



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006-2007年中国互联网市场研究年度报告

一、调研说明

《2006-2007年中国互联网市场研究年度报告》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/42326.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

研究领域：门户、搜索、网络游戏、即时通讯、数字音乐、无线增值等

涉及厂商：新浪、百度、阿里巴巴、腾讯、网易、盛大、九城、谷歌、慧聪、当当等各行业主流企业。

报告推荐

2006年，中国互联网市场延续了2005年高速发展的势头，资本势能和创新能力刺激着市场加速成长：搜索引擎、网络游戏、即时通讯、电子商务等细分市场日趋成熟，格局日渐清晰稳定；Web2.0在经历2005年过度炒作之后，也开始理性探索从概念创新到商业模式创新的突破；网络营销和网络媒体则在平稳的发展中渐渐升温。

然而在光环和希望背后，仍然潜藏着很多问题和质疑：资本对Web2.0的过度追捧已经对市场发展产生了严重的误导，追逐资本超越了对盈利的探索；恶性竞争和流氓软件的阴影正笼罩着整个行业，制约着市场的进一步成长；创新的含义越来越模糊，概念和炒作企图抢占上风.....

带着这些疑问，对互联网深入研究之后，形成了《2006-2007年中国互联网市场研究年度报告》，报告将从以下多方面深刻剖析市场现状，认清市场本质的基础上，洞悉未来：

全球范围内先进国家和地区市场发展现状的对比，把握互联网市场的国际化特征，准确定位国内互联网市场所处的生命周期，分析发展趋势。

点面具到的市场分析，对互联网基础业务和应用业务的各细分市场运营现状进行深入细致的剖析。

主力运营商2006年市场表现，从市场份额、竞争格局、竞争策略评述等多个维度剖析企业成败得失，评点市场领先要素。

对未来市场的深度量化预测，就整体和细分市场展开建模回归与专家校验，得出有价值的趋势分析与定量结果。

在对消费者进行大量调查的基础上，从基本属性、消费习惯、潜在需求三方面揭示中国互

联网市场的消费行为特性，帮助企业制定有针对性的产品及营销策略。

报告框架

主要结论

重要发现

一、2006年全球互联网市场概况

(一) 市场规模与特点

- 1、2006年市场规模与增长
- 2、2006年市场特点
- 3、互联网新技术应用

(二) 主要国家与地区

- 1、美国
- 2、欧洲
- 3、日本
- 4、韩国

二、2005-2006年中国互联网市场概况

(一) 市场规模与特点

- 1、2002-2006年市场规模与增长
- 2、2006年市场特点

(二) 2005-2006年市场结构分析

- 1、产品结构
- 2、区域结构
- 3、行业应用结构

三、2007-2011年中国互联网市场预测

(一) 2007-2011年中国互联网市场趋势

- 1、市场环境
- 2、产品与服务
- 3、技术

4、营销

(二) 2007-2011年中国互联网市场规模预测

(三) 2007-2011年中国互联网市场结构预测

1、产品结构

2、区域结构

3、行业应用结构

四、细分市场研究/市场影响因素分析

(一) 门户

1、竞争格局

2、驱动力

3、阻碍因素

(二) 搜索引擎

1、竞争格局

2、驱动力

3、阻碍因素

(三) 网络游戏

1、竞争格局

2、驱动力

3、阻碍因素

(四) 电子商务

1、竞争格局

2、驱动力

3、阻碍因素

五、中国互联网市场竞争分析

(一) 整体竞争格局

1、现有厂商间竞争

2、潜在进入者

(二) 重点厂商竞争策略分析

1、新浪

2、百度

- 3、 阿里巴巴
- 4、 腾讯
- 5、 网易

六、 中国互联网用户需求研究

- (一) 互联网用户结构
- (二) 用户行为分析
- (三) 用户偏好分析
- (四) 潜在需求分析

七、 建议

表目录

- 2001-2006年中国电子商务总交易额
- 2005年中国重点即时通讯产品用户规模
- 2006年全球网站用户流量比较
- 2006年中国网站流量比较表
- 互联网企业竞争力评价指标体系
- 中国互联网基础服务重点企业竞争力评价

.....

图目录

- 2000-2006年全球互联网用户数量
- 2006年互联网市场应用业务结构
- 2006年全球互联网用户分布结构
- 中国主要城市网络带宽
- 2002-2006年中国互联网市场规模及其增长
- 2002-2006年中国互联网用户规模及其增长
- 2004-2006年中国互联网市场结构变化情况
- 2006年中国互联网细分市场结构
- 2006年中国互联网基础服务规模结构
- 2006年中国接入互联网计算机数量.....

以上仅为简单目录，欲了解包含页码的详细目录
请与我们联系 010-64986059

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42326.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。