



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2006中国个人门户市场分析及发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2006中国个人门户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/42540.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

互联网门户发展的方向是多样化和个性化，未来的互联网门户将会呈现多种门户类型并存的局面，并且产生以整合服务和搜索技术为基础的体现个性化、多样化和易用性强的个人门户，用户能够通过单一入口使用多种互联网服务。

互联网门户从本质上将是一个网民需求满足中心，互联网产品/服务以用户需求为导向。网民使用互联网的基本需求在人生的各个阶段会有所不同，并且值得注意的是信息获取、娱乐休闲和电子商务等服务跨越了人生的多个阶段。各类互联网门户竞争本质在于多方面的满足用户需求。

根据调研数据及研究发现，中国网民获取信息的类型以娱乐性信息为主。通过iUserSurvey调研数据显示，网民关注的信息类型中娱乐类比例最高，达到61.7%。并且主要集中在娱乐、音乐、时尚、游戏等信息类型。

### I. 研究背景 3

### II. 概念定义 3

### III. 研究方法 3

#### . 报告摘要 4

#### . 报告正文 5

### 1. 互联网门户发展及网民需求分析 5

#### 1.1. 互联网门户发展与竞争 5

##### 1.1.1. 互联网门户发展经历了两个阶段 5

##### 1.1.2. 多种门户类型并存是互联网门户发展的趋势 6

##### 1.1.3. 互联网门户的竞争本质在于满足网民需求 7

#### 1.2. 网民对互联网使用需求分析 8

##### 1.2.1. 网民使用互联网的重要需求之一是信息与沟通 8

##### 1.2.2. 网民对休闲娱乐类服务使用粘性较高 9

1.2.3.网民获取信息渠道呈现多元化发展趋势	10
1.3.搜索引擎技术是互联网最基本技术	11
2.用户行为分析	13
2.1. 网民基本情况分析	13
2.1.1.网民规模情况分析	13
2.1.2.网民性别结构情况分析	14
2.1.3.网民年龄结构情况分析	15
2.1.4.网民学历结构情况分析	16
2.2. 网民行为分析	17
2.2.1. 网民互联网使用习惯分析	17
2.2.2. 网民对信息获取渠道使用习惯分析	18
2.2.3. 网民对互动产品及服务使用习惯分析	19
2.3.网民对基本互联网功能及产品服务的用户需求	22
2.3.1. 搜索引擎	22
2.3.2. 网络媒体	23
2.3.3. 即时通讯	24
2.3.4. 电子邮件	25
2.3.5. 网络社区	26
2.3.6. P2P服务	27
2.4.网民对整合服务的需求及期望分析	28
2.4.1. 网民对整合服务产品使用情况分析	28
2.4.2. 网民对整合服务产品喜好度分析	38
2.4.3. 网民对信息获取渠道的需求及期望分析	43
2.4.4. 网民对互联网产品及服务的需求及期望分析	49
2.4.5. 网民对整合服务功能需求及期望分析	50
2.4.6. 网民对整合服务产品设计需求及期望分析	52
2.4.7. 网民不使用整合服务的原因分析	53
2.5.网民对整合服务发展的预期分析	55
3.互联网整合服务产品发展趋势分析	58
3.1.互联网整合服务产品发展方向分析	58

3.1.1.满足用户需求	58
3.1.2.解决用户问题	59
3.2. 个人门户定义	60
3.3. 个人门户功能分析	61
3.3.1. 个人门户产品功能分析	61
3.3.2. 个人门户产品性能分析	62
3.4.市场发展趋势及现有产品分析	63
3.4.1.中搜IG	63
3.4.2.Google Pack	64
3.4.3.Windows Live	65
3.4.4.产品对比分析	66
3.5.发展趋势总结	67
附录：调研方法及调研流程	68
法律声明	72

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42540.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。