

中国即时通信市场现状深度分析与发展前景预测报告（2022-2029年）

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《中国即时通信市场现状深度分析与发展前景预测报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202203/583562.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

一、行业综述

即时通信指能即时发送和接收互联网消息等业务的系统服务，除了基本通讯外，逐渐集成了电子邮件、博客、音乐、电视、游戏和搜索等多种功能。即时通信技术原理大都相同，主要包括客户/服务器/通信模式和对等通信模式，有效实现信息交流的主动性、平等性和互动性。

即时通信技术原理图

资料来源：观研天下整理

即时通信工具大体可分为综合类即时通信工具（腾讯QQ、微软MSN）、垂直即时通信工具（网易泡泡、新浪UC、百度Hi、阿里旺旺、淘宝旺旺等）和跨平台、跨网络即时通信工具（中国移动飞信、中国天翼Live、Skype等）三大类。

即时通信工具类型 分类 工具 综合类即时通信 腾讯QQ 微软MSN 垂直即时通信 网易泡泡 新浪UC 百度Hi 阿里旺旺 淘宝旺旺 跨平台、跨网络即时通信 中国移动飞信 中国天翼Live Skype

资料来源：观研天下整理

二、市场现状

1、用户规模攀升，使用率稳居第一

即时通信服务是网民基础应用之一，市场前景广阔。它的大众化、人性化除了极大便利基本的人际沟通交流外，通信技术的日新月异推动即时通信在各领域多元化发展，渗透于用户的工作、学习、生活等点滴中，提升用户体验，使得用户数量稳步攀升，也增强了用户黏性。2021年我国即时通信用户规模小幅稳定增长达到10.07亿人，比上年年底增加了2555万人，同比增长率2.7%，庞大的网民规模为即时通信行业发展奠定了良好的用户基础。

数据来源：中国互联网络信息中心、观研天下整理

2020年在疫情因素的巨大影响下，即时通信应用使用率达到有史以来的最高峰99.2%，其他年份大体呈现逐年递增的态势。2021年使用率为97.5%，比互联网应用使用率排名第二的网络视频94.5%还高3个百分点，即时通信已实现广泛普及。从2011年底起，即时通信使用率在互联网应用中稳居第一，其使用率快速发展的原因有5G的深入建设、手机应用创新等。

数据来源：中国互联网络信息中心、观研天下整理

2021年互联网常用应用用户规模及使用率	应用	用户规模（万）	网民使用率	增长率
即时通信	100666	97.5%	2.6%	
网络视频（含短视频）	97471	94.5%	5.2%	
短视频	93415	90.5%	7.0%	
网络支付	90363	87.6%	87.6%	
网络购物	84210	81.6%	7.6%	
搜索引擎	82884			

80.3% 7.7% 网络新闻 77109 74.7% 3.8% 网络音乐 72946 70.7% 10.8% 网络直播 70337
68.2% 14.0% 网络游戏 55354 53.6% 6.9%

数据来源：中国互联网络信息中心、观研天下整理

2、小程序、视频号等新功能不断探索

随着用户需求的不断延伸，即时通信业务功能也在持续探索。相较于以往统一门户、统一通信的传统语音即时通信，现今的通信基于移动互联网平台，变得更为便捷多样。在用户对娱乐、生活、办公等需求渐增的情形下，即时通信应用整合数字化内容，丰富业务功能，如写协同办公、医疗、电子商务等，为用户创造综合性体验和全方位服务。

用户需求变化图

资料来源：观研天下整理

特别是2021年国内最大即时通信平台微信中的小程序商业化生态愈加丰满，视频号进一步破圈。2021年小程序日活超过4.5亿，其中活跃小程序规模同比增长41个百分点；教育类小程序数量规模同比增长28%；旅游、零售旅游和餐饮业类小程序交易额同比增长翻倍；小程序促进流量主变现的规模同比增长超90%。商家门店和小程序的结合，进一步连接终端，目前B2b模式小程序连接终端小店已突破百万。小程序不需用户下载APP，几乎不占内存，更好的助力线下行业对接线上资源，成为商家获利的便捷方式。

视频号更新迭代，功能不断完善，2020年实现了日活跃用户数量从0到2.8亿的飞跃增长。

视频号是微信生态的重要连接板块，将社交生态圈的微信群、朋友圈、公众号和消费生态圈的直播、小程序、小商店相互连通，并结合小程序打造商业变现更短途径，带来新一波红利，2022年将成为视频号的爆发之年。

3、企业端即时通信蓬勃发展

企业即时通信一端直接连接消费互联网，一端连接产业互联网，保持客户-企业-产业链上下游之间的密切关系，以得到更高转化、低成本的业务增长，实现企业资源实时与有效协作，因此企业端即时通信得到蓬勃发展。在用户方面，使用钉钉软件的企业、学校等组织数至2021年8月底突破1900万，企业微信组织数至2021年底达到1000万。在产品方面，钉钉、企业微信等企业端通信工具不断更新版本，迭代内容，尤其是优化产品功能、完善软硬件一体化，比如2022年企业微信上线4.0版本，从协同办公、客户管理等方面升级，新增清审核、接口广场、待开发等功能模板，开放更多接口。

企业即时通信功能导向

资料来源：观研天下整理（PY）

4、即时通信环境优化

即时通信行业立足于互联网平台，其数据安全、网络安全尤为重要，国家及有关部门相继出台颁布法律法规《国家信息化发展战略纲要》、《关于构建更加完善的要素市场化配置体制

机制的意见》、《个人信息保护法》、《数据安全法》等优化即时通信网络环境，推动行业规范健康高质量发展。2021年7月工信部展开互联网行业专项整治行动，重点整治即时通信软件屏蔽网址链接等问题，通信产品在整改下，其网址链接访问更顺畅。

我国即时通信相关政策

颁布时间

颁布主体

政策名称

要点

2012年5月

国务院

《关于大力推进信息化发展和切实保障信息安全的若干意见》

重点领域信息化水平明显提高，信息产业转型升级得到突破，国家信息安全保障体系基本形成

2014年8月

互联网信息办

《即时通信工具公众信息服务发展管理暂行规定》

即时通信服务使用者要以真实身份信息注册账号，并遵纪守法、不违背公序良俗

2016年7月

国务院办公厅

《国家信息化发展战略纲要》

加强信息资源规划、建设和管理，完善基础信息资源动态更新和共享应用机制，建立健全网络信息平台

2020年4月

国务院

《关于构建更加完善的要素市场化配置体制机制的意见》

将数据指定为与土地、劳动力、资本、技术并列的第五种生产要素。数据，正式上升为国家级战略布局

2021年8月

全国人大常委

《个人信息保护法》

明确定义个人信息及处理适用范围，强调个人信息处理主体责任，织密个人信息处理保护网

2021年9月

全国人大常委

《数据安全法》

维护数据安全，坚持总体国家安全观，建立健全安全治理体系，提高数据安全保障能力

资料来源：观研天下整理

三、结语

我国即时通信市场有二十多年的发展史，在互联网革新和科技创新下，即时通信应用整合多样化内容于各领域，未来仍将蓬勃发展。

观研报告网发布的《中国即时通信市场现状深度分析与发展前景预测报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国即时通信行业发展概述

第一节 即时通信行业发展情况概述

- 一、即时通信行业相关定义
- 二、即时通信行业基本情况介绍
- 三、即时通信行业发展特点分析

四、即时通信行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、即时通信行业需求主体分析

第二节 中国即时通信行业生命周期分析

一、即时通信行业生命周期理论概述

二、即时通信行业所属的生命周期分析

第三节 即时通信行业经济指标分析

一、即时通信行业的赢利性分析

二、即时通信行业的经济周期分析

三、即时通信行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球即时通信行业市场发展现状分析

第一节 全球即时通信行业发展历程回顾

第二节 全球即时通信行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲即时通信行业地区市场分析

一、亚洲即时通信行业市场现状分析

二、亚洲即时通信行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲即时通信行业市场前景分析

第四节 北美即时通信行业地区市场分析

一、北美即时通信行业市场现状分析

二、北美即时通信行业市场规模与市场需求分析

三、北美即时通信行业市场前景分析

第五节 欧洲即时通信行业地区市场分析

一、欧洲即时通信行业市场现状分析

二、欧洲即时通信行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲即时通信行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界即时通信行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球即时通信行业市场规模预测

第三章 中国即时通信行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

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

七、对外贸易发展形势分析

第二节 我国宏观经济环境对即时通信行业的影响分析

第三节 中国即时通信行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对即时通信行业的影响分析

第五节 中国即时通信行业产业社会环境分析

第四章 中国即时通信行业运行情况

第一节 中国即时通信行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国即时通信行业市场规模分析

一、影响中国即时通信行业市场规模的因素

二、中国即时通信行业市场规模

三、中国即时通信行业市场规模解析

第三节 中国即时通信行业供应情况分析

一、中国即时通信行业供应规模

二、中国即时通信行业供应特点

第四节 中国即时通信行业需求情况分析

一、中国即时通信行业需求规模

二、中国即时通信行业需求特点

第五节 中国即时通信行业供需平衡分析

第五章 中国即时通信行业产业链和细分市场分析

第一节 中国即时通信行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、即时通信行业产业链图解

第二节 中国即时通信行业产业链环节分析

- 一、上游产业发展现状
- 二、上游产业对即时通信行业的影响分析
- 三、下游产业发展现状
- 四、下游产业对即时通信行业的影响分析

第三节 我国即时通信行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国即时通信行业市场竞争分析

第一节 中国即时通信行业竞争要素分析

- 一、产品竞争
- 二、服务竞争
- 三、渠道竞争
- 四、其他竞争

第二节 中国即时通信行业竞争现状分析

- 一、中国即时通信行业竞争格局分析
- 二、中国即时通信行业主要品牌分析

第三节 中国即时通信行业集中度分析

- 一、中国即时通信行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国即时通信行业市场集中度分析

第七章 2018-2022年中国即时通信行业模型分析

第一节 中国即时通信行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节 中国即时通信行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国即时通信行业SWOT分析结论

第三节 中国即时通信行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国即时通信行业需求特点与动态分析

第一节 中国即时通信行业市场动态情况

第二节 中国即时通信行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 即时通信行业成本结构分析

第四节 即时通信行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国即时通信行业价格现状分析

第六节 中国即时通信行业平均价格走势预测

一、中国即时通信行业平均价格趋势分析

二、中国即时通信行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国即时通信行业所属行业运行数据监测

第一节 中国即时通信行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国即时通信行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国即时通信行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2018-2022年中国即时通信行业区域市场现状分析

第一节 中国即时通信行业区域市场规模分析

影响即时通信行业区域市场分布的因素

中国即时通信行业区域市场分布

第二节 中国华东地区即时通信行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区即时通信行业市场分析

(1) 华东地区即时通信行业市场规模

(2) 华南地区即时通信行业市场现状

(3) 华东地区即时通信行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区即时通信行业市场分析

(1) 华中地区即时通信行业市场规模

(2) 华中地区即时通信行业市场现状

(3) 华中地区即时通信行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区即时通信行业市场分析

(1) 华南地区即时通信行业市场规模

(2) 华南地区即时通信行业市场现状

(3) 华南地区即时通信行业市场规模预测

第五节 华北地区即时通信行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区即时通信行业市场分析

(1) 华北地区即时通信行业市场规模

(2) 华北地区即时通信行业市场现状

(3) 华北地区即时通信行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区即时通信行业市场分析

(1) 东北地区即时通信行业市场规模

(2) 东北地区即时通信行业市场现状

(3) 东北地区即时通信行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区即时通信行业市场分析

(1) 西南地区即时通信行业市场规模

(2) 西南地区即时通信行业市场现状

(3) 西南地区即时通信行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区即时通信行业市场分析

(1) 西北地区即时通信行业市场规模

(2) 西北地区即时通信行业市场现状

(3) 西北地区即时通信行业市场规模预测

第十一章 即时通信行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

.....

第十二章 2022-2029年中国即时通信行业发展前景分析与预测

第一节 中国即时通信行业未来发展前景分析

一、即时通信行业国内投资环境分析

二、中国即时通信行业市场机会分析

三、中国即时通信行业投资增速预测

第二节 中国即时通信行业未来发展趋势预测

第三节 中国即时通信行业规模发展预测

一、中国即时通信行业市场规模预测

二、中国即时通信行业市场规模增速预测

三、中国即时通信行业产值规模预测

四、中国即时通信行业产值增速预测

五、中国即时通信行业供需情况预测

第四节 中国即时通信行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国即时通信行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国即时通信行业进入壁垒分析

一、即时通信行业资金壁垒分析

二、即时通信行业技术壁垒分析

三、即时通信行业人才壁垒分析

四、即时通信行业品牌壁垒分析

五、即时通信行业其他壁垒分析

第二节 即时通信行业风险分析

一、即时通信行业宏观环境风险

二、即时通信行业技术风险

三、即时通信行业竞争风险

四、即时通信行业其他风险

第三节 中国即时通信行业存在的问题

第四节 中国即时通信行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国即时通信行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国即时通信行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国即时通信行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 即时通信行业营销策略分析

一、即时通信行业产品营销

二、即时通信行业定价策略

三、即时通信行业渠道选择策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202203/583562.html>