

2015-2020年中国网络增值 服务市场监测及投资趋势预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2015-2020年中国网络增值服务市场监测及投资趋势预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201509/125365.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

互联网增值服务主要以网络社区为基础平台，通过用户之间的沟通和互动，激发用户自我表现和娱乐的需求，从而给个人用户提供各类通过付费才可获得的个性化增值服务和虚拟物品消费服务，主要服务包括会员特权、网络虚拟形象、道具、个人空间装饰、个人交友服务等。

报告目录：

第一章 宏观经济环境分析 8

第一节 全球经济形势分析 8

第二节 中国经济形势分析 12

第三节 中国应对欧债危机的措施分析 18

第四节 2015-2020年中国经济发展趋势预测分析 24

第五节 欧债危机对国内网络增值服务行业的影响分析 29

第二章 互联网行业概述 33

第一节 中国互联网用户规模进入爆炸式增长阶段 33

第二节 中国互联网产业发展的良好政策环境逐步形成 36

第三节 互联网产业发展生态环境日益有利 38

第四节 互联网应用服务商业模式日渐清晰，市场规模不断扩大 46

第三章 互联网增值服务定义 52

第一节 互联网增值服务定义及划分 52

第二节 互联网及移动增值服务划分 52

第三节 研究范围和相关术语 54

第四章 互联网增值服务环境及热点分析 57

第一节 宏观环境PEST分析 57

第二节 政策分析 57

第三节 政策焦点分析 58

第四节 互联网增值服务产业现状分析 62

第五章 面向消费者的互联网增值服务分析 64

第一节 个人盈利群服务分析 64

一、网络游戏 64

二、C2C和B2C 69

三、B2B-阿里巴巴、慧聪、环球资源 72

四、旅行预订市场 73

第二节 企业盈利群服务分析 76

一、即时通信双雄对决-MSN VS QQ 76

二、搜索三巨头-google,雅虎、百度 78

三、综合门户-新浪、搜狐、网易 81

四、网络招聘 81

第三节 问题盈利群服务分析 82

一、VOIP 82

二、网络视频点播 82

第六章 主要服务提供商财务分析 84

第一节 盛大 84

第二节 巨人网络 91

第三节 阿里巴巴 98

第四节 腾讯控股 100

第五节 百度 107

第六节 携程 116

第七章 中国互联网增值服务行业发展趋势和预测 124

第一节 中国互联网行业市场预测 124

第二节 2015-2020年中国互联网增值服务市场规模预测 125

第三节 中国互联网增值服务市场竞争格局发展趋势预测 126

第八章 中国网络增值服务行业投资风险与价值分析 131

第一节 中国网络增值服务行业SWOT分析 131

第二节 2015-2020年中国网络增值服务行业投资风险分析 132

第三节 中国网络增值服务行业投资价值分析 132

图表目录：

- 图表 1 2009-2013年中国国内生产总值及其增长速度统计 13
- 图表 2 全球互联网用户规模 单位：百万用户 33
- 图表 3全球互联网用普及率 单位： % 34
- 图表 4 中国与世界互联网普及率对比 34
- 图表 5 2005-2013年中国网民规模与互联网普及率 35
- 图表 6 创新扩散的S形曲线 36
- 图表 7 中国互联网相关法律和相关产业一览表 37
- 图表 8 互联网产业链构成 38
- 图表 9 世界16个国家和地区人均GDP1000美元、3000美元时居民消费结构及其变化(%) 39
- 图表 10 电信运营商宽带及增值业务收入及所占比重（单位：百万元人民币、%） 40
- 图表 11 2012-2013年中国互联网基础资源对比 42
- 图表 12 2009-2013年中国IPv6地址数量 42
- 图表 13 2006-2013年中国IPv4地址资源变化情况 43
- 图表 14 2013年中国分类域名数 43
- 图表 15 2013年中国分类CN域名数 44
- 图表 16 2006-2013年中国网站数量 44
- 图表 17 2006-2013年中国国际出口带宽变化情况 45
- 图表 18 2013年主要骨干网络国际出口带宽数 45
- 图表 19 互联网典型业务使用频率 46
- 图表 20 2008-2013年中国历年搜索引擎用户规模和增长率 47
- 图表 21 2012-2013年中国即时通信用户数及网民使用率 48
- 图表 22 中国居民主要信息渠道 49
- 图表 23 电子商务发展阶段演进趋势 51
- 图表 24 2011-2017年中国网络游戏市场规模 65
- 图表 25 2011-2017年中国网络游戏市场规模结构 66
- 图表 26 2011-2017年中国国内移动游戏市场规模结构 67
- 图表 27 2013年中国国内智能移动终端游戏操作系统分布 68
- 图表 28 2010-2017年中国网络购物市场交易规模 69
- 图表 29 2010-2017年中国购物网站细分结构市场份额变化情况 71

图表 30 中国企业B2B电子商务市场竞争格局 72

图表 31 中国第三方B2B电子商务市场份额 72

图表 32 2011-2017年中国在线旅游市场交易规模 74

图表 33 2011-2017年中国在线旅游OTA市场营收规模 75

图表 34 2013年中国即时通讯软件市场份额 77

图表 35 2013年综合门户网站周访问量排名 81

图表 36 盛大网络资产负债表 84

图表 37 盛大网络利润表 87

图表 38 盛大网络现金流量表 90

图表 39 巨人网络资产负债表 92

图表 40 巨人网络利润表 94

图表 41 巨人网络现金流量表 97

图表 42 2009-2013年阿里巴巴营业收入及利润分析 99

图表 43 2011-2013年阿里巴巴季度营业收入分析 99

图表 44 2009-2013年阿里巴巴年度毛利率和净利率分析 100

图表 45 腾讯控股资产负债表 101

图表 46 腾讯控股现金流量表 104

图表 47 腾讯控股综合损益表 105

图表 48 百度资产负债表 109

图表 49 百度利润表 112

图表 50 百度现金流量表 115

图表 51 携程资产负债表 117

图表 52 携程利润表 119

图表 53 携程现金流量表 122

图表 54 2015-2020年中国互联网增值服务市场规模预测 126

图表 55 网络服务从“资源稀缺”走向“经济富足” 127

图表 56 移动互联网应用需求曲线正在发生深刻变化 129

图表 57 中国移动互联网产业四象竞争格局 130

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201509/125365.html>