



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008中国互联网调查报告

一、调研说明

《2008中国互联网调查报告》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/42052.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

总体概述

1调研背景与宗旨

2调研历程与规模

3调研机构与合作

4调研范畴与价值

5 调研流程与结构

6 调研方法与模型

6.1调查方法

6.1.1固定样本组监测

6.1.2 网上联机问卷调查

6.1.3 一对一企业电话访问调查

6.1.4 一对一企业当面访问调查

6.1.5 资料分析法

6.2 数据统计方法

6.2.1 总体流程

6.2.2 描述统计

6.2.3 统计校验

6.2.4 交叉分析

6.2.5 多选项统计

6.2.6 因子分析

6.2.7 聚类分析

6.3 行业研究方法

6.3.1 行业环境研究方法

6.3.1.1 宏观环境分析

6.3.1.2 微观环境分析

6.3.2 竞争分析方法

6.3.2.1 竞争格局分析方法

6.3.2.2 行业进入与退出壁垒分析

6.3.3 行业预测方法

- 6.3.3.1 行业预测流程
- 6.3.3.2 相关分析
- 6.3.3.3 时间序列模型
- 6.3.3.4 回归分析模型
- 6.4 市场规模研究方法
- 6.5 用户规模统计及预测
 - 6.5.1 用户数量
 - 6.5.2 用户增长率

II 用户状况

1 用户分布

- 1.1 用户渗透率
- 1.2 用户地区特征
- 1.3 用户行业特征

2 用户特征

- 2.1 用户性别特征
- 2.2 用户年龄特征
- 2.3 用户婚姻特征
- 2.4 用户教育程度特征
- 2.5 用户家庭成员数量特征
- 2.6 用户网龄结构特征

3 上网方式

- 3.1 上网电脑使用人数
- 3.2 上网地点
- 3.3 上网接入方式
- 3.4 无线接入方式

4 设备/产品拥有

- 4.1 手机渗透率分析
- 4.2 数码相机渗透率分析

- 4.3数码摄像机渗透率分析
- 4.4笔记本电脑渗透率分析
- 4.5台式机电脑渗透率分析
- 4.6MP3渗透率分析
- 4.7MP4渗透率分析
- 4.8电视机渗透率分析
- 4.9影碟机渗透率分析
- 4.10冰箱渗透率分析
- 4.11空调渗透率分析
- 4.12洗衣机渗透率分析
- 4.13金融服务渗透率分析
- 4.14信用卡渗透率分析
- 4.15基金渗透率分析
- 4.16外汇渗透率分析
- 4.17期货渗透率分析
- 4.18债券渗透率分析
- 4.19保险渗透率分析
- 4.20汽车渗透率分析
- 4.21住房渗透率分析
- 4.22健身渗透率分析
- 4.23教育消费渗透率分析
- 4.24旅游渗透率分析
- 4.25化妆品渗透率分析

5设备/产品预购

- 5.1手机预购度分析
- 5.2数码相机预购度分析
- 5.3数码摄像机预购度分析
- 5.4笔记本电脑预购度分析
- 5.5台式机电脑预购度分析
- 5.6MP3预购度分析
- 5.7MP4预购度分析

5.8电视机预购度分析

5.9影碟机预购度分析

5.10冰箱预购度分析

5.11空调预购度分析

5.12洗衣机预购度分析

5.13金融服务预购度分析

5.14信用卡预购度分析

5.15基金预购度分析

5.16外汇预购度分析

5.17期货预购度分析

5.18债券预购度分析

5.19保险预购度分析

5.20汽车预购度分析

5.21住房预购度分析

5.22健身预购度分析

5.23教育消费预购度分析

5.24旅游预购度分析

5.25化妆品预购度分析

6 应用特征

6.1 应用类别

6.2 上网频率与频率分布

6.3 上网时长与时长分布

6.4 人均网站浏览数

6.5 人均页面浏览数与结构

6.6 上网应用熟悉程度

7 消费测量

7.1 用户月收入与月支出

7.1.1 用户家庭月总收入

7.1.2 用户个人月总收入

7.1.3 用户个人月总支出

- 7.1.4 中国互联网用户2007年度互联网消费总规模
- 7.1.5 中国互联网用户人均2007年年度互联网消费总规模
- 7.1.6 中国互联网用户人均2007年月度互联网消费规模
- 7.2 用户月总体收支人群特征
 - 7.2.1 用户家庭月总收入地区特征
 - 7.2.2 用户家庭月总收入行业特征
 - 7.2.3 用户个人月总收入地区特征
 - 7.2.4 用户个人月总收入行业特征
 - 7.2.5 用户个人月总收入年龄特征
 - 7.2.6 用户个人月总支出地区特征
 - 7.2.7 用户个人月总支出行业特征
 - 7.2.8 用户个人月总支出年龄特征
 - 7.2.9 用户总体收支特征统计分析
- 7.3 用户月互联网消费人群特征
 - 7.3.1 用户月互联网消费地区特征
 - 7.3.2 用户月互联网消费行业特征
 - 7.3.3 用户月互联网消费年龄特征
- 7.4 用户月互联网消费结构
 - 7.4.1 用户月网络购物消费
 - 7.4.2 用户月网络游戏消费
 - 7.4.3 用户月IP电话等网络通讯消费
 - 7.4.4 用户月电子邮箱消费
 - 7.4.5 用户月网络安全消费
 - 7.4.6 用户月视频观看下载消费
 - 7.4.7 用户月网络音乐消费
 - 7.4.8 用户月网络交友消费
 - 7.4.9 用户月即时通讯消费

8媒介接触

- 8.1 不同媒介“第一接触”比率统计
- 8.2 不同媒介“第二接触”比率统计
- 8.3 不同媒介“第三接触”比率统计

8.4 “第一接触”媒介接触人群地区差异

8.5 “第一接触”媒介接触人群行业差异

8.6 “第一接触”媒介接触人群年龄差异

III 市场状况

1综合门户

1.1定义

1.2规模

1.3趋势

2搜索引擎

2.1定义

2.2规模

2.3趋势

3即时通讯

3.1定义

3.2规模

3.3趋势

4新闻&媒体网站

4.1定义

4.2规模

4.3趋势

5网址导航

5.1定义

5.2规模

5.3趋势

6播客&视频分享

6.1定义

6.2规模

6.3趋势

7视频点播&直播

7.1定义

7.2规模

7.3趋势

8视频搜索

8.1定义

8.2规模

8.3趋势

9P2P视频播放平台

9.1定义

9.2规模

9.3趋势

10个人门户&空间

10.1定义

10.2规模

10.3趋势

11社区&论坛

11.1定义

11.2规模

11.3趋势

12网络交友

12.1定义

12.2规模

12.3趋势

13博客

13.1定义

13.2规模

13.3趋势

14数字杂志&电子书刊

14.1定义

14.2规模

14.3趋势

15图片&摄影&相册网站

15.1定义

15.2规模

15.3趋势

16动漫卡通

16.1定义

16.2规模

16.3趋势

17游戏企业与运营

17.1定义

17.2规模

17.3趋势

18游戏资讯与服务

18.1定义

18.2规模

18.3趋势

19B2B电子商务

19.1定义

19.2规模

19.3趋势

20B2C电子商务

20.1定义

20.2规模

20.3趋势

21C2C电子商务

21.1定义

21.2规模

21.3趋势

22虚拟电子商务

22.1定义

22.2规模

22.3趋势

23电子支付

23.1定义

23.2规模

23.3趋势

24网上银行

24.1定义

24.2规模

24.3趋势

25财经网站

25.1定义

25.2规模

25.3趋势

26地图&导航

26.1定义

26.2规模

26.3趋势

27IT&数码网站

27.1定义

27.2规模

27.3趋势

28汽车网站

28.1定义

28.2规模

28.3趋势

29旅行&预定网站

29.1定义

29.2规模

29.3趋势

30房地产网站

30.1定义

30.2规模

30.3趋势

31健康&医疗

31.1定义

31.2规模

31.3趋势

32教育&培训网站

32.1定义

32.2规模

32.3趋势

33人才&招聘网站

33.1定义

33.2规模

33.3趋势

34女性&男性网站

34.1定义

34.2规模

34.3趋势

35生活&消费网站

35.1定义

35.2规模

35.3趋势

36娱乐网站

36.1定义

36.2规模

36.3趋势

37时尚网站

37.1定义

37.2规模

37.3趋势

38体育网站

38.1定义

38.2规模

38.3趋势

39文学网站

39.1定义

39.2规模

39.3趋势

40音乐网站

40.1定义

40.2规模

40.3趋势

41本地门户&地方网站

41.1定义

41.2规模

41.3趋势

42分类&黄页网站

42.1定义

42.2规模

42.3趋势

43无线&移动

43.1定义

43.2规模

43.3趋势

44IDC、主机、域名、建站

44.1定义

44.2规模

44.3趋势

45电子邮件

45.1定义

45.2规模

45.3趋势

46IP电话

46.1定义

46.2规模

46.3趋势

47网络接入

47.1定义

47.2规模

47.3趋势

48网络安全

48.1定义

48.2规模

48.3趋势

49软件服务网站

49.1定义

49.2规模

49.3趋势

50软件下载

50.1定义

50.2规模

50.3趋势

51下载工具

51.1定义

51.2规模

51.3趋势

52桌面&客户端

52.1定义

52.2规模

52.3趋势

注：本报告目录仅供示意，若最终报告的目录有所改动，以最终报告的目录为准

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42052.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。