

2015-2022年中国门户网站 现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2022年中国门户网站现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/chuanmei1508/T12853LMQ0.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-08-04

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2022年中国门户网站现状分析及投资前景研究报告》共十一章。报告介绍了门户网站行业相关概述、中国门户网站产业运行环境、分析了中国门户网站行业的现状、中国门户网站行业竞争格局、对中国门户网站行业做了重点企业经营状况分析及中国门户网站产业发展前景与投资预测。您若想对门户网站产业有个系统的了解或者想投资门户网站行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

随着中国互联网10年的过去，已经诞生出几家全国大型的门户。中国城市百分之九十都是属于中小二三级城市，电脑终端在中国的普及和网民快速增长，中国城市未来的网络发展是趋势，市场空间也是很巨大的。在此同时也出现地方门户，通常我们所说的地方门户系统是指“地方门户网站系统”，它由多个网站功能系统构成，主要有分类信息系统、社区论坛系统、地方信息资讯系统、商家企业网页系统等。并非单指地方某个行业垂直网站系统，如单一的论坛系统、单一的分类信息系统等。

报告目录：

第一章 2014年中国门户网站市场运行环境解析

第一节 2014年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、财政收支状况（年度更新）
- 八、社会消费品零售总额
- 九、对外贸易&进出口

第二节 2014年中国门户网站政策环境分析

- 一、国家对民营视频网站基本实行放行政策
- 二、运营商政策对WAP网站影响
- 三、实施SOA政策治理网站运营
- 四、WAP网站开发试运营优惠政策

第三节2014年中国门户网站市场技术环境分析

第四节2014年中国门户网站市场社会环境分析

一、中国人口规模及学历结构

二、中国网络普及及电脑应用分析

第二章 2014年中国门户网站业运行动态分析

第一节 2014年中国互联网产业运行概况

一、中国互联网产业市场规模分析

1、近年来中国网络用户规模分析

2、网络用户增长率分析

二、中国互联网消费结构与特点分析

三、网络广告、网络游戏在互联网地位分析

第二节 2014年中国门户网站运行综述

一、中国门户网站规模状况分析

二、门户网站固定资产投资情况分析

三、中国门户网站盈利情况分析

第三节 2014年中国门户网站运行情况分析

一、中国门户网站主营业务分析

1、网站板块建设

2、无线业务

3、热线业务

4、企业服务

5、电子商务

6、网络广告业务

7、网络游戏业务

二、中国主要门户网站盈利模式运作模式分析

1、综合性网站盈利模式分析

2、垂直性网站盈利模式分析

三、关键成功因素分析(KSF)

1、清晰的盈利模式

2、流量是根本

3、融资运作渠道是保证

第三章 2014年中国门户网站并购重组现状分析

第一节 2014年中国门户网站并购重组背景分析

第二节 2014年中国门户网站并购重组特点趋势分析

一、综合类门户网站

二、专业性门户网站

三、垂直性门户网站

第三节 2014年中国门户网站并购重组的障碍分析

一、政策障碍

二、组织结构障碍

三、资金障碍

四、技术障碍

第四章 国外门户网站的并购重组并购案例解析

第一节 韩国最大门户网站Daum公司收购美国门户网站Lycos

一、并购重组背景与动机分析

二、并购重组过程分析

三、并购重组方案与成败经验分析

四、并购重组整合战略分析

第二节 韩国第二大门户网站NHN集团收购北京联众

一、并购重组背景与动机分析

二、并购重组过程分析

三、并购重组方案与成败经验分析

四、并购重组整合战略分析

第三节 日本电子商务门户网站乐天收购美国电子商务公司LinkShare公司

一、并购重组背景与动机分析

二、并购重组过程分析

三、并购重组方案与成败经验分析

四、并购重组整合战略分析

第四节 默多克新闻集团收购美国“时尚门户”网站MySpace.com

一、并购重组背景与动机分析

二、并购重组过程分析

三、并购重组方案与成败经验分析

四、并购重组整合战略分析

第五节 欧洲交友网站meetic以2000万美元并购亿友

一、并购重组背景与动机分析

二、并购重组过程分析

三、并购重组方案与成败经验分析

四、并购重组整合战略分析

第五章 2014年外资门户网站企业在中国的并购重组趋势分析

第一节 2014年国内外资门户网站企业运行简况

一、投资特点

二、投资区域

三、市场表现

四、投资产品结构

五、投资趋势

第二节 Yahoo在中国投资及并购重组情况分析

一、Yahoo在中国投资情况

二、Yahoo核心竞争力分析

三、Yahoo投资与并购重组趋势分析

第三节 eBay在中国投资及并购重组情况分析

第四节 Google在中国投资及并购重组情况分析

第五节 微软在中国投资及并购重组情况分析

第六节 美国在线在中国投资及并购重组情况分析

第七节 韩国NHN集团在中国投资及并购重组情况分析

第六章 2014年中国的门户网站企业潜在竞争对手分析

第一节 Time Warner

一、公司经营情况分析

二、公司核心竞争力分析

三、公司进入中国的背景与动机分析

四、公司在中国的投资趋势以及可能性分析

第二节 Altavista

- 一、企业概况
- 二、公司核心竞争力分析
- 三、公司进入中国的背景与动机分析
- 四、公司在中国的投资趋势以及可能性分析

第三节 ZDNet

- 一、企业概况
- 二、公司核心竞争力分析
- 三、公司进入中国的背景与动机分析
- 四、公司在中国的投资趋势以及可能性分析

第四节 Excite

- 一、企业概况
- 二、公司核心竞争力分析
- 三、公司进入中国的背景与动机分析
- 四、公司在中国的投资趋势以及可能性分析

第七章 国内主要门户网站的并购重组案例解析

第一节 奇虎网收购亿唐网

- 一、并购重组背景与动机分析
- 二、并购重组过程分析
- 三、并购重组方案与成败经验分析
- 四、并购重组整合战略分析

第二节 中华网收购掌中万维

第三节 搜狐收购焦点房地产网

第四节 新浪收购UC即时通讯技术平台

第五节 千橡集团收购donews

第六节 易登网收购搜易达

第七节 速达软件公司收购国内电子商务网站8848

第八章 2014年中国主要门户网站并购重组主体竞争力分析

第一节 新浪

- 一、公司盈利模式分析
- 二、公司资本运营情况分析

三、信息技术竞争力分析

四、市场竞争力分析

五、主要客户群体分析

第二节 网易

第三节 搜狐

第四节 TOM

第五节 百度

第六节 盛大网络

第七节 中华网

第八节 硅谷动力

第九节 QQ网站

第十节 21CN

第九章 2015-2022年中国门户网站产业链分析及并购重组机会分析

第一节 门户网站与IT制造厂商并购重组机会分析

第二节 门户网站与网络终端市场并购重组机会分析

第三节 门户网站与广告公司的并购重组机会分析

第十章 2015-2022年中国门户网站规模性并购重组机会分析

第一节 大型规模网站并购重组机会分析

一、新浪

1、新浪净营业收入与盈利分析

2、企业战略发展瓶颈分析

3、企业发展战略分析

4、并购重组可能性分析

二、TOM

1、企业发展战略分析

2、企业战略发展瓶颈分析

3、并购重组可能性分析

三、网易

四、搜狐

五、盛大

六、阿里巴巴

第二节 中小型规模网站并购重组机会分析

一、赛迪

1、并购重组可行性分析

2、并购重组价值分析

二、硅谷动力

三、百度

四、21cn

第十一章 2015-2022年中国门户网站并购重组风险分析

第一节 2015-2022年中国门户网站资产重组情况分析

一、网站资产重组的政策风险及防范

二、网站资产重组的融资风险及防范

1、选择最有利的融资方式

2、改善经营机制，努力实现借入资金变为自有资金的置换

3、充分考虑投资收益不低于银行存款利率

三、企业资产合并重组风险及防范

1、杠杆收购风险

2、托管经营与代理风险

3、目标公司反收购风险

第二节 2015-2022年中国门户网站并购重组策略分析

一、差异化战略分析

二、成本领先战略分析

1、成本领先战略的实施

2、实施战略中注意的问题

三、专家投资建议

图表目录：

图表：门户网站并购重组研究报告研究内容

图表：门户网站的主流业务与互联网发展时期比较

图表：2009-2014年一季度中国互联网广告规模

图表：2000-2014年中国互联网用户数量统计

图表：2000-2014年中国上网计算机数量统计

图表：2004-2014年中国网络游戏市场规模 亿元

图表：2000-2014年中国cn域名数量统计

图表：综合门户网站收入规模及增长率

图表：2014年中国互联网三大门户网站净利润 万美元

图表：亚太市场电子商务品种比较

图表：2014年网络游戏运营商市场份额

图表：2009-2014年一季度Daum公司盈利情况

图表：NHN集团运营模式

图表：乐天集团整合战略分析

图表：2009-2014年一季度MySpace用户增长情况

图表：2009-2014年一季度Myspace赢利情况

图表：meetic并购亿友流程

图表：2009-2014年一季度交友网获得投资情况

图表：外资主要投资区域分析

图表：2002-2014年中国网上交易市场规模分析

图表：2014年中国搜索引擎市场概况

图表：2014年中国都索引擎市场概况

图表：AOL在中国市场上的投资进展

图表：NHN国内外业务进展示意

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自 国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1508/T12853LMQ0.html>