



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007年 - 2008年中国门户网站行业兼并(并购)重组决策分析报告

一、调研说明

《2007年 - 2008年中国门户网站行业兼并(并购)重组决策分析报告》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/41146.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

第一章 研究概述 1

第一节 研究背景 1

第二节 研究内容 1

第三节 研究方法 3

第四节 市场竞争力指标体系 4

第二章 国外门户网站发展现状 5

第一节 国外门户网站发展特征 5

第二节 国外门户网站竞争格局分析 7

一、美国 7

二、英国 7

三、德国 8

四、法国 9

五、日本 9

六、韩国 10

第三章 中国门户网站行业的现状分析 11

第一节 中国互联网的发展概述 12

第二节 2006-2007年中国门户网站投资现状分析 15

一、中国门户网站规模状况分析 15

二、中国门户网站投资方向分析 17

三、中国门户网站盈利情况分析 18

第三节 中国门户网站运行情况分析 18

一、无线增值业务 19

二、电子商务 20

三、网络广告业务 22

四、网络游戏业务 23

第四章 中国门户网站投资政策环境分析 24

第一节 宏观经济政策对门户网站的影响 24

第二节 产业政策对门户网站的影响 25

第三节 互联网政策深度分析 25

第五章 影响门户网站发展的主要因素分析 28

第一节 门户网站行业发展的风险分析 28

一、门户网站行业的市场竞争格局 28

二、门户网站行业进入壁垒特性分析 29

三、门户网站行业退出壁垒分析 30

第二节 中国门户网站发展存在的问题 30

第六章 中国门户网站兼并重组现状分析 31

第一节 中国门户网站兼并重组背景分析 32

第二节 中国门户网站兼并重组特点趋势分析 32

一、综合类门户网站 32

二、专业性门户网站 33

三、垂直性门户网站 33

第三节 中国门户网站兼并重组的障碍分析 34

一、政策障碍 34

二、组织结构障碍 35

三、资金障碍 35

四、技术障碍 35

第七章 国外门户网站的兼并重组并购案例分析 35

第一节 韩国最大门户网站Daum公司收购美国门户网站Lycos 36

一、兼并重组背景与动机分析 36

二、兼并重组过程分析 36

三、兼并重组方案与成败经验分析 38

四、兼并重组整合战略分析 38

第二节 韩国第二大门户网站NHN集团收购北京联众 39

一、兼并重组背景与动机分析 39

二、兼并重组过程分析 41

三、 兼并重组方案与成败经验分析	42
四、 兼并重组整合战略分析	44
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	45
一、 兼并重组背景与动机分析	45
二、 兼并重组过程分析	46
三、 兼并重组方案与成败经验分析	46
四、 兼并重组整合战略分析	47
第四节 默多克新闻集团收购美国“时尚门户”网站MySpace.com	49
一、 兼并重组背景与动机分析	49
二、 兼并重组过程分析	50
三、 兼并重组方案与成败经验分析	51
四、 兼并重组整合战略分析	52
第五节 欧洲交友网站meetic以2000万美元并购亿友	52
一、 兼并重组背景与动机分析	52
二、 兼并重组过程分析	53
三、 兼并重组方案与成败经验分析	54
四、 兼并重组整合战略分析	55
第八章 外资门户网站企业在中国的兼并重组趋势分析	56
第一节 国内外资门户网站企业发展分析	56
一、 投资特点	56
二、 投资区域	56
三、 市场表现	57
四、 投资产品结构	58
五、 投资趋势	58
第二节 Yahoo在中国投资及兼并重组情况分析	59
一、 Yahoo在中国投资情况	59
二、 Yahoo核心竞争力分析	60
三、 Yahoo投资与兼并重组趋势分析	60
第三节 eBay在中国投资及兼并重组情况分析	61
一、 eBay在中国投资情况	61
二、 eBay核心竞争力分析	63

三、eBay投资与兼并重组趋势分析	63
第四节 Google在中国投资及兼并重组情况分析	65
一、Google在中国投资情况	65
二、Google核心竞争力分析	67
三、Google投资与兼并重组趋势分析	69
第五节 微软在中国投资及兼并重组情况分析	69
一、微软在中国投资情况	69
二、微软核心竞争力分析	71
三、微软投资与兼并重组趋势分析	73
第六节 美国在线在中国投资及兼并重组情况分析	74
一、美国在线在中国投资情况	74
二、美国在线核心竞争力分析	75
三、美国在线投资与兼并重组趋势分析	77
第七节 韩国NHN集团在中国投资及兼并重组情况分析	78
一、NHN集团在中国投资情况	78
二、NHN集团核心竞争力分析	79
三、NHN集团投资与兼并重组趋势分析	80
第九章 即将进入中国的门户网站企业分析	80
第一节 Time Warner	80
一、公司经营情况分析	80
二、公司核心竞争力分析	82
三、公司进入中国的背景与动机分析	83
四、公司在中国的投资趋势以及可能性分析	83
第二节 Altavista	84
一、公司经营情况分析	84
二、公司核心竞争力分析	85
三、公司进入中国的背景与动机分析	86
四、公司在中国的投资趋势以及可能性分析	86
第三节 ZDNet	87
一、公司经营情况分析	87
二、公司核心竞争力分析	87

三、 公司在中国的投资趋势以及可能性分析 87

第四节 Excite 88

一、 公司经营情况分析 88

二、 公司核心竞争力分析 89

三、 公司进入中国的背景与动机分析 89

四、 公司在中国的投资趋势以及可能性分析 90

第五节 google 90

一、 公司经营情况分析 90

二、 公司核心竞争力分析 92

三、 公司在中国的投资趋势以及可能性分析 93

第十章 国内主要门户网站的兼并重组案例分析 94

第一节 奇虎网收购亿唐网 94

一、 兼并重组背景与动机分析 94

二、 兼并重组过程分析 95

三、 兼并重组方案与成败经验分析 95

四、 兼并重组整合战略分析 95

第二节 中华网收购掌中万维 96

一、 兼并重组背景与动机分析 96

二、 兼并重组过程分析 97

三、 兼并重组方案与成败经验分析 97

四、 兼并重组整合战略分析 98

第三节 搜狐收购焦点房地产网 99

一、 兼并重组背景与动机分析 99

二、 兼并重组过程分析 100

三、 兼并重组方案与成败经验分析 100

四、 兼并重组整合战略分析 101

第四节 新浪收购UC即时通讯技术平台 101

一、 兼并重组背景与动机分析 101

二、 兼并重组过程分析 102

三、 兼并重组方案与成败经验分析 103

四、 兼并重组整合战略分析 104

第五节 千橡集团收购donews 105

- 一、 兼并重组背景与动机分析 105
- 二、 兼并重组过程分析 106
- 三、 兼并重组方案与成败经验分析 106
- 四、 兼并重组整合战略分析 106

第六节 易登网收购搜易达 107

- 一、 兼并重组背景与动机分析 107
- 二、 兼并重组过程分析 108
- 三、 兼并重组整合战略分析 108

第七节 速达软件公司收购国内电子商务网站8848 109

- 一、 兼并重组背景与动机分析 109
- 二、 兼并重组过程分析 110
- 三、 兼并重组方案与成败经验分析 110
- 四、 兼并重组整合战略分析 110

第十一章 中国主要门户网站兼并重组主体竞争力分析 112

第一节 新浪 112

- 一、 公司盈利模式分析 112
- 二、 公司资本运营情况分析 114
- 三、 信息技术竞争力分析 115
- 四、 市场竞争力分析 116

第二节 网易 118

- 一、 公司盈利模式分析 118
- 二、 公司资本运营情况分析 119
- 三、 信息技术竞争力分析 120
- 四、 市场竞争力分析 121

第三节 搜狐 123

- 一、 公司盈利模式分析 123
- 二、 公司资本运营情况分析 123
- 三、 信息技术竞争力分析 124
- 四、 市场竞争力分析 125
- 五、 主要客户群体分析 127

第四节 TOM 127

- 一、公司盈利模式分析 127
- 二、公司资本运营情况分析 130
- 三、信息技术竞争力分析 130
- 四、市场竞争力分析 131
- 五、主要客户群体分析 131

第五节 百度 132

- 一、公司盈利模式分析 132
- 二、公司资本运营情况分析 133
- 三、信息技术竞争力分析 134
- 四、市场竞争力分析 136
- 五、主要客户群体分析 137

第六节 盛大网络 138

- 一、公司盈利模式分析 138
- 二、公司资本运营情况分析 138
- 三、市场竞争力分析 140
- 四、主要客户群体分析 141

第七节 中华网 142

- 一、公司盈利模式分析 142
- 二、信息技术竞争力分析 144
- 三、市场竞争力分析 144
- 四、主要客户群体分析 145

第八节 硅谷动力 146

- 一、公司盈利模式分析 146
- 二、公司资本运营情况分析 147
- 三、信息技术竞争力分析 147
- 四、市场竞争力分析 148
- 五、主要客户群体分析 148

第九节 腾讯 149

- 一、公司盈利模式分析 149
- 二、公司资本运营情况分析 150
- 三、信息技术竞争力分析 152

四、市场竞争力分析 153

五、主要客户群体分析 153

第十节 21CN 154

一、公司盈利模式分析 154

二、公司资本运营情况分析 155

三、信息技术竞争力分析 156

四、市场竞争力分析 156

五、主要客户群体分析 156

第十一节 阿里巴巴 156

一、公司盈利模式分析 156

二、公司资本运营情况分析 157

三、信息技术竞争力分析 158

四、市场竞争力分析 159

五、主要客户群体分析 159

第十二章 中国门户网站产业链分析及兼并重组机会分析 160

第一节 门户网站与IT制造厂商兼并重组机会分析 160

第二节 门户网站与网络终端市场兼并重组机会分析 161

第三节 门户网站与广告公司的兼并重组机会分析 163

第十三章 中国门户网站规模性兼并重组机会分析 163

第一节 大型规模网站兼并重组机会分析 164

一、新浪 164

1、企业发展战略分析 164

1) 新浪净营业收入趋势分析 164

2) 新浪盈利能力趋势分析 165

2、企业战略发展瓶颈分析 166

3、兼并重组可能性分析 167

二、TOM 167

1、企业发展战略分析 167

2、企业战略发展瓶颈分析 169

3、兼并重组可能性分析 169

三、网易 170

- 1、企业发展战略分析 170
- 2、企业战略发展瓶颈分析 171
- 3、兼并重组可能性分析 172

四、搜狐 173

- 1、企业发展战略分析 173
- 2、企业战略发展瓶颈分析 174
- 3、兼并重组可能性分析 175

五、盛大 176

- 1、企业发展战略分析 176
- 2、企业战略发展瓶颈分析 177
- 3、兼并重组可能性分析 177

六、阿里巴巴 178

- 1、企业发展战略分析 178
- 2、企业战略发展瓶颈分析 179
- 3、兼并重组可能性分析 179

第二节 中小型规模网站兼并重组机会分析 180

一、赛迪 180

- 1、兼并重组可行性分析 180
- 2、兼并重组价值分析 181

二、硅谷动力 182

- 1、兼并重组可行性分析 182
- 2、兼并重组价值分析 183

三、百度 183

- 1、兼并重组可行性分析 183
- 2、兼并重组价值分析 184

四、21cn 185

- 1、兼并重组可行性分析 185
- 2、兼并重组价值分析 185

第十四章 中国门户网站在国外进行兼并重组的机会分析 187

第一节 目标战略 187

第二节 运营模式分析 188

第三节 价值分析 189

第四节 障碍分析 190

第十五章 中国门户网站兼并重组中的竞争战略分析 191

第一节 差异化战略分析 191

第二节 成本领先战略分析 193

第三节 市场集中战略分析 194

1、 国际市场的生产能力容量足够大 195

2、 国际市场应能够充分发挥本企业的资源和竞争优势 196

1、 产品 196

2、 服务 197

3、 价格 197

第十六章 中国门户网站兼并重组风险分析 197

第一节 资产重组情况分析 197

第二节 人事变动情况分析 200

第三节 企业管理情况分析 202

第四节 企业文化情况分析 202

第五节 企业战略情况分析 203

第十七章 中国门户网站兼并重组建议 205

第一节 组织整合方面的建议 205

第二节 运营整合方面的建议 205

图表目录索引

图表1：中国门户网站行业兼并重组分析报告研究内容 1

图表2：门户网站兼并重组研究报告研究内容 2

图表3：门户网站的主流业务与互联网发展时期比较 6

图表4：2003-2007年中国互联网用户数量统计 12

图表5：2003-2007年中国互联网普及率统计 13

图表6：世界部分国家互联网普及率比较 14

图表7：不同接入方式的网民规模（多选）	14
图表8：2003—2007年中国网站总数变化情况	15
图表9：中国分类网站数	15
图表10：中国门户网站规模及预测	16
图表11：门户网站兼并重组部分事件一览表	16
图表12：各细分领域用户人数及使用率	17
图表13：中国网络广告规模及预测	18
图表14：历年门户网站业务收入比例	19
图表15：电子商务主要产品交易占比	21
图表17：广告投放领域比例	22
图表18：国内主要门户网站网络广告业务收入	22
图表19：2007年网络游戏运营商市场份额	24
图表20：互联网相关政策、法规、规定一览	25
图表21：2003—2007年Daum公司盈利情况	38
图表22：NHN集团运营模式	40
图表23：乐天集团整合战略分析	48
图表24：2004—2007年MySpace用户增长情况	51
图表25：meetic并购亿友流程	53
图表26：2005—2007年交友网获得投资情况	54
图表27：外资主要投资区域分析	57
图表28：中国B2B电子商务规模及预测	62
图表29：	62
图表30：2008年第一季度中国搜索引擎运营商主营收入市场份额	66
图表31：2007年1季度—2008年一季度中国搜索引擎市场规模	67
图表32：AOL在中国市场上的投资进展	74
图表33：NHN国内外业务进展示意	78
图表34：2003—2007年NHN集团收入情况	79
图表35：2003年—2007年时代华纳公司主营收入及变化	81
图表36：2003年—2007年时代华纳公司净利润情况	82
图表37：2004年—2007年google主营收入情况	91
图表38：2004年—2007年google净利润情况	92
图表39：2007年4月中国无线增值公司的排名	97

图表40：2003年搜狐公司并购事项	100
图表41：新浪公司五大业务模块	112
图表42：2004年—2007年新浪业务规模	113
图表43：2004年—2007年新浪业务规模变化	113
图表44：2004年—2007年新浪基本情况	114
图表45：上市初SINA主要股东及持股比例情况	115
图表46：2004年—2007年新浪盈利情况	116
图表47：新浪业务比例情况	117
图表48：2004年—2007年新浪营运费用情况	117
图表49：新浪公司移动增值业务发展情况	118
图表50：新浪主营业务毛利率比较	118
图表51：2004年—2007年网易主营收入及变化	119
图表52：网易公司细分业务规模	119
图表53：2004年—2007年流动资产情况	120
图表54：2004年—2007年网易公司毛利润情况	121
图表55：2004年—2007年网易公司净利润情况	121
图表56：2004年—2007年搜狐主营收入	123
图表57：	124
图表58：搜狐资本结构	124
图表59：2004年—2007年搜狐业务模式	125
图表60：2004年—2007年搜狐净利润情况	126
图表61：tom集团业绩构成	128
图表62：2004年—2007年百度主营收入	133
图表63：2004年—2007年百度业务结构	133
图表64：2004年—2007年百度成本构成情况	134
图表65：2004年—2007年百度部分资金指标	134
图表66：2004年—2007年百度营业利润情况	136
图表67：2004年—2007年百度净利润情况	136
图表68：2004年—2007年盛大公司主营收入情况	139
图表69：2004年—2007年盛大公司主营业务结构	140
图表70：2004年—2007年盛大公司净利润情况	141
图表71：中华网合作伙伴	142

图表72：2004年—2007年中华网投资集团主营收入	143
图表73：中华网分公司业务规模	144
图表74：中华网利润及流动资产情况	145
图表75：2004年—2007年腾讯公司主营收入及变化	150
图表76：2004年—2007年腾讯公司主营业务结构	150
图表77：2004年—2007年腾讯公司主要盈利指标	151
图表78：21CN主要业务包括：	154
图表79：2000年—2007年新浪主营收入及净利润情况	164
图表80：2004年—2007年新浪业务规模	166
图表81：网易公司细分业务规模	171
图表82：2000年—2007年搜狐公司主营收入及净利润情况	174
图表83：2004年—2007年搜狐业务模式	175

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/41146.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。