

移动SNS社区海外标杆案例研究报告（2011版）

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《移动SNS社区海外标杆案例研究报告（2011版）》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/qitadianxin/109012109012.html>

报告价格：电子版: 16000元 纸介版：16000元 电子和纸介版: 16000

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

[摘要]

以Facebook、Twitter为代表的SNS正在迅速改变全球互联格局，Morgan Stanley的数据表明，互联网用户现在有16%的时间在体验SNS服务，如今SNS已不仅局限于互动社交，而且还广泛融合游戏、多种应用甚至电子商务等众多模式，SNS已经成为影响全球网络用户的新的生活方式，成为引领互联网发展新的代名词，风靡全球。

另一方面，伴随着移动终端的高度普及，全球3G网络的相继开通和日益普及，移动互联网不但沿袭了PC互联网发展轨迹和特征，正在呈现爆发性增长趋势。其中，移动SNS也在成为移动互联的核心应用，Facebook、Myplace、韩国Cyworld、日本mixi、Gree、Mob age等众多移动SNS服务已经取得了极大成功。现在日本有三大移动SNS网站：MIXI、Mob age-town和GREE，其中Mobage-town和GREE的上市市值均超过了13亿美元，MIXI的市值也接近10亿美元。GREE更是创造了上市首日开盘价格超过发行价格52%的神话。

在韩国，移动互联网用户比例虽然较日本存在一定差距，但也超过了50%的水平。我们选取这四个全球最具典型的标杆，对各标杆的发展历程、核心应用、SNS的社会化体系、社区互动、运营商合作等方面进行了深入研究，并且针对中国移动SNS的发展现状进行分析，以及电信运营商发展SNS提出了建议和思路。

[目录 TABLE OF CONTENTS]

1. SNS简介

1.1 SNS成为互联网新热点

1.2 SNS网站价值

1.3 互联网及移动互联网发展趋势

1.4 分类及定义

1.5 移动SNS网站发展驱动力

1.6 移动SNS发展历程

1.7 移动SNS发展趋势

2. 海外市场SNS标杆案例研究

2.1 SNS在日本的发展

2.1.1 GREE标杆研究

2.1.1.1 发展历程

2.1.1.2 典型业务

2.1.1.3 用户需求与管理

2.1.1.4 用户特点

2.1.1.5 竞争策略

2.1.1.6 商业模式

2.1.1.7 企业合作

2.1.1.8 市场反馈

2.1.2 Mixi标杆研究

2.1.2.1 发展历程

2.1.2.2 典型业务

2.1.2.3 用户需求与管理

2.1.2.4 用户特点

2.1.2.5 竞争策略

2.1.2.6 商业模式

2.1.2.7 企业合作

2.1.2.8 市场反馈

2.1.3 Mobage Town标杆研究

2.1.3.1 发展历程

2.1.3.2 典型业务

2.1.3.3 用户需求与管理

2.1.3.4 用户特点

2.1.3.5 竞争策略

2.1.3.6 商业模式

2.1.3.7 企业合作

2.1.3.8 市场反馈

2.2 SNS在韩国的发展

2.2.1 韩国移动互联网发展状况

2.2.2 Syworld标杆研究

2.2.2.1 发展历程

2.2.2.2 典型业务

2.2.2.3 用户需求与管理

2.2.2.4 用户特点

2.2.2.5 竞争策略

2.2.2.6 商业模式

2.2.2.7 企业合作

2.2.2.8 市场反馈

2.3 GREE、Mixi、Mobage Town& Syworld对比分析

3. 国内市场SNS发展现状

3.1 市场规模

3.2 典型企业介绍

3.3 典型应用介绍

3.4 商业模式介绍

3.5 国内移动SNS几大阵营

4. 对电信运营商的建议

4.1 电信运营商开展SNS业务的有劣势分析

4.2 竞争分析

4.3 产业链定位

4.4 产业链合作模式与掌控

4.5 合作企业筛选

4.6 开展SNS业务前期介入点

4.7 业务开展步骤

4.8 商业模式建议

4.9 营销推广建议

4.10 资费建议

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitadianxin/109012109012.html>