

2017-2022年中国社会性网络服务产业运营现状及 十三五盈利战略分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国社会性网络服务产业运营现状及十三五盈利战略分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/xixinfuwu/273484273484.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

从GDP增速来看，自2010年中国GDP规模取代日本成为全球第二之后，中国经济出现了明显不同于前30年的特征，经济增速持续下滑。在2009年末和2010年初的恢复性和补偿性高速增长后，中国经济扩张势能弱化，自2010年至2012年经济增速连续11个季度下滑，2012年至2014年，GDP年增速连续三年低于8%。2015年我国国内生产总值676708亿元，同比增长6.9%。

2008-2015年全国GDP及同比增速

2015年，中国互联网产业继续蓬勃发展。至2015年末，我国网民规模为6.88亿，同比增长6.1%，互联网渗透率已达50%，网民数量稳居全球第一。互联网发展的主要推动力正逐渐从PC端向手机端转移。根据数据显示，2015年，我国新增手机端网民6303万，总人数达6.2亿。而放弃PC端，仅通过手机等移动端上网的网民人数已达1.27亿，占中国全部互联网用户的18.5%。随着移动互联网功能和应用的不断完备和智能手机的进一步普及，仅使用手机互联网用户占比有望快速攀登。

2014-2016年中国网民数量及互联网渗透率

中国报告网发布的《2017-2022年中国社会性网络服务产业运营现状及十三五盈利战略分析报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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。

第一章世界SNS行业发展形势综述

第一节世界SNS行业运行分析

一、世界SNS行业运行现状分析

（一）世界互联网发展数据统计

（二）世界SNS发展现状分析

二、世界SNS行业技术分析

三、世界SNS行业用户分析

四、世界SNS行业广告分析

第二节世界主要国家SNS行业发展分析

一、美国

二、亚洲部分国家

三、欧洲部分国家

第三节世界主要社交网站发展情况分析

一、Facebook

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

二、Twitter

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

三、YouTube

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

第四节世界SNS行业发展潜力预测

第五节世界SNS行业发展趋势分析

第二章中国SNS行业市场发展环境分析

第一节中国宏观经济运行环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

第二节中国SNS行业政策环境分析

一、《软件产品管理办法》的实施

二、软件产业“十三五”专项规划

三、《关于加强网络信息保护的決定》

第三节中国SNS行业社会环境分析

一、中国网民的规模

第三章中国SNS行业最新运行动态解析

第一节中国SNS行业运行概述

一、康王首次发力SNS网络平台获好评

二、SNS的三种“人X人”模式分析

三、SNS网站线下口碑延伸至互联网

四、SNS外企涌入中国市场的影响分析

五、SNS引高端品牌营销变革

第二节中国SNS行业市场动态分析

一、SNS营销市场继续高速发展

二、SNS网站正暗战海外资本市场

三、SNS对搜索引擎优化的主要好处

四、人人网拟赴美IPO资本市场或再掀SNS热潮

五、《全球移动SNS市场研究报告》发布

第三节SNS社交网市场发展规模分析

第四节中国SNS行业市场格局分布情况

第五节中国SNS行业发展存在问题分析

第四章中国SNS市场商业模式分析

第一节SNS价值链

第二节中国SNS行业商业模式

一、传统交友网站商业模式

二、传统社区网站商业模式

三、SNS商业模式

第三节中国SNS行业盈利状况分析

第四节中国SNS行业商业模式发展趋势分析

第五章中SNS的主要营销策略分析

第一节中国SNS行业营销现状分析

第二节与创造了信息本身及服务本身的产业伙伴结盟

一、与电信运营商结盟

二、与银行结盟

三、与有形产品供货商、交易安全保险商结盟

四、与个人信息创造者结盟

五、与SNS应用程序及服务商结盟

第三节SNS营销地点选择及促销方式

第四节中国SNS行业营销策略分析

第五节SNS市场营销举例

第六节中国SNS行业赚钱模式

第六章中国SNS行业技术与服务观察分析

第一节中国SNS行业经营特点分析

第二节SNS与这些应用对比时的独特性

一、传统即时通信(聊天)

二、视频及语音通信

三、网络游戏

四、与GOOGLE竞争

五、与EBAY竞争

第三节中国SNS带来的崭新应用

一、SNSP2P网络电视

二、SNSP2P内容收费化

三、SNSP2P个人信息中心

四、SNSP2P企业工作流中心

五、SNSP2P基础硬件市场

第四节SNS基础网络技术对大规模网络应用的特殊优势

第五节SNS成功运作模式的关键因素

第六节与SNS相关的市场大事件

第七章中国SNS市场用户需求特征分析

第一节中国社交网站用户结构分析

一、社交网站年龄结构分析

二、社交网站学历结构分析

三、社交网站收入结构分析

第二节中国社交网站用户行为分析

一、社交网站用户行为

(一) 内容发布与分享

(二) 信息分享与交流

(三) 好友互动行为

(四) 社交网页游戏

(五) 社交网站实用性

二、社交网站用户活跃度

(一) 社交网站访问活跃度

(二) 内容发布与分享活跃度

(三) 社交网站对用户所发挥的功能

三、社交网站用户隐私意识与行为

(一) 用户在社交网站上公布的信息

(二) 用户在社交网站上的隐私设置

(三) 用户对社交网站隐私保护的关注情况

(四) 不同群体对社交网站的隐私关注度

四、移动社交网站用户行为

(一) 移动社交网站规模

(二) 移动社交网站访问频率

(三) 手机社交网站用户使用功能

第三节SNS和微博用户行为对比调查

一、社区交友类服务情况

二、SNS与微博属性分析

三、SNS与微博移动端分析

四、SNS与微博用户营销价值

五、SNS与微博用户期望调查

第四节休闲类SNS用户分析

一、基本属性特征

二、对SNS的需求特征

三、消费习惯分析

第五节商务类SNS用户分析

一、基本属性特征

二、对SNS的需求特征

三、消费习惯分析

第八章中国SNS行业市场与竞争力分析

第一节中国SNS的市场定位

一、QQ用户

二、网络游戏

三、网络电话

四、网易

五、谷歌

六、EBAY

七、微博

八、微信

九、研究结论

第二节中国SNS市场总印象

第三节中国SNS行业市场竞争现状

第九章中国SNS的发展与主要网站及产品分析

第一节平台类

一、腾讯

二、百度

三、阿里巴巴

四、一起网

第二节商务类

一、若邻

二、天际

三、联络家

四、海内

五、5G

六、落伍者

第三节文化类

一、蜂巢网

二、友宝网

三、生日网

四、互联家

第四节地方类

一、唐山大凤凰社区

二、京内网

第五节情感类

一、世纪佳缘

二、珍爱网

三、百合网

第六节社群类

一、海贝网

二、驴友录

第七节校园与娱乐类

一、同学网

二、人人网

三、开心网

四、朋友网

第八节由电信运营商管理的SNS站点

一、中国移动139社区

二、中国联通“新势力”网站

第九节目前国内主流的SNS产品供应商

一、UCS

二、UcenterHome

三、Thinksns

四、OpenPNE中文

五、Openkaku

第十节其他网站

一、大街网

二、优土网

三、九博网

四、博思网

五、举贤网

六、51网

七、豆瓣网

八、天涯社区

第十章2017-2022年中国SNS行业发展潜力及需求预测

第一节中国SNS市场发展潜力

一、规模和增长情况预测

二、市场的发展潜力分析

三、国内社交网络趋势展望

第二节中国SNS市场营销趋势

第三节中国SNS行业市场需求预测分析

一、中国网民人数增长分析

二、互联网发展趋势预测分析

三、互联网广告技术发展趋势

第十一章中国SNS行业投机机会与风险分析

第一节中国SNS市场投资机会分析

一、行业的投资机会指标体系

二、投资热点及盈利的关键要素

三、市场投资机会和盈利前景预测

第二节中国SNS投资风险与专家建议分析

一、投资风险

二、相关投资建议

第三节中国SNS市场发展及投资策略分析

一、SNS网站盈利的策略

二、SNS网站制胜的策略

三、提高网站用户粘性的策略

(GYZX)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xixinfuwu/273484273484.html>