



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007-2008年中国互联网信息服务研究年度报告（可按客户需求定制）

## 一、调研说明

《2007-2008年中国互联网信息服务研究年度报告（可按客户需求定制）》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/41542.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](mailto: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

### 一、行业简介 8

#### (一) 行业定义及范围界定 8

#### (二) 发展历史回顾 8

##### 1、接入为主的阶段 8

##### 2、内容为主的阶段 9

##### 3、应用为主的阶段 10

### 二、宏观环境分析 12

#### (一) 政策法律分析 12

#### (二) 经济分析 12

##### 1、经济增长 12

##### 2、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 15

##### 3、城镇人员从业状况 16

##### 4、存贷款利率变化 18

##### 5、财政收支状况 19

#### (三) 技术分析 20

##### 1、基础网络技术全面突破 21

##### 2、应用技术丰富多彩 22

##### 3、IPv6：从实验室走向商用 23

##### 4、结构化数据的发展 24

#### (四) 社会人口分析 24

##### 1、人口规模分析 24

##### 2、年龄结构分析 26

##### 3、学历结构分析 28

### 三、市场分析 31

#### (一) 市场规模 31

#### (二) 产品结构 36

##### 1、网络游戏 36

- 2、移动增值 39
- 3、网络广告 44
- 4、搜索引擎 45
- 5、电子商务 47
- (三) 产业结构分析 49
  - 1、组成基础：技术基础、商务基础、心理基础 49
  - 2、功能平台：媒体平台、商务平台、通信平台 50
  - 3、消费趋向性：娱乐性、商务性、实用性 50
- (四) 市场品牌结构 51

#### 四、主要厂商分析 54

- (一) 新浪 54
- (二) 网易 57
- (三) 腾讯 60
- (四) 搜狐 63
- (五) 百度 68
- (六) TOM在线 71
- (七) 盛大 74

#### 五、行业发展趋势分析 78

- (一) 行业发展趋势 78
  - 1、电子商务产业发展趋势 78
  - 2、搜索引擎智能化发展 79
  - 3、中国社区网站创新发展趋势 82
  - 4、Web2.0新媒体发展趋势 83
- (二) 行业规模预测 85
- (三) 中国新经济市场趋势分析 87
  - 1、互联网应用与无线服务的融合 88
  - 2、个人应用娱乐至上 88
  - 3、企业应用重在无线 88

#### 六、行业风险分析 90

1、国内市场的竞争 91

2、海外资本的冲击 92

七、行业发展策略与建议 93

(一) 网页策略 93

1、抢占优良的网址并加强网址宣传 93

2、精心策划网站结构 93

3、网站维护 93

(二) 产品策略 93

1、分析网上消费者的特征 93

2、提供定制化产品服务 94

3、个性化营销 94

(三) 价格策略 94

1、建立自动调价系统 94

2、开发智慧型议价系统 94

3、定价公开化 94

(四) 渠道策略 95

(五) 促销策略 95

1、推广网络广告 95

2、促进情感消费 95

3、建立促销联盟 96

4、借助网络文化 96

(六) 网络营销的顾客服务 96

## 图目录

图 1 2001-2007年中国GDP增长率 13

图 2 2002 - 2007年固定资产投资及其增长速度 14

图 3 2002-2007年中国城镇居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 15

图 4 2002 - 2007年农村居民人均纯收入及其增长速度 16

图 5 2000-2007年中国城镇从业人员数量及增长率 17

图 6 1997-2007年中国存款利率变动情况 18

图 7 1997-2007年中国存款利率变动情况 19

- 图 8 2001-2007年中国财政收支状况 19
- 图 9 2001-2006年中国财政收支结构 20
- 图 10 1986-2007年中国人口数量与增长率情况 25
- 图 11 2007年末中国人口年龄结构 27
- 图 12 2007年网民的年龄分布 28
- 图 13 2002 - 2007年各类教育招生人数 29
- 图 14 2007年网民的文化程度分布 29
- 图 15 2003-2007年中国网络经济规模及增长情况 32
- 图 16 2003-2007年中国网络经济个人付费规模及增长情况 32
- 图 17 2003-2007年中国网络经济企业付费规模及增长情况 33
- 图 18 2000-2007年中国上网人数增长情况 33
- 图 19 2000-2007年中国通过不同方式上网的人数情况 34
- 图 20 2000-2007年中国上网计算机总数及增长情况 35
- 图 21 2000-2007年中国通过不同方式上网的计算机数情况 35
- 图 22 2005-2008年中国互联网游戏资讯服务营收规模及增长情况 37
- 图 23 2005-2008年中国互联网网络游戏运网站营收规模及增长情况 37
- 图 24 2007中国互联网网络游戏运营商用户年到达率统计（前三名） 38
- 图 25 2001-2008年中国移动增值业务的市场规模及增长情况 40
- 图 26 2007年中国移动增值核心企业市场份额情况 41
- 图 27 2004-2007年中国移动增值核心企业年度收入市场份额 41
- 图 28 2003-2008年中国WAP上网用户规模及增长情况 42
- 图 29 2007年WAP网站访问量情况 43
- 图 30 2003-2010年中国网络广告规模及增长情况 44
- 图 31 2007年中国网络广告核心企业市场份额 45
- 图 32 2003-2010年中国搜索引擎市场规模及增长情况 46
- 图 33 2007年中国搜索引擎核心企业市场份额 47
- 图 34 2003-2010年中国电子商务市场规模及增长情况 47
- 图 35 2007年中国B2B电子商务市场核心企业市场份额 48
- 图 36 2007年C2C网络购物市场核心企业市场份额 49
- 图 37 2007年中国网络经济市场结构情况 52
- 图 38 2007年中国网络经济前10大企业市场份额 53
- 图 39 2003-2007年中国网络经济核心企业年度收入比较 53

图 40	2003-2007年新浪营业总收入及增长情况	55
图 41	2005-2007年新浪各季度广告收入及增长率	56
图 42	2005-2007年新浪各季度无线增值业务收入及增长率	56
图 43	2005-2007年新浪各季度短信业务收入及增长率	57
图 44	2005-2007年新浪各季度税后净利润及增长率	57
图 45	2001-2007年网易营业收入及增长情况	58
图 46	2005-2007年各季度网易净利润及增长情况	59
图 47	2005-2007年网易各季度收入结构分析	60
图 48	2005-2007年腾讯各季营业收入及增长情况	61
图 49	2004到2007年腾讯总收入结构分析	62
图 50	2007年腾讯各季度净利润及增长情况	62
图 51	2005-2007年各季度搜狐营业收入及增长情况	65
图 52	2007年搜狐营业收入结构分析	65
图 53	2003-2007年搜狐广告收入及增长情况	66
图 54	2003-2005年搜狐非广告收入及增长情况	67
图 55	2003-2005年搜狐营业利润及增长情况	67
图 56	2000-2007年百度总资产变化情况	68
图 57	2005-2007年百度各季总收入及增长情况	69
图 58	2007年百度各季度在线市场收入及增长情况	70
图 59	2005-2007年百度各季企业运营利润及增长情况	71
图 60	2000-2007年TOM在线总资产及增长情况	72
图 61	2001-2007年TOM在线总收益及增长情况	73
图 62	2001-2007年TOM在线净利润及增长情况	74
图 63	2001-2007年盛大净营业收入及增长情况	75
图 64	2007年盛大各季度收入构成分析	76
图 65	2007年盛大各季度运营利润情况	77
图 66	2008-2012年中国网络经济规模及增长情况	86
图 67	2008-2012年中国网络经济个人付费规模及增长情况	86
图 68	2008-2012年中国网络经济企业付费规模及增长情况	87

## 表目录

表 1	2001-2007年工业增加值与固定资产投资和国际贸易的关系 %	14
-----	----------------------------------	----

表 2 2007年主要宏观经济指标预测值	14
表 3 按行业细分的城镇从业人员数量	17
表 4 2001-2007年中国财政收支总额及增长率	20
表 5 1986-2007年中国人口数量与增长率情况	26
表 6 2007年末中国人口结构	27
表 7 2005年中国内地各省、市、自治区面积与人口状况	29

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/41542.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](http://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。