



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007-2008年中国网络经济市场 分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2007-2008年中国网络经济市场分析及发展趋势研究报告》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/41160.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

2007年中国网络经济市场规模为475亿元，比2006年增长了39.1%。机构预测，2011年中国网络经济市场规模将突破1500亿元。

机构认为，目前中国网络经济主要有以下几个特点：

- 1、 网络游戏、网络广告和移动增值三大业务模式仍是主流；
- 2、 电子商务成为新的经济热点；
- 3、 基于Web2.0的网络社区和视频分享发展迅速。

【 目 录 】

Page5——I. 第七届中国网民网络消费行为大调研背景

Page5——一、 调查领域划分

Page5——二、 研究主要内容

Page5——三、 研究报告成果

Page7——II. 研究方法

Page7——（一）机构网络调研（网络用户）说明

Page7——（二）机构网络调研（行业研究）说明

Page8——III. 概念定义

Page10——IV 报告摘要

Page11——V. 报告正文

Page11——1. 中国网络经济市场发展概况

Page11——1.1 中国网络经济市场规模分析

Page11——1.1.1 中国网络经济市场发展迅速，前景广阔

Page13——1.1.2 未来几年个人付费市场仍占主流

Page16——1.1.3 中国网络经济的地位日趋重要

Page17——1.2 中国网络经济市场结构分析

Page17——1.2.1 盈利模式趋于多元化

Page19——1.2.2 市场规模集中度逐渐降低

Page21——1.2.3 网络广告市场发展潜力巨大

Page24——2. 中国网络经济市场发展阶段

Page24——2.1 探索阶段：政府主导下科研网络的建立引发互联网革命

Page26——2.2 起步阶段：互联网进入综合门户时代

Page27——2.3 成长阶段：网络服务垂直化趋势不可逆转

Page29——2.4 深入发展阶段：网络经济呈多元化盈利模式

Page30——3. 中国网络经济用户行为分析

Page30——3.1 中国互联网用户数基数大，普及率稳步提高

Page31——3.2 中国网络服务用户分析

Page31——3.2.1 中国网络服务用户覆盖分析

Page34——3.2.2 中国网络服务用户黏性分析

Page38——3.3 中国软件服务用户分析

Page38——3.3.1 中国软件服务用户覆盖分析

Page40——3.3.2 中国软件服务用户黏性分析

Page43——4. 中国网络经济投资市场分析

Page43——4.1 2007年中国互联网行业投资分析

Page47——4.2 中国网络经济行业投资竞争力比较

Page48——4.2.1 市场规模分析

Page49——4.2.2 市场集中度分析

Page50——4.2.3 用户响应能力分析

Page51——4.2.4 市场发展潜力分析

Page52——4.3 中国网络经济行业投资竞争力综合比较

Page52——4.3.1 投资竞争力分析

Page53——4.3.2 投资行业比较

Page54	——5. 中国网络经济核心行业分析
Page54	——5.1 移动增值市场分析
Page54	——5.1.1 发展现状：市场进入调整期
Page57	——5.1.2 发展趋势：3G正式推出催生多样化服务
Page59	——5.2 网络游戏市场分析
Page59	——5.2.1 发展现状：市场规模增长迅速，占全球网游市场比重持续增加
Page62	——5.2.2 发展趋势：一切从玩家需求出发
Page63	——5.3 网络广告市场分析
Page63	——5.3.1 发展现状：市场增长迅速，结构呈多元化趋势扩散
Page66	——5.3.2 发展趋势：多元化发展成为必然
Page68	——5.4 搜索引擎市场分析
Page68	——5.4.1 发展现状：页面搜索和综合搜索网站依然是主流
Page72	——5.4.2 发展趋势：搜索引擎市场正处于变革期
Page74	——5.5 电子商务市场分析
Page74	——5.5.1 发展现状：阿里巴巴和淘宝网占有绝对优势
Page79	——5.5.2 发展趋势：电子商务将成为增长热点

Page80	——6. 中国网络经济发展趋势
Page80	——6.1 中国网络经济发展总结
Page80	——6.1.1 中国网络经济市场分析
Page83	——6.1.2 中国网络经济用户分析
Page85	——6.1.2 中国网络经济企业分析
Page87	——6.2 中国网络经济发展趋势展望
Page87	——6.2.1 中国网络经济发展宏观走向
Page89	——6.2.1 中国网络服务发展趋势展望
Page92	——法律声明

图目录

Page12	——图1- 1 2003-2011年中国网络经济市场规模
Page13	——图1- 2 2003-2011年中国网络经济个人付费和企业付费市场规模
Page14	——图1- 3 2003-2007年中国网络经济个人付费市场规模结构
Page15	——图1- 4 2003-2007年中国网络经济企业付费市场规模结构

Page16	图1- 5 2003-2011年中国网络经济占国民经济比重趋势
Page17	图1- 6 2007年中国网络经济细分行业市场份额
Page18	图1- 7 2003-2011年中国网络经济核心行业市场份额趋势
Page19	图1- 8 2007年中国网络经济核心企业市场份额
Page20	图1- 9 2003-2007年中国网络经济典型企业市场份额
Page21	图1- 10 2003-2010年中国和美国网络广告市场规模比较
Page22	图1- 11 2005-2007 年中国网络广告企业收入市场份额
Page23	图1- 12 2003-2011年中国网络广告细分市场比重
Page24	图2- 1 中国网络经济市场发展阶段分析
Page32	图3- 1 IUERTRACKER- 2007年1-12月中国典型网络服务月度覆盖人数
Page33	图3- 2 IUERTRACKER- 2007年中国网络服务用户地区分布情况
Page35	图3- 3 IUERTRACKER- 2007年1-12月中国典型网络服务月度总访问次数
Page37	图3- 4 IUERTRACKER- 2007年1-12月中国典型网络服务人均月度访问天数
Page39	图3- 5 IUERTRACKER- 2007年1-12月中国典型网络软件服务月度覆盖人数
Page40	图3- 6 IUERTRACKER- 2007年1-12月中国网络典型月软件服务月度总启动次数
Page42	图3- 7 IUERTRACKER- 2007年1-12月中国典型网络软件服务人均月度使用天数
Page43	图4- 1 2006Q1-2007Q互联网投资占中国创投市场投资总规模比例
Page44	图4- 2 2006-2007年中国互联网行业主要领域风险投资金额比例
Page45	图4- 3 2006-2007年中国互联网行业风险投资案例数量
Page46	图4- 4 2006-2007年中国TMT行业风险投资金额比例
Page53	图4- 6 2007年中国网络经济各大行业投资价值比较
Page54	图5- 1 2003-2011年中国移动增值市场规模
Page55	图5- 2 2003-2011年中国移动增值用户规模
Page56	图5- 3 2007年中国移动增值市场核心企业市场份额
Page57	图5- 4 2004-2007年中国移动增值典型企业收入市场份额
Page58	图5- 5 3G推出后产生的服务类型
Page59	图5- 6 2003-2011 年中国网络游戏市场规模
Page60	图5- 7 2003-2011年中国网络游戏市场规模及占全球规模比重
Page61	图5- 8 2003-2011年中国网络游戏市场产业结构
Page62	图5- 9 网络游戏运营策略的调整
Page63	图5- 10 2003-2011年中国网络广告市场规模趋势
Page64	图5- 11 2001-2007中国广告市场和网络广告市场规模

Page65	——图5- 12 2004-2011年中国广告细分市场规模趋势
Page66	——图5- 13 2004-2011年中国网络广告细分市场结构趋势预测
Page67	——图5- 14 2004-2011年中国网络广告市场结构趋势预测
Page68	——图5- 15 2003-2010年中国和美国搜索引擎市场规模比较
Page69	——图5- 16 2003-2011年中国搜索引擎用户规模趋势
Page70	——图5- 17 2007年7-12月中国用户使用搜索引擎各服务的比例
Page71	——图5- 18 2007年中国搜索引擎市场营收规模
Page72	——图5- 19 2003-2007年中国搜索引擎运营商收入市场份额
Page73	——图5- 20 中国搜索引擎市场发展趋势
Page74	——图5- 21 2003-2011年中国电子商务市场规模
Page75	——图5- 22 2003-2010年中国电子商务市场规模
Page76	——图5- 23 2007年中国C2C购物网站市场份额
Page77	——图5- 24 2007年中国B2C电子商务市场核心企业销售份额
Page78	——图5- 25 2007年中国B2B电子商务市场核心企业市场份额
Page79	——图5- 26 2006-2007年中国B2B电子商务核心企业市场规模
Page81	——图6- 1 2004-2011年中国网络经济市场规模细分
Page82	——图6- 2 2003-2011年中国网络经济典型行业市场份额比较
Page83	——图6- 3 2004-2011年中国网络经济细分行业用户规模
Page84	——图6- 4 2003-2010年中国网络经济细分行业用户覆盖率
Page86	——图6- 5 2003-2011年中国网络经济典型企业市场份额结构
Page89	——图6- 6网络服务内容变化趋势
Page90	——图6- 7网络服务形式变化趋势
Page91	——图6- 8网络服务目标群体定位的转变趋势

表目录

Page30	——表3- 1 2002-2011年中国互联网和宽带上网用户发展及普及率
Page47	——表4- 1 中国网络经济投资竞争力指标解释
Page48	——表4- 2 中国网络经济主要行业盈利能力分析
Page49	——表4- 3 中国网络经济主要行业市场集中度分析
Page50	——表4- 4 中国网络经济主要行业用户响应能力分析
Page51	——表4- 5 中国网络经济主要行业市场发展潜力分析
Page52	——表4- 6 中国网络经济主要行业投资竞争力综合比较

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/41160.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。