用户视频网站使用情况 108
 - （三）网吧视频用户观看的视频内容 109
 - 二、网吧消费者网络游戏行为 110
 - （一）网吧游戏用户的游戏选择偏好 110
 - （二）网吧游戏用户玩游戏的频率 110
 - （三）网吧游戏用户选择游戏的考虑因素 110
 - （四）网吧游戏用户经常玩的游戏类型 111
 - （五）网吧游戏用户的游戏消费态度 111
 - 三、网吧消费者网络购物行为 112
 - （一）网吧网络购物人群的网购频率 112

- (二) 网吧网购人群购物网站使用情况 113
- (三) 网吧消费者网络购物产品种类 113
- (四) 网吧网络购物用户经常使用的支付工具 114

第六章 2014-2015年中国网吧设备市场运行格局透析 115

第一节 整机设备市场分析 115

一、整机设备应用现状分析 115

- (一) 影响网吧设备市场的因素 115
- (二) 网吧电脑设备市场规模 115
- (三) 品牌应用结构 115
- (四) 电脑配置 115

二、整机设备采购状况分析 116

- (一) 一般网吧设备清单 116
- (二) 采购渠道 118

第二节 显示器设备市场分析 119

一、显示器应用现状分析 119

- (一) 显示器市场发展情况 119
- (二) 显示器产量规模统计 121
- (三) 液晶(LCD)显示器 124
- (四) CRT显示器 126
- (五) 网吧用显示器现状分析 126

二、显示器采购状况分析 126

第三节 配件市场应用现状分析 127

- 一、网吧低耗能通风降温工程系统 127
- 二、网吧的组网与设备 127

第四节 软件产品市场分析 129

- 一、网吧游戏更新软件 129
- 二、网吧计费软件 131
- 三、无盘系统/软件 133

第七章 2014-2015中国连锁网吧市场运行态势分析 141

第一节 中国连锁网吧市场运行综述 141

- 一、连锁模式的特点与潜力 141
- 二、连锁网吧发展规模 142
- 三、连锁网吧管理模式 142
- 四、新政出台对连锁网吧市场的影响 145
- 第二节 中国连锁网吧典型企业分析 147
 - 一、中国电信-绿色动力 147
 - 二、中国联通-联通网苑 147
 - 三、瑞得在线 148
 - 四、中录时空 148
 - 五、中青网络家园 149
 - 六、首创网络 150
 - 七、中数网络家园 150
 - 八、零度聚阵 151
- 第三节 2016-2022年中国连锁网吧市场发展趋势与预测 151

第八章 2016-2022年中国网吧行业市场供需预测分析 152

第一节 2016-2022年网吧行业市场供给预测分析 152

- 一、主要网吧企业供给能力分析 152
- 二、网吧行业供给能力影响因素 152
- 三、网吧市场供给规模预测 153

第二节 2016-2022年中国网吧行业市场需求预测 153

- 一、网吧市场消费影响因素 153
- 二、网吧市场消费趋势预测 154
- 三、网吧市场需求规模预测 155

第三节 2016-2022年中国网吧行业发展趋势分析 156

- 一、网吧向高端化方向发展 156
- 二、连锁网吧全新赢利模式 156
- 四、网吧新媒体发展面临两个突破 157
 - (一) 网吧即媒介 157
 - (二) 网吧既是新媒体又是跨媒体 158
 - (三) 连锁网吧构建的新媒体(跨媒体)平台 159
 - (四) 网吧新媒体,整合是关键 159

（五）阳光计划??网吧产业的新媒体机遇	160
第四节 2016-2022年中国网吧企业盈利模式及品牌管理	160
一、企业盈利模型	160
二、品牌管理战略	162
第九章 2016-2022年中国网吧市场投资机会与风险预警	166
第一节 2016-2022年中国网吧市场投资机会分析	166
一、中国网吧市场投资吸引力分析	166
二、网吧与其他上网方式比较优势	166
三、农村网吧市场投资吸引力分析	167
（一）农村网吧发展现状	167
（二）新思路新机会	167
（三）走网吧与网校结合之路	167
四、投资网吧周边项目案例研究	168
第二节 2016-2022年中国网吧市场投资风险分析	168
一、投入成本巨大	168
二、竞争过于激烈	168
三、行业的经验	169
第三节 2016-2022年中国网吧市场投资策略要点	169
一、要因地制宜选址	169
二、要象企业一样打理网吧	169
三、要学会多种经营	170
四、要留住高技术人才	170
第四节 2016-2022年中国网吧企业投资建议	170(AK HT)

图表目录:

图表：2014-2015年1-12月国民生产总值（GDP）表	22
图表：2006-2015年中国GDP增速走势图	22
图表：2008-2015年12月中国CPI走势图	24
图表：2014-2015年12月中国CPI月度统计与增长率	24
图表：2015年12月工业生产者价格主要数据	25
图表：2006-2015年12月中国PPI走势图	28

图表：2015年中国PPI月度统计与增长率 28

图表：2015年全年中国规模以上工业增加值 31

图表：2015年12月中国规模以上工业生产主要数据 32

图表：2015年中国钢材日均产量及增速 34

图表：2015年中国水泥日均产量及增速 35

图表：2015年中国十种有色金属日均产量及增速 36

图表：2015年中国乙烯日均产量及增速 36

图表：2015年中国汽车日均产量及增速 37

图表：2015年中国轿车日均产量及增速 37

图表：2015年中国发电量日均产量及增速 38

图表：2015年中国原油加工量日均产量及增速 38

图表：2014-2015年1-12月份工业增加值增长 40

图表：2015年中国固定资产投资到位增速 42

图表：2015年固定资产投资（不含农户）主要数据 43

图表：2014年4月-2015年12月中国固定资产投资（不含农户）情况 47

图表：2008-2015年固定资产投资（不含农户）走势图 47

图表：2015年我国一般贸易进出口统计表 48

图表：2015年我国对主要贸易伙伴进出口情况 49

图表：2015年我国民营企业进出口情况 49

图表：2015年我国机电产品出口统计 50

图表：2015年我国铁矿及原油进口统计表 50

图表：2014年5月-2015年12月中国海关进出口增减情况一览表 51

图表：2008-2015年中国海关进出口增减走势图 51

图表：中国网民规模和互联网普及率 66

图表：新网民互联网接入设备使用情况 67

图表：非网民不使用互联网的原因 67

图表：非网民未来上网意向 68

图表：中国手机网民规模及其占网民比例 68

图表：2015年中国内地分省网民规模及互联网普及率 69

图表：中国网民性别结构 71

图表：中国网民年龄结构 72

图表：中国网民学历结构 72

图表：中国网民职业结构 73

图表：中国网民个人月收入结构 74

图表：平台类软件厂商份额 78

图表：我国东北地区网吧发展分析（亿元） 89

图表：我国华北地区网吧发展分析（亿元） 89

图表：我国华东地区网吧发展分析（亿元） 90

图表：我国华中地区网吧发展分析（亿元） 90

图表：我国华南地区网吧发展分析（亿元） 91

图表：我国西南地区网吧发展分析（亿元） 91

图表：我国西北地区网吧发展分析（亿元） 91

图表：2015年我国网吧行业7大地区的规模比例% 93

图表：特征城市网吧用户上网目的 94

图表：特征城市网吧用户上网频率 95

图表：特征城市网吧用户平均每次上网时长（每天） 95

图表：特征城市网吧用户经常玩的游戏类型的 95

图表：特征城市网吧会员用户比例 96

图表：特征城市网吧会员单次充值额 96

图表：特征城市网吧会员用户充值频率 97

图表：特征城市网吧用户平均每月消费额 98

图表：特征城市网吧用户机时费保留价格 98

图表：特征城市网吧用户在网吧的附属消费（每月消费额） 99

图表：网吧消费者性别特征 100

图表：网吧消费者年龄特征 100

图表：网吧消费者婚姻状况 101

图表：网吧消费者教育水平 101

图表：网吧消费者就业情况 102

图表：网吧消费者收入水平（月收入） 102

图表：网吧消费者智能设备拥有情况 102

图表：网吧消费者智能设备的操作系统情况 103

图表：网吧消费者上网的主要场所 104

图表：网吧消费者家庭或宿舍宽带安装情况 104

图表：网吧消费者选择到网吧上网的原因 104

图表：网吧消费者到网吧上网的主要目的 105

图表：网吧消费者到网吧上网的频率 105

图表：网吧消费者到网吧上网的平均时长（每天） 105

图表：网吧消费者到网吧上网的陪同人数 106

图表：网吧消费者平均每月在网吧上网的花销（每周） 106

图表：网吧消费者在网吧经常购买的产品类型 107

图表：网吧消费者选择不同网吧的考虑因素 107

图表：网吧视频用户观看视频的频率 108

图表：网吧视频用户视频网站使用情况 108

图表：网吧视频用户观看的视频内容 109

图表：网吧游戏用户的游戏选择偏好 110

图表：网吧游戏用户玩游戏的频率 110

图表：网吧游戏用户选择游戏的考虑因素 110

图表：网吧游戏用户的游戏消费态度（每年在游戏上的花费） 111

图表：网吧网络购物人群的网购频率 112

图表：网吧网购人群购物网站使用情况 113

图表：网吧消费者网络购物产品种类 113

图表：网吧网络购物用户经常使用的支付工具 114

图表：一般规模网吧设备清单 116

图表：2015年12月显示器销售排行榜 119

图表：中国显示器产量及增长情况分析 121

图表：中国显示器分省产量数据统计分析 122

图表：2015年1-8月全国显示器产量分省市统计表 123

图表：2015年1-8月全国显示器产量集中度分析 124

图表：2011-2015年我国网吧数量（万家） 152

图表：2016-2022年我国网吧数量预测（万家） 153

图表：2016-2022年我国网吧销售收入及预测（亿元） 154

图表：2016-2022年我国网吧需求规模及预测（亿元） 155

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/279943.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。