

中国微博市场分析预测及市场投资价值报告（2012-2016）

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《中国微博市场分析预测及市场投资价值报告（2012-2016）》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/hulianwang/133522133522.html>

报告价格：电子版: 7000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

中国报告网发布的《中国微博市场分析预测及市场投资价值报告（2012-2016）》共十一章。首先介绍了中国微博行业的概念，接着分析了中国微博行业发展环境，然后对中国微博行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国微博行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国微博行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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 微博概述

第一节 微博定义

第二节 微博主要分类

一、按微博服务商的性质分类

二、按微博用户的性质分类

第三节 微博主要特性分析

一、微博的基本功能分析

二、微博自媒体特性分析

三、微博的传播特性分析

四、微博的传播机制分析

第四节 微博的新生应用

第五节 微博价值分析

一、微博商业价值分析

二、微博社会价值分析

第二章 中国互联网网民全景

第一节 中国网民基本特点

1、年龄

2、学历

3、受教育情况

第二节 中国网民规模及增长

第三节 中国网民结构

一、城市

二、农村

第四节 中国网民上网方式

一、手机

二、台式

三、笔记本

第三章 社会化媒体属性与用户使用率情况分析

第一节 网络即时通信

一、属性

二、网络即时通信用户使用率

第二节 网络视频

一、属性

二、网络即时通信用户使用率

第三节 社交网站

一、属性

二、网络即时通信用户使用率

第四节 BBS/论坛

一、属性

二、网络即时通信用户使用率

第五节 网络购物

一、属性

二、网络即时通信用户使用率

第六节 中国博客使用率

一、属性

二、网络即时通信用户使用率

第七节 中国网络游戏使用率

一、属性

二、网络即时通信用户使用率

第四章 微博产业发展现状分析

第一节 微博产业整体发展分析

第二节 微博产业在国外发展状况分析

一、全球微博迅速发展

二、国外微博客发展不均衡

第三节 微博产业在国内发展状况分析

一、中国微博风起云涌

二、国内微博客发展迅速 细分趋势明显

三、双重压力：盈利难题和政策风险

四、企业数字营销现状与社交媒体应用现状

五、微博与其它社会媒体的属性与差异

第四节 2011年中国微博作用分析

- 一、微博改变了媒体与信息传播模式
- 二、微博具有强烈的自媒体属性
- 三、微博可以提升传统媒体的影响力
- 四、微博让公共信息流动加快

第五章 微博产业发展影响因素分析

第一节 微博产业发展的阻碍因素

第二节 微博产业发展的推动因素

第六章 2011年中国微博用户调研

第一节 微博的核心受众

- 一、性别
- 二、年龄
- 三、学历
- 四、阶层
- 五、收入

第二节 微博用户行为调研

- 一、微博的使用动机
- 二、使用微博的目的
- 三、微博受众的信息发布内容
- 四、微博受众关注内容
- 五、微博的信息每日发布条数
- 六、微博受众的主要关注群
- 七、追随微博中的一个品牌的原因
- 八、微博用户更关注好些高关注度的品牌微博
- 九、用微博搜索什么
- 十、微博的浏览习惯

第七章 微博产业重点企业分析

第一节 门户网站微博分析

- 一、新浪微博
- 二、腾讯微博

第二节 专业内容网站分析——和讯微博

第三节 独立第三方微博网站分析——饭否网

第八章 微博产业商业模式分析

第一节 微博产业商业模式概述

第二节 微博产业链分析

一、微博产业链构成分析

二、微博产业链主要价值方的利益及责任分析

第三节 微博产业盈利模式分析

一、直接盈利模式

二、间接盈利模式

第九章 微博营销影响力分析

第一节 微博营销概述

一、微博营销基本原则

二、微博营销模式分析

三、微博营销影响力分析

第四节 2011年中国微博营销机会与模式研究

一、微博的营销角色

二、微博在营销中担当的角色与功能

三、微博可以发挥的营销价值

四、微博带来的营销机会

第十章 全球十大微博客横评

第一节 Twitter

一、简介

二、用户体验

三、API开放性

四、终端扩展

五、用户规模

六、商业潜力

第二节 PLURK

一、简介

二、用户体验

三、API开放性

四、终端扩展

五、用户规模

六、商业潜力

第三节 嘀咕DIGU

一、简介

二、用户体验

三、API开放性

四、终端扩展

五、用户规模

六、商业潜力

第四节 新浪博客

一、简介

二、用户体验

三、API开放性

四、终端扩展

五、用户规模

六、商业潜力

第五节 做啥ZUOSA

一、简介

二、用户体验

三、API开放性

四、终端扩展

五、用户规模

六、商业潜力

第六节 i贴吧

一、简介

二、用户体验

三、API开放性

四、终端扩展

五、用户规模

六、商业潜力

第七节 同学网

一、简介

二、用户体验

三、API开放性

四、终端扩展

五、用户规模

六、商业潜力

第八节 9911

一、简介

二、用户体验

三、API开放性

四、终端扩展

五、用户规模

六、商业潜力

第九节 JAIKU

一、简介

二、用户体验

三、API开放性

四、终端扩展

五、用户规模

六、商业潜力

第十节 MEME

一、简介

二、用户体验

三、API开放性

四、终端扩展

五、用户规模

六、商业潜力

第十一章 2012-2016年中国微博产业发展前景及趋势预测分析

第一节 微博产业发展趋势分析

第二节 微博产业商业前景分析

第三节 2012-2016年中国微博行业市场规模预测

图表目录：（部分）

图表：微博按服务商性质分类

图表：按微博用户性质分类

图表：微博基本功能

图表：自媒体三大特性

图表：微博的传播特性分析

图表：信息裂变式传播结构图

图表：信息传播聚合分析

图表：用户交互模式示意图

图表：微博商业价值的受众对象

图表：2010.12-2011.6微博用户数量以及使用率

图表：新浪微博核心布局图

图表：腾讯微博产品解析图

图表：微博产业链构成示意图

图表：前向和后向盈利模式

图表：微博营销模式图解

图表：微博影响力构架图

图表：微博产业发展趋势

图表：2008.6-2011.6 手机网民数以及增长率

图表：略.....

更多图表见报告正文

《中国微博市场分析预测及市场投资价值报告（2012-2016）》系统全面的调研了微博的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/133522133522.html>