

2018-2024年中国即时通信产业市场竞争态势调查 及投资前景规划预测报告

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《2018-2024年中国即时通信产业市场竞争态势调查及投资前景规划预测报告》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/tongxin/311759311759.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

1. 即时通信

截至2013年6月底,我国即时通信网民规模约达4.97亿人,比2012年底增长了2931万人,半年增长率为6.3%。即时通信使用率为84.2%,较2012年底增长了1.3个百分点。从使用率来看,2011年底至今,即时通信保持着互联网使用率第一,且使用率持续攀升。

图:2012.12~2013.6中国即时通信网民数及网民使用率

资料来源:观研天下整理

2. 博客/个人空间

截至2013年6月底,我国博客和个人空间网民数量约为4.01亿人,较2012年底增长2839万人。网民中博客和个人空间的使用率为68.0%,较2012年底上升了1.9个百分点。近几年博客活跃群体已由早期的草根化向精英化转变,博客内容也由通俗化向专业化转变。

3. 微博

截至2013年6月底,我国微博网民规模约为3.31亿人,较2012年底增长了2216万人,增长7.2%。网民中微博使用率达到了56.0%,较上年底增加了1.3个百分点。中国微博活跃用户数经历了2010~2011年爆发式增长后,从2012年开始进入了一个相对平稳的增长期。目前微博已经成为网民获取信息的重要途径之一。

图:2012.12~2013.6中国博客/个人空间网民数及使用率

图:2012.12~2013.6中国微博网民数及使用率

资料来源:观研天下整理

4. 社交网站

截至2013年6月底,我国社交网站网民规模为2.88亿人,较上年底增加了1295万人,增长4.7%。网民中社交网站使用比例为48.8%,与2012年底持平,见图27。

图:2012.12~2013.6中国社交网站网民数及使用率

资料来源:观研天下整理

观研天下发布的报告书内容严谨、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。

【报告目录】

第一章 即时通讯相关概述

第一节 即时通讯基础概述

一、即时通讯新集成性分析

二、即时通讯功能

三、即时通讯的新发展

四、即时通讯的好处

第二节 即时通讯软件

一、即时通讯软件简介

二、即时通讯软件产品

第三节 即时通讯的行业应用

一、个人即时通讯

二、商务即时通讯

三、企业即时通讯

四、行业即时通讯

五、网页即时通讯

六、其他即时通讯

节 即时通讯的安全问题

一、即时通讯网络安全形势

二、即时通讯的安全准则

第二章 2015-2017年世界即时通讯行业整体运营状况分析

第一节 2015-2017年全球即时通讯业运行概况

一、全球即时通讯市场发展概述

二、全球即时通讯行业专利部署情况

三、移动运营商欲统一全球即时通讯服务

四、全球“即时通讯”行业的专利大战

五、全球15家运营商鏖战即时通讯市场

第二节 2015-2017年全球即时通讯市场分析

一、全球即时通讯市场现状分析

二、Live Messenger用户规模及现状

三、Skype全球用户规模及现状分析

四、全球企业即时通讯市场规模分析

五、全球移动即时通讯收入规模分析

六、全球各类即时通讯工具的使用情况

第三节 2015-2017年全球即时通讯动态分析

- 一、雅虎、微软打造全球即时通讯社区
- 二、IBM 构建全球最大的企业即时通讯社区
- 三、谷歌将为Gmail加入即时社交网络功能
- 四、腾讯与英特尔推出全球首款MID即时通讯软件

第四节 2015-2017年世界即时通讯部分国家运行分析

- 一、美国即时通讯市场运行状况
- 二、日本即时通讯产业运行格局
- 三、韩国即时通讯市场运行状况
- 四、欧洲手机即时通信用户高速增长

节 2018-2024年世界即时通讯发展前景与趋势预测

第三章 2015-2017年中国即时通讯行业市场发展环境解析

第一节 2015-2017年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、中国居民消费价格走势
- 三、城乡居民收入与消费分析
- 四、中国社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节 2015-2017年中国即时通讯市场政策环境分析

- 一、国家加快推进三网融合计划
- 二、中小企业发展政策及信息化情况
- 三、《互联网信息服务管理办法》
- 四、《互联网信息服务市场秩序监督管理暂行办法》
- 五、即时通讯相关产业法律法规

第三节 2015-2017年中国即时通讯市场互联网环境分析

- 一、中国网民总体规模情况
- 二、中国宽带网民规模情况
- 三、中国整体互联网应用情况分析
- 四、移动即时通讯互联网应用状况

第四节 2015-2017年中国即时通讯相关产业发展环境分析

- 一、中国企业邮箱市场竞争格局
- 二、中国企业邮箱产业规模分析

三、 中国企业邮箱市场收入规模

第四章 2015-2017年中国即时通讯行业市场运行态势剖析

第一节 中国即时通讯行业发展概述

- 一、 中国即时通讯行业发展历程
- 二、 第一代即时通讯软件不断完善
- 三、 第二代即时通讯软件异军突起

第二节 2015-2017年中国即时通讯业现状综述

- 一、 中国即时通讯迈入新纪元
- 二、 中国网络即时通讯全球第一
- 三、 中国即时通讯的专业化发展
- 四、 国内EIM产品应用进入成熟期

第三节 中国即时通讯软件的运营模式分析

- 一、 IM+门户+应用功能
- 二、 IM+社区
- 三、 跨平台模式

第四节 2015-2017年中国即时通讯技术发展研究

- 一、 即时通讯原理和工作方式
- 二、 即时通讯的方式简介
- 三、 嵌入式即时通讯工具的兴起

第五节 2015-2017年中国即时通讯产业存在的问题

第五章 2015-2017年中国即时通讯市场深度剖析

第一节 2015-2017年中国即时通讯市场运营特点分析

第二节 2015-2017年中国即时通讯市场发展态势分析

- 一、 盛大将涉足邮箱业务规划即时通讯产品
- 二、 三五互联企业级即时通讯业务情况
- 三、 金山词霸涉足即时通讯市场
- 四、 新浪联手MSN发力即时通讯

第三节 2015-2017年中国即时通讯业市场规模

- 一、 中国即时通讯用户增长情况分析
- 二、 中国即时通讯活跃账户数量分析
- 三、 中国即时通讯市场累计注册账户
- 四、 中国手机即时通讯用户规模分析

第四节 中国七大即时通讯软件应用情况分析

第六章 2015-2017年中国即时通讯行业应用状况分析

第一节 个人即时通讯

- 一、个人即时通讯市场分析
- 二、个人即时通讯工具在企业中的问题分析
- 三、个人即时通讯网络安全现状分析

第二节 商务即时通讯

- 一、阿里旺旺商务即时通讯案例分析
- 二、商务即时通讯的发展方向分析

第三节 企业级即时通讯

- 一、企业级即时通信系统概述
- 二、企业级即时通信系统的特点
- 三、企业级即时通信系统的技术体系
- 四、企业级即时通信系统应用的关键因素
- 五、中国企业即时通讯市场规模分析
- 六、中国企业即时通讯市场竞争格局分析
- 七、企业即时通讯服务模式的变革分析
- 八、中国企业即时通讯市场发展趋势

第四节 跨网即时通讯

- 一、中国跨网即时通讯发展历程分析
- 二、中国跨网语音即时通讯市场概述
- 三、跨网即时通讯应用的深化分析
- 四、中国跨网即时通讯产业链分析
- 五、中国跨网即时通讯盈利模式分析
- 六、中国跨网即时通讯市场存在的问题
- 七、中国跨网即时通讯市场的发展趋势

第五节 移动即时通讯

- 一、手机即时通讯用户使用行为研究
- 二、用户常使用的手机即时通讯软件分布
- 三、用户使用过的移动即时通讯软件情况
- 四、中国移动即时通讯用户规模分析
- 五、中国移动即时通讯市场竞争格局

第七章 2015-2017年中国即时通讯市场深度调研

第一节 中国即时通讯用户特征分析

一、用户男女性别比例

二、用户职业结构

三、用户收入状况

四、用户受教育程度

第二节 中国即时通讯用户使用习惯分析

一、用户使用即时通讯软件的频率分析

二、即时通讯用户的主要交流对象分析

三、用户经常使用的即时通讯软件功能

四、即时通讯用户付费意愿及额度调研

第三节 影响用户选择即时通讯工具的因素分析

第四节 中国即时通讯用户使用安全防护措施情况

第八章 2015-2017年中国即时通讯市场竞争格局透析

第一节 2015-2017年中国即时通讯市场竞争概述

一、中国即时通讯市场竞争格局分析

二、中国即时通信市场竞争日益激烈

三、中国移动即时通讯市场竞争加剧

四、“3Q”之争催生即时通讯新格局

第二节 2015-2017年即时通讯市场竞争模型解析

一、行业内竞争力分析

二、进入威胁

三、买方议价能力

四、替代品的竞争

第三节 2015-2017年主流即时通讯软件的竞争力比较

一、战略定位

二、盈利模式对比

三、产品功能对比

四、品牌对比

第四节 2015-2017年移动即时通讯市场竞争形势分析

一、中国移动“飞信”

二、中国联通“即时通”

三、中国电信“天翼live”

四、移动运营商IM竞争力透析

第五节 2015-2017年IM运营商的竞争策略探讨

一、明确竞争对象和手段

- 二、定位用户群需慎重
- 三、对于功能设计要深思熟虑
- 四、发展目标要切合实际
- 五、营销策略的选择

第九章 2015-2017年国内外即时通讯重点运营企业分析

第一节 国外主要即时通讯工具概述

第二节 美国在线ICQ

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第三节 腾讯QQ

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第四节 微软MSN

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

第十章 2018-2024年中国即时通讯行业发展趋势与前景展望

第一节 2018-2024年中国即时通讯行业发展前景分析

- 一、中国即时通讯软件市场前景分析
- 二、跨平台即时通讯软件前景广阔
- 三、专业性即时通讯需求日趋旺盛

第二节 2018-2024年中国即时通讯行业发展趋势分析

- 一、移动即时通讯将趋于主流
- 二、即时通讯软件向企业用户渗透
- 三、即时通讯软件之间实现互通

第三节 2018-2024年中国即时通讯行业市场预测分析

- 一、2018-2024年中国即时通讯用户规模预测分析
- 二、2018-2024年移动即时通信用户规模预测分析

第四节 2018-2024年中国即时通讯市场盈利预测分析

第十一章 2018-2024年中国即时通讯行业投资前景预测

第一节 2018-2024年中国即时通讯行业投资环境分析

- 一、中国经济总体发展状况分析
- 二、即时通讯相关产业对投资影响分析

第二节 2018-2024年中国即时通讯行业投资机会分析

- 一、即时通讯行业投资潜力分析
- 二、即时通讯行业主要盈利模式
- 三、即时通讯软件投资吸引力分析

第三节 2018-2024年中国即时通讯行业投资风险分析

- 一、宏观经济风险
- 二、市场竞争风险
- 三、市场运营风险

第四节 2018-2024年中国即时通讯行业投资策略及建议

更多图表详见正文（GYGSLJP）

特别说明：观研天下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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxin/311759311759.html>