



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国互联网上市公司发展市场分 析及发展趋势研究报告（200 8）

一、调研说明

《中国互联网上市公司发展市场分析及发展趋势研究报告（2008）》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/41170.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

中国互联网上市公司是国民经济中的精英部分，也是互联网的代表，对它们的研究有助于从宏观上把握国内互联网产业的现状和走向，以及未来发展趋势和核心竞争力，为判断国内互联网上市公司的竞争格局和态势提供依据。此外，互联网上市公司的公司治理结构和经营状况也颇具代表性，研究它们可以从一个侧面了解整个互联网上市公司治理结构和公司经营现状和动态。长期以来，国内产业市场和资本市场一直处于“两套话语，两个规则”的状态：从资本市场来看，互联网公司资本运作的良好题材；从互联网公司来看，资本市场是企业融资的绝佳工具。这种不正常的状态直接导致产业与资本的脱节，随着互联网公司的发展和国内资本市场的成熟，互联网市场和资本市场应当逐渐开始在同一种规则下，用同一个声音说话，实现产业市场和资本市场的良性互动。本报告正是为了顺应这种趋势而做出的初步尝试。本报告在大量周密的市场调研基础上，依据国家统计局、国家商务部、国务院发展研究中心等公布和提供的大量资料，组织课题组编辑而成。本报告是高层次、权威性，深度研究与实际应用的有机结合，具有一定参考价值。

【 目录 】

第1章：中国互联网上市公司发展分析4-29

发展总概4-8

发展历程分析4-6

中国互联网的上市公司（2000年3月～2007年11月）6-8

2007年中国互联网上市公司发展分析8-12

2007年中国互联网上市公司的市值分析8-9

2007年中国互联网上市公司的动态分析9-12

2006～2007年中国互联网上市公司业绩分析12-29

2006年总体分析及排名12-15

2007年样本公司总体分析及其排名15-18

腾讯18-24

盛大24-25

网易26-27

新浪27-28

百度28-29

第2章：腾讯公司发展趋势分析30-48

关于腾讯30-31

腾讯公司2006年发展分析31-35

腾讯公司2006年全年业绩分析31-34

2006年腾讯发展评述及其相关建议35

腾讯公司2007年1-3季度发展分析35-47

2007Q1 ~ Q3总收入分析35-37

2007Q1 ~ Q3主要业绩指标分析37-41

运营数据分析41-45

盈利能力分析45-47

发展战略分析47-48

明确的战略定位47-48

积极实施追随者战略48

第3章：盛大发展趋势分析48-63

关于盛大网络48-49

盛大网络2006年发展分析49-54

年度收入49-52

各季度收入52-54

盛大网络2007年发展分析55-63

2007年Q1 ~ Q3总收入分析55-57

2007年Q1 ~ Q3各季度收入分析57-60

财务分析60-63

第4章：网易发展趋势分析63-78

关于网易63-66

网易2006年发展分析66-70

2006年总收入分析66-68

各季度业绩分析68-70

网易2007年Q1 ~ Q3发展分析70-78

总收入分析70-74

各季度收入分析74-78

财务分析78

主要图表:

图1：中国互联网上市公司上市地分析

图2：中国互联网上市公司上市时间分析

图3：2007年中国在美国上市的互联网公司市值及其与2003年比较

图4：阿里巴巴的市值占2007年中国互联网上市公司市值的比重

图5：中国互联网三次上市浪潮分析

图6：2006年样本公司总营收排名

图7：2006年样本个体公司营收占样本公司总营收的比重

图8：2006年样本公司年度增长幅度排名

图9：样本公司主打业务营收占总营收比重的比较

图10：样本公司2006年净利润率排名

图11：2007年样本公司总营业收入排名及其与2006年同期比较

图12：2007年样本个体公司营收占样本公司总营收的比重

图13：2007年样本公司增长幅度排名及其与上年度比较

图14：2007年样本公司主打业务营收占总营收比重的比较

图15：2007年样本公司净利润排名及其与2006年同期比较

图16：腾讯2006年总营收及其与上年比较

图17：腾讯2006年互联网增值服务营收及其与上年比较

图18：腾讯2006年互联网增值服务营收占总营收的比重

图19：腾讯2006年毛利润及其与上年比较

图20：腾讯2006年净利润及其与上年比较

图21：腾讯2006年毛利润率和净利润率

图22：腾讯2007年总营收及其与上年比较

图23：腾讯2007年互联网增值服务营收及其与上年同期比较

图24：腾讯2007互联网增值服务营收占总营收的比重及其与上年同期比较

图25：腾讯2007毛利润及其与上年同期比较

图26：腾讯2007净利润及其与上年同期比较

图27：腾讯公司2006年总收入及其与上年同期比较

图28：腾讯公司2006年互联网增值服务收入及其与上年同期比较

图29：腾讯公司2006年移动及电信增值服务收入及其与上年同期比较

图30：腾讯公司2006年网络广告收入及其与上年同期比较

图31：腾讯公司2006年毛利及其与上年同期比较

图32：腾讯公司2006年经营盈利及其与上年同期比较

图33：腾讯公司2006年期内盈利及其与上年同期比较

图34：腾讯公司2007Q1-Q3总收入

图35：2006Q1～2007年Q3腾讯总收入增长分析

图36：腾讯2007年Q1～Q3总收入与上年同期比较

图37：腾讯2007年Q1～Q3总收入结构的比重分析

图38：腾讯2007年Q1～Q3主要业绩指标分析

图39：腾讯2006年Q1～Q3主要业绩指标分析

图40：腾讯2007年Q1～Q3收入结构的比重分析

图41：腾讯2006年Q1～Q3收入结构的比重分析

图42：腾讯2007年Q1～Q3收入结构及其与2006年同期比较

图43：腾讯2007Q1数据分析及其与2006年同期比较

图44：腾讯2007Q2营数据分析及其与2006年同期比较

图45：腾讯2007Q3运营数据分析及其与2006年同期比较

图46：腾讯2007年Q1-Q3运营数据分析及其与2006年同期比较

图47：腾讯2007年Q1～Q3盈利指标分析及其与2006年同期比较

图48：腾讯2007年Q1～Q3利润率指标分析及其与2006年同期比较

图49：盛大2006年总净营收及其与上年比较

图50：盛大2006年网络游戏营收及其与上年比较

图51：盛大2006年网游收入占总收入的比重

图52：盛大2006年运营利润及其比较

图53：盛大2006年净利润及其比较

图54：盛大2006年各季度净营收比较分析

图55：盛大2006年各季度净营收的比重分析

图56：盛大2006年各季度网游营收比较分析

图57：盛大2006年各季度网游营收的比重分析

图58：盛大2006年各季度净利润比较分析

图59：盛大2007年Q1～Q3总净营收及其与上年比较

图60：盛大2007年Q1～Q3网游营收及其与上年比较

图61：盛大2007年网游收入占总收入的比重

图62：盛大2007年Q1～Q3休闲游戏营收及其与上年比较

图63：盛大2007年休闲游戏营收占总收入的比重

图64：盛大2007年各季净营收及其与上年同期比较

图65：盛大2007年各季度净营收的比重分析

图66：盛大2007年各季网游营收及其与上年同期比较

图67：盛大2007年各季度网游营收的比重分析

图68：盛大2007年各季休闲游戏营收及其与上年同期比较

图69：盛大2007年各季度休闲游戏营收的比重分析

图70：盛大2007年Q1～Q3财务分析及其与上年同期比较（亿；%）

图71：盛大2007年Q1～Q3利润率分析及其与上年同期比较（亿；%）

图72：盛大2007年Q1～Q3毛利润分析及其与上年同期比较（亿；%）

图73：盛大2007年Q1～Q3净利润分析及其与上年同期比较（亿；%）

图74：盛大2007年Q1～Q3投资利润分析及其与上年同期比较（亿；%）

图75：网易2006年总营收及其同上年比较

图76：网易2006年网游营收及其同上年比较

图77：网易2006年网游营收占总营收的比重

图78：网易2006年净利润分析及其与上年比较

图79：2006年各季度业绩及其与上年比较

图80：网易2006年Q4营收及其与上年同期比较

图81：网易2006年Q3营收及其与上年同期比较

图82：网易2006年Q2营收及其与上年同期比较

图83：网易2006年Q1营收及其与上年同期比较

图84：2007年Q1-Q3总营收与上年同期比较

图85：2007年Q1-Q3网游营收与上年同期比较

图86：网易2007年网游服务营收占总营收的比重

图87：网易2007年Q1～Q3广告收入及其与上年同期比较

图88：网易2007年广告收入占总收入的比重

图89：网易2007年Q1～Q3增值服务营收及其与上年同期比较

图90：网易2007年增值服务营收占总收入的比重

图91：网易2007Q1～Q3总营收及其与上年同期比较
图92：网易2007年营收的各季比重
图93：网易2007Q1～Q3网游服务营收及其与上年同期比较
图94：网易2007年网游服务营收各季的比重
图95：网易2007 Q1～Q3广告营收及其与上年同期比较
图96：网易2007 Q1～Q3广告营收各季的比重
图97：网易2007 Q1～Q3无线增值营收及其与上年同期比较
图98：网易2007 Q1～Q3无线增值营收各季度的比重
图99：网易2007年各季毛利润及其与上年同期比较
图100：网易2007年各季净利润及其与上年同期比较
图101：网易2007年利润率及其与上年同期比较
表1：中国互联网发展阶段
表2：中国互联网企业纳斯达克上市情况一览表
表3：中国互联网的上市公司及其上市时间
表4：盛大2006年营收、利润情况及其与上年比较
表5：盛大2007年营收、利润情况及其与上年比较
表6：网易2006年营收、利润情况及其与上年比较
表7：网易2007年营收、利润情况及其与上年比较
表8：新浪2006年营收、利润情况及其与上年比较
表9：新浪2007年营收、利润情况及其与上年比较
表10：百度2006年营收、利润情况及其与上年比较
表11：新浪2007年营收、利润情况及其与上年比较

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/41170.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。