

# 中国即时通讯市场运营格局与发展前景预测报告 (2013-2017)

报告大纲

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国即时通讯市场运营格局与发展前景预测报告（2013-2017）》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/164239164239.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

2011年中国互联网型企业即时通讯市场的注册企业用户数达31.4万家，相比2010年增长45.4%。互联网IT技术在国内的普及度上升，企业主和管理人员对企业连接互联网概念的接受度提高，以及智能手机、移动互联网设备发展带来的企业即时通讯新机遇成为互联网型企业即时通讯快速发展的主要因素。

企业即时通讯，英文名称为EIM，全称为Enterprise Instant Messaging。企业即时通讯是一个企业级终端服务，一般其帐号为企业拥有，由企业注册完成后统一分配给员工。产品功能上以即时通讯为基础，贯穿搭载多种办公应用，企业成员以及企业间使用网络即时传递文字信息、档案、语音与视频交流，同时企业可通过企业即时通讯产品完成通知的下达与分发。目前，企业即时通讯已呈现出向集成通讯、办公管理等综合平台化产品服务方向转变的趋势。

中国报告网发布的《中国即时通讯市场态势调研与发展规划研究报告（2013-2017）》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、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研究分析。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 即时通讯(IM)相关概述

#### 第一节 即时通讯的概念及功能

#### 第二节 即时通讯软件分类

#### 第三节 即时通讯的产业链及运营模式

#### 第四节 即时通讯发展的宏观环境

### 第二章 2012年中国即时通讯产业运行环境分析

#### 第一节 国内宏观经济环境分析

##### 一、GDP历史变动轨迹分析

##### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

##### 三、2013年中国宏观经济发展预测分析

#### 第二节 2012年中国即时通讯产业社会环境分析

##### 一、2012年中国即时通讯产业人口环境分析

- 二、2012年中国即时通讯产业教育环境分析
- 三、2012年中国即时通讯产业文化环境分析
- 四、2012年中国即时通讯产业生态环境分析
- 第三章 2012年中国即时通讯行业分析
  - 第一节 2012年全球即时通讯行业的发展综述
  - 第二节 2012年中国即时通讯行业发展概况
  - 第三节 2012年中国即时通讯市场发展状况
  - 第四节 2012年中国运营商即时通讯业务的发展
    - 一、运营商开展即时通讯业务的目的及现况
    - 二、中国电信运营商大举发力IM市场
    - 三、IM市场互联网企业与运营商的博弈
  - 第五节 2012年中国即时通讯软件的应用分析
    - 一、IM软件对于企业与个人的营销应用浅析
    - 二、IM软件在教学领域的用途探究
    - 三、IM软件在电子政务的应用方案研究
- 第四章 2012年中国即时通讯行业投资现状分析
  - 第一节 2012年我国即时通讯行业总体发展情况分析
  - 第二节 2012年中国即时通讯行业供给分析及预测
  - 第三节 2012年中国即时通讯行业需求分析及预测
  - 第四节 2012年中国即时通讯行业供需平衡及价格分析
    - 一、2012年中国即时通讯行业供需平衡分析及预测
    - 二、2012年中国即时通讯行业价格变化分析及预测
    - 三、2012年即时通讯行业发展预期及建议
- 第五章 2012年中国企业即时通讯市场分析
  - 第一节 企业即时通讯的相关概述
    - 一、企业即时通信系统的概念
    - 二、企业即时通信系统的特点浅析
    - 三、企业IM软件的需求及选择要点透析
  - 第二节 2012年中国企业即时通讯市场的发展概况
    - 一、中国企业即时通讯市场的发展现况
    - 二、中国企业即时通讯市场凸显三大趋向
    - 三、中国企业即时通讯市场规模与格局透析
  - 第三节 2012年中国企业级即时通讯系统的技术体系解析
    - 一、企业级即时通讯系统的总体结构
    - 二、企业级即时通讯系统的网络结构

### 三、企业级即时通讯系统数据库及支撑平台

#### 第四节 企业即时通讯市场的问题、对策及趋势

##### 一、企业即时通讯市场推广面临的阻碍

##### 二、企业即时通讯软件安全问题突出

##### 三、促进企业即时通讯市场快速发展的建议

### 第六章 2012年中国移动即时通讯(MIM)市场分析

#### 第一节 2012年中国移动即时通讯的概念及国外发展情况

##### 一、移动即时通讯的定义及功能

##### 二、国外移动即时通讯业务发展形势

##### 三、国外移动即时通讯运营商的经营模式分析

#### 第二节 中国移动即时通讯市场发展概况

##### 一、中国移动即时通讯市场发展的两大阶段

##### 二、中国移动即时通讯发展的市场基础与需求

##### 三、2011年我国移动即时通讯市场实现强劲增长

#### 第三节 2012年中国移动即时通讯市场的发展

##### 一、2012年第二季度我国移动IM市场格局浅析

##### 二、2012年第三季度我国移动IM市场发展状况

##### 三、2012年第四季度我国移动IM市场发展概况

#### 第四节 2012年深入分析中国移动IM业务的价值链与商业模式

##### 一、移动IM业务的价值链构成

##### 二、移动IM业务的运营模式探析

##### 三、中国移动运营商开展移动IM业务的SWOT分析

##### 四、我国移动运营商开展移动IM业务的主要模式

### 第七章 2012年中国跨网即时通讯市场分析

#### 第一节 跨网即时通讯的基本概述

##### 一、跨网即时通讯的概念

##### 二、跨网即时通讯市场发展的基础

##### 三、我国跨网即时通讯发展的三个阶段

#### 第二节 2012年中国跨网即时通讯应用进程及服务提供商分析

##### 一、早期移动QQ短信服务的问世

##### 二、移动即时通讯服务提供商开始壮大

##### 三、跨网语音服务逐渐兴起

#### 第三节 2012年中国跨网即时通讯产业的盈利模式分析

### 第八章 2012年中国即时通讯用户分析

#### 第一节 2012年中国即时通讯用户特征透析

## 第二节 2012年移动即时通讯用户分析

### 第三节 2012年主要即时通讯软件用户对比分析

### 第四节 2012年中国即时通讯用户的安全行为分析

#### 一、用户使用IM时的安全习惯与意识

#### 二、用户使用的IM工具的安全现状

#### 三、用户对IM工具的安全满意度

## 第九章 2012年中国即时通讯行业的主要运营商经营状况

### 第一节 腾讯

#### 一、腾讯简介

#### 二、2008-2012年腾讯偿债能力分析

#### 三、2008-2012年腾讯盈利能力分析

#### 四、2008-2012年腾讯运营能力分析

#### 五、2008-2012年腾讯发展能力分析

#### 六、腾讯QQ的版本演进

#### 七、腾讯QQ相中ICQ拟大举进军海外市场

#### 八、腾讯QQ同时在线用户破亿创造中文互联网奇迹

### 第二节 微软

#### 一、微软简介

#### 二、2008-2012年微软偿债能力分析

#### 三、2008-2012年微软盈利能力分析

#### 四、2008-2012年微软运营能力分析

#### 五、2008-2012年微软发展能力分析

#### 六、MSN messenger的运营背景分析

#### 七、微软MSN中国市场战略发生转变

#### 八、MSN在中国市场的营销策略解读

### 第三节 阿里巴巴

#### 一、阿里巴巴简介

#### 二、2008-2012年阿里巴巴偿债能力分析

#### 三、2008-2012年阿里巴巴盈利能力分析

#### 四、2008-2012年阿里巴巴运营能力分析

#### 五、2008-2012年阿里巴巴发展能力分析

#### 六、阿里旺旺的运营背景浅析

#### 七、阿里旺旺从单向IM工具转为综合服务平台

#### 八、阿里旺旺开始拓展IM网络广告业务

### 第四节 中国移动

- 一、中国移动简介
- 二、2008-2012年中国移动偿债能力分析
- 三、2008-2012年中国移动盈利能力分析
- 四、2008-2012年中国移动运营能力分析
- 五、2008-2012年中国移动发展能力分析
- 六、飞信(Fetion)的运营背景分析
- 七、飞信增加功能进一步挖掘潜在用户
- 八、中国移动飞信业务的市场突围战略透析

#### 第五节 百度

- 一、百度简介
- 二、2008-2012年百度偿债能力分析
- 三、2008-2012年百度盈利能力分析
- 四、2008-2012年百度运营能力分析
- 五、2008-2012年百度发展能力分析
- 六、百度Hi的运营背景分析
- 七、百度Hi的产品定位方略
- 八、百度拟借百度Hi打造全方位互动网络

#### 第六节 其他

- 一、雅虎通
- 二、新浪UC
- 三、TOM-Skype
- 四、网易泡泡
- 五、盛大圈圈

### 第十章 2012年中国即时通讯市场竞争分析

#### 第一节 2012年中国即时通讯市场的竞争模型解析

- 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

#### 第二节 2012年中国主流即时通讯软件的竞争力分析

- 一、客户竞争力分析
- 二、产品竞争力分析
- 三、资源竞争力分析
- 四、综合竞争力评价

#### 第三节 2012年中国移动即时通讯市场的竞争形势分析

一、中国移动“飞信”

二、中国联通“超信”

三、中国电信“天翼live”

四、移动运营商即时通讯业务的竞争力透析

第四节 2012年中国IM运营商的竞争策略探讨

一、明确竞争对手和手段

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

第十一章 2012年中国即时通讯行业的协议与技术分析

第一节 2012年中国IM系统采用的主要协议标准

一、XMPP

二、SIMPLE

三、Jabber

四、CPIM

五、IRCP

第二节 2012年国内外即时通讯行业技术专利部署状况

一、即时通讯技术的应用空间广阔

二、国际即时通讯行业的专利竞争形势

三、国外即时通讯行业专利部署情况

四、中国即时通讯行业专利部署情况

第三节 2012年中国即时通讯的工作原理及发展演进探讨

一、即时通讯的典型工作方式介绍

二、即时通讯工具的通讯方式

三、嵌入式即时通讯工具应运而生

第四节 2012年中国即时通讯软件的文本传输协议与互通研究

一、主要IM软件的文本消息传输协议解析

二、主要IM软件的系统架构剖析

三、主要IM软件的互通研究

第十二章 2013-2017年中国即时通讯行业的发展前景及趋势

第一节 2013-2017年中国即时通讯行业的发展展望

第二节 2013-2017年中国即时通讯行业的发展趋势探讨

第三节 2013-2017年我国即时通讯产业前景预测

报告图表目录

图表：2008-2013年国内生产总值

图表：2008-2013年居民消费价格涨跌幅度

图表：2013年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2008-2013年年末国家外汇储备

图表：2008-2013年财政收入

图表：2008-2013年全社会固定资产投资

图表：2013年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2013年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2013年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表 IM软件分类图

图表 即时通讯市场整体产业链构成

图表 服务模式产业链构成示意图

图表 即时通讯销售模式产业链构成示意图

图表 媒体双边市场模型示意图

图表 即时通讯行业PEST分析

图表 2011-2012年全球即时通讯市场账号规模

图表 中国即时通讯行业发展时间表

图表 中国即时通讯功能发展趋势图

图表 国内具有代表性的IM产品介绍

图表 2011-2012年中国即时通讯市场规模变化情况

图表 2012-2012年中国即时通讯用户规模及增长情况

图表 2012年中国主要即时通讯软件月度覆盖人数情况

图表 2012年中国即时通讯软件有效使用时间份额

图表 2011-2012年中国即时通讯用户规模

图表 2012年11月即时通讯软件日均覆盖人数排名

图表 2012年11月即时通讯软件有效使用时间排名

图表 2012年12月即时通讯软件日均覆盖人数排名

图表 2012年12月即时通讯软件有效使用时间排名

图表 历年中国即时通讯用户规模

图表 2012年12月即时通讯软件月度总覆盖用户数的市场份额

图表 消息流示意图

图表 协议对照表

图表 一般远程监测技术示意图

图表 即时通信结合起来的远程监测技术的典型示意图(一)

图表 即时通信结合起来的远程监测技术的典型示意图(二)

图表 2011-2012年中国企业即时通讯市场用户规模增长情况

- 图表 2012年中国企业即时通讯市场品牌结构
- 图表 企业级即时通讯系统总体结构图
- 图表 企业级即时通讯系统的网络结构图
- 图表 2012年5月全球手机用户每日进行交流的移动工具比例
- 图表 2012年中国手机网民使用各类移动增值业务情况
- 图表 2012年中国移动IM市场规模
- 图表 2012年中国移动IM市场品牌结构
- 图表 2012年中国手机网民使用移动IM产品情况
- 图表 近一个月用户通过手机使用的聊天工具
- 图表 2012年第2季度移动IM市场账户数
- 图表 2012年第2季度移动IM行业活跃用户数市场份额
- 图表 2011-2012年中国移动IM市场规模
- 图表 2012年第4季度移动IM市场账户数
- 图表 2012年第4季度移动IM行业活跃用户数市场份额
- 图表 2012年第1季度移动IM行业活跃用户数市场份额
- 图表 移动IM的价值链
- 图表 国内移动运营商开展IM业务的SWOT分析
- 图表 2011-2012年国内移动IM活跃用户数预测
- 图表 即时通讯发展各阶段的跨网应用
- 图表 中国跨网即时通讯产业价值链
- 图表 移动QQ和移动MSN对比分析
- 图表 PICA和Fetion对比分析
- 图表 群英会互动广告平台示意图
- 图表 Skype和群英会基本功能对比
- 图表 2012年IM用户性别比例
- 图表 2012年IM用户年龄结构
- 图表 2012年IM用户学历结构
- 图表 2012年IM用户收入结构
- 图表 半年内用户使用IM软件数量(在2012年内)
- 图表 2012年IM用户联系人数量
- 图表 2012年IM用户联系人来源
- 图表 2012年IM用户上网地点
- 图表 2012年IM用户使用功能
- 图表 2012年IM用户登陆习惯
- 图表 2012年IM用户密码更换频率

- 图表 2012年IM内容安全状况
- 图表 2012年IM用户更换软件比例
- 图表 2012年IM用户软件更换原因
- 图表 2012年IM用户使用过程关注要素
- 图表 2012年IM用户外挂使用情况
- 图表 2012年IM用户外挂使用原因
- 图表 2012年IM用户付费意愿
- 图表 2012年IM用户付费项目
- 图表 2012年IM用户上网设备情况
- 图表 2012年IM用户每周上网天数
- 图表 2012年IM用户平均单次上网时间
- 图表 2012年IM用户互联网服务使用状况
- 图表 2012年IM用户网络消费状况
- 图表 2012年移动IM用户性别结构
- 图表 2012年移动IM用户年龄结构
- 图表 2012年移动IM用户学历结构
- 图表 2012年移动IM用户收入结构
- 图表 2012年各类IM软件用户年龄结构对比
- 图表 2012年各类IM软件用户学历结构
- 图表 2012年各类即时通讯软件用户收入对比
- 图表 2012年各类IM软件用户消费状况
- 图表 2012年各类IM软件用户每周上网天数
- 图表 2012年各类IM软件用户单次在线时长
- 图表 2012年主要即时通讯软件用户其他互联网服务使用情况
- 图表 2012年即时通讯用户使用的安全防护措施情况
- 图表 2012年用户更新即时通讯登录密码的频率
- 图表 2012年用户在即时通讯聊天中透露过的信息情况
- 图表 2012年用户是否及时更新即时通讯软件版本的情况
- 图表 2012年用户更新即时通讯软件版本对安全状况评价的影响
- 图表 2012年用户最常使用即时通讯工具的安全状况变化情况
- 图表 2012年用户上网地点对即时通讯安全状况评价的影响
- 图表 2012年用户在即时通讯平台上遇到的安全问题
- 图表 2012年用户对经常使用的即时通讯工具的安全满意度
- 图表 2011-2012年腾讯QQ的版本变化
- 图表 QQ2011beta2版简介

图表 老式的QQ秀头像显示

图表 新版DIY头像功能

图表 MSN历年主要简体中文版本比较

图表 阿里旺旺(贸易通版)与贸易通的界面比较

图表 阿里旺旺(淘宝版)与淘宝旺旺的界面比较

图表 个人综合通信的业务模式描述

图表 以飞信为核心的个人综合通信业务总体功能架构

图表 以立体化的渠道联动进行飞信业务推广

图表 以触发式营销的渠道联动进行飞信业务推广

图表 IM工具竞争力分析模式图

图表 2009年第二季度IM活跃账户数

图表 IM软件市场份额指标得分情况

图表 IM用户保持率

图表 IM用户粘性指标得分情况

图表 IM产品安全性调查

图表 IM产品基本功能

图表 IM产品高级功能

图表 团队IM经验指标得分情况

图表 主要IM产品对用户理解指标得分情况

图表 主要IM产品研发投入保障指标得分情况

图表 主要IM产品产业链地位指标得分情况

图表 主要IM产品可扩展用户储备指标得分情况

图表 主要IM企业品牌影响力指标得分情况

图表 主要IM产品的综合竞争力评价指标

图表 雅虎通的协议格式

图表 2012-2012年中国即时通讯用户规模及增长情况预测

图表 2012-2012年中国即时通讯市场注册帐号规模及增长情况预测

图表 IM软件的功能及IM运营商对用户提供的业务

图表 IM运营商的基本商业模式示意图

图表 2013-2017年我国即时通讯行业工业总产值统计及预测

图表 2013-2017年我国即时通讯行业销售收入统计及预测

图表 2013-2017年我国即时通讯行业利润总额预测表

图表 2013-2017年我国即时通讯行业总资产统计及预测

图表 2013-2017年我国即时通讯行业营运效率预测

图表 2013-2017年我国即时通讯行业效益指标预测

图表 2013-2017年我国即时通讯行业资产负债率预测

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxin/164239164239.html>