



艾凯咨询
ICAN Consulting

2005-2006年中国互联网产业研究年度报告

一、调研说明

《2005-2006年中国互联网产业研究年度报告》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/42630.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

【 描述 】

报告推荐

2005年的中国互联网行业被业界称为行业发展的“第二春”，产业规模突破300亿元人民币。行业内企业融资、兼并、合作空前繁荣。百度公司在美国纳斯达克股票市场上演互联网新神话，阿里巴巴与雅虎超强联姻，雅虎与MSN将要实现即时通讯互通，这是超乎想象的合作。事实表明，中国乃至全球的互联网产业正在发生本质性的改变。而Web2.0和它的拥护者们似乎要改变这个领域的游戏规则，颠覆互联网世界。

互联网曾经的疯狂给世界留下不少神话和痛苦，而这一次给人的却是更多的希望。互联网用户数和市场规模的迅速膨胀，基础服务及应用服务市场的逐渐成熟，有理由带来新的繁荣。但是如今的互联网产业变得极为复杂，技术替代正在加速，产业间联系更加紧密。要成为互联网新一轮增长的弄潮儿，就必须全面了解产业的现状，洞悉表象背后的本质，进而准确地把握产业的未来发展趋势。

《2005-2006年中国互联网产业研究年度报告》，在多年关注互联网产业发展状况的基础上，对产业链的各个环节和当前主流的业务模式及新兴模式进行了深入调研。通过对上百家互联网企业、互联网相关的政府机构和部门的访谈，对互联网应用领域的各类企业及个人用户的深入调研，历时6个月，获取了大量宝贵的一手资料。这些一手资料与赛迪顾问长期积累的序列化数据相结合，能够真实客观地反映中国互联网产业的发展现状、竞争格局，帮助读者理性预测、判断中国互联网产业的未来发展趋势。

本报告旨在有效服务于互联网企业的战略规划、投资机构的业务规划、政府机构的信息化规划以及互联网应用企业的信息化建设等领域。

报告亮点

* 长期监测、研究互联网产业的数据信息，覆盖互联网基础业务和互联网应用的主流模式。包括过去5年的产业运行数据和未来5年的预测数据。

* 通过对政府机构、协会及相关组织的深入调研，形成对产业政策、发展环境的独特见解。

* 深度分析成功互联网企业的商业模式，探索互联网产业的利润源泉。

* 对互联网应用新模式进行理性探索，对互联网新技术的商业前景进行客观分析。

【 目 录 】

研究对象 1

主要结论 2

一、2005年全球互联网产业发展概述 3

(一) 发展现状 3

1、产业规模与增长 3

2、产业结构 4

(二) 基本特点 4

1、区域间互联网发展差距正在逐步缩小 4

2、全球互联网进入功能经济时代 5

3、互联网与人们的生活进一步贴近 5

(三) 主要国家和地区发展概况 6

1、美国 6

2、日本 6

3、欧洲 7

4、亚太(除日本) 8

二、2005年中国互联网产业发展概况 9

(一) 发展环境 9

1、政策环境 9

2、经济环境 10

3、技术环境 11

4、文化环境 13

(二) 现状与特点 13

1、产业规模及增长 13

2、产业结构 15

3、基本特点 16

(三) 细分行业发展现状 17

1、互联网基础服务 17

2、互联网应用行业 25

三、2005年中国互联网产业竞争格局与竞争行为 分析 57

(一) 总体竞争格局 57

1、中国本土企业正具备国际竞争力 57

2、跨国公司面临挑战 58

3、第三代互联网企业家将成市场领军人 58

(二) 互联网基础服务市场竞争格局 59

1、竞争格局 59

2、竞争行为分析 60

(三) 互联网应用服务市场竞争格局 61

1、竞争格局 61

2、竞争行为分析 63

四、2005年中国互联网产业重点企业竞争力评价 65

(一) 竞争力评价指标体系 65

(二) 互联网基础服务领域企业竞争力评价 66

(三) 互联网应用服务领域企业竞争力评价 67

1、盛大 67

2、百度 68

3、新浪 68

4、阿里巴巴 69

5、搜狐 70

6、 网易 71

7、 腾讯 72

8、 互联网应用服务重点企业综合竞争力 72

五、 2006 - 2010年中国互联网产业发展动因及成长性分析 74

(一) 发展动因 74

1、 内部因素 74

2、 外部因素 75

(二) 成长性分析 75

1、 行业成长性判断指标 75

2、 成长性判断结论 76

六、 2006 - 2010年中国互联网产业发展趋势分析及预测 77

(一) 发展趋势分析 77

1、 基础服务的发展趋势 77

2、 应用模式的发展趋势 79

(二) 规模与结构预测 80

1、 规模预测 80

2、 结构预测 81

七、 建议 82

(一) 对企业 82

(二) 对投资者 82

报告说明 84

表目录

表1 2005年中国互联网产业政策重要变动情况 10

表2 2005年中国域名地区比较 23

表3 2001 - 2005年中国电子商务总交易额 39

表4 2005年中国重点即时通讯产品用户规模 48

表5 全球网站用户流量比较 57

| | |
|------------------------|----|
| 表6 中国网站流量比较表 | 62 |
| 表7 互联网企业竞争力评价指标体系 | 65 |
| 表8 中国互联网基础服务重点企业竞争力评价 | 66 |
| 表9 盛大企业竞争力评价 | 67 |
| 表10 百度企业竞争力评价 | 68 |
| 表11 新浪企业竞争力评价 | 68 |
| 表12 阿里巴巴企业竞争力评价 | 69 |
| 表13 搜狐企业竞争力评价 | 70 |
| 表14 网易企业竞争力评价 | 71 |
| 表15 腾讯企业竞争力评价 | 72 |
| 表16 中国互联网应用服务重点企业竞争力评价 | 73 |
| 表17 互联网产业生命周期主要特征列表 | 76 |
| 表18 中国主要互联网服务行业生命周期 | 76 |

图目录

| | |
|------------------------------|----|
| 图1 1995 - 2005年全球互联网用户数量 | 3 |
| 图2 互联网产业应用业务结构 | 4 |
| 图3 全球互联网用户分布结构 | 5 |
| 图4 中国主要城市网络带宽 | 11 |
| 图5 2002 - 2005年中国互联网产业规模及其增长 | 14 |
| 图6 2002 - 2005年中国互联网用户规模及其增长 | 14 |
| 图7 2004 - 2005年中国互联网产业结构变化情况 | 15 |
| 图8 2005年中国互联网细分产业结构 | 15 |
| 图9 2005年中国互联网基础服务规模结构 | 17 |
| 图10 2004 - 2005年中国接入互联网计算机数量 | 18 |
| 图11 2004 - 2005年中国接入市场规模 | 18 |
| 图12 中国IDC市场成长周期 | 20 |
| 图13 2004 - 2005年中国域名注册市场规模 | 21 |
| 图14 2005年中国域名类别结构 | 22 |
| 图15 2005年中国cn域名类别结构 | 22 |
| 图16 2005年新浪公司主要业务结构 | 26 |
| 图17 2005年网易公司主要业务结构 | 27 |

图18 2005年搜狐公司主要业务结构 27

图19 2005年TOM公司业务结构 28

图20 2003 - 2005年中国搜索引擎市场规模 29

图21 2005年各搜索引擎产品流量结构图 30

图22 2005年中国搜索引擎市场品牌结构 31

图23 2000 - 2005年中国网络游戏市场规模 33

图24 2002 - 2005年中国付费网络游戏用户规模 34

图25 2005年中国网络游戏市场主要产品类型格局 35

图26 2005年中国网络游戏市场主要产品画面类型格局 35

图27 2005年中国网络游戏产品开发格局(按数量) 37

图28 2005年中国网络游戏产品开发格局(按收入) 37

图29 中国网络游戏运营商区域竞争格局 38

图30 2001 - 2005年中国电子商务总交易额增长状况 39

图31 2005年中国电子商务市场三种模式交易额 43

图32 2004 - 2005年中国第三方电子商务平台规模 44

图33 2003 - 2005年中国即时通讯用户规模 44

图34 2004 - 2005年中国即时通讯行业产值 45

图35 2005年中国即时通讯市场个人及企业用户份额 46

图36 2005年中国即时通讯市场活跃用户软件使用率 47

图37 2003 - 2005年中国电子邮箱市场规模 49

图38 中国收费与免费邮箱用户比较 50

图39 中国收费邮箱企业用户与个人用户比较 50

图40 2003 - 2005年中国网络短信及无线增值业务规模 52

图41 2004 - 2005年中国网络短信及增值业务结构 52

图42 中国网络短信市场竞争结构 53

图43 中国宽带普及率与全球其他主要国家比较 77

图44 3G环境下手机无线宽带用户渗透率 78

图45 2006 - 2010年中国互联网市场规模预测 80

图46 2006年互联网应用市场结构预测 81

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42630.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提供专业投资咨询报告、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。