

2019年中国即时通讯市场分析报告- 市场深度研究与发展商机前瞻

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《2019年中国即时通讯市场分析报告-市场深度研究与发展商机前瞻》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/tongxinshebei/464420464420.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

【报告大纲】

第一章即时通讯（IM）相关概述

1.1即时通讯的概念及功能

1.1.1即时通讯的基本定义

1.1.2即时通讯软体的起源与发展

1.1.3即时通讯的行业应用范畴

1.1.4即时通讯的主要应用功能

1.1.5即时通讯与微博的主要区别

1.2即时通讯软件分类

1.2.1综合类即时通信工具

1.2.2跨平台即时通信工具

1.2.3跨网络即时通信工具

1.2.4垂直即时通信工具

1.3即时通讯的产业链及运营模式

1.3.1即时通讯的整体产业链形态

1.3.2基于服务模式的产业链分析

1.3.3基于销售模式的产业链分析

1.3.4即时通讯行业的商业模式解析

1.4即时通讯产业发展的宏观环境

1.4.1政治环境

1.4.2经济环境

1.4.3社会环境

1.4.4技术环境

第二章2016-2019年即时通讯行业分析

2.12016-2019年全球即时通讯行业的发展综述

2.1.1全球即时通讯市场用户规模分析

2.1.2全球即时通讯行业的四大细分市场分析

2.1.3国际主流即时通讯产品的市场份额透析

2.1.4国际传统即时通讯工具风光不再

2.2中国即时通讯行业发展概况

2.2.1中国即时通讯行业发展历程

- 2.2.2即时通信市场发展的影响因素透析
- 2.2.3我国即时通讯行业全面进入跨网时代
- 2.2.4IM经济价值突出亟需解决安全问题
- 2.2.5中国即时通讯市场趋向专业化发展
- 2.2.6即时通讯产品的主要发展趋势
- 2.32016-2019年中国即时通讯市场发展状况
- 2.3.1市场发展规模
- 2.3.2市场特征现状
- 2.3.3市场运行情况
- 2.42016-2019年运营商即时通讯业务的发展
- 2.4.1运营商开展即时通讯业务的目的及现况
- 2.4.2中国电信运营商大举发力IM市场
- 2.4.3IM市场互联网企业与运营商的博弈
- 2.4.4电信运营商开展即时通讯业务的对策措施
- 2.4.5运营商开拓即时通讯业务的前景探析
- 2.52016-2019年即时通讯软件的应用分析
- 2.5.1IM软件对于企业与个人的营销应用浅析
- 2.5.2IM软件在教学领域的用途探究
- 2.5.3IM软件在电子政务的应用方案研究
- 2.5.4IM软件在远程监测系统中的应用剖析
- 2.6即时通讯行业的问题及对策
- 2.6.1即时通讯的标准与协议亟需统一
- 2.6.2安全问题成为即时通讯发展的关键难题
- 2.6.3即时通讯行业的盈利模式尚待明晰
- 2.6.4国内即时通讯产品存在的问题及对策
- 2.6.5互联网企业进军IM市场面临的阻碍及突围策略

第三章2016-2019年企业即时通讯市场分析

- 3.1企业即时通讯的相关概述
- 3.1.1企业即时通信系统的概念
- 3.1.2企业即时通信系统的特点浅析
- 3.1.3企业IM软件的需求及选择要点透析
- 3.22016-2019年企业即时通讯市场的发展概况
- 3.2.1中国企业即时通讯市场的发展现况
- 3.2.2中国企业即时通讯市场凸显三大趋向

- 3.2.3 中国企业即时通讯市场规模与格局透析
- 3.2.4 中国企业即时通讯市场发展特点浅述
- 3.2.5 中国企业即时通讯市场竞争趋于白热化
- 3.3 企业级即时通讯系统的技术体系解析
 - 3.3.1 企业级即时通讯系统的总体结构
 - 3.3.2 企业级即时通讯系统的网络结构
 - 3.3.3 企业级即时通讯系统数据库及支撑平台
 - 3.3.4 企业级即时通讯系统应用的关键因素
- 3.4 企业即时通讯市场的问题、对策及趋势
 - 3.4.1 企业即时通讯市场推广面临的阻碍
 - 3.4.2 企业即时通讯软件安全问题突出
 - 3.4.3 促进企业即时通讯市场快速发展的建议
 - 3.4.4 中国企业即时通讯市场未来发展趋势探讨
 - 3.4.5 未来企业即时通讯市场发展形势预测

第四章2016-2019年移动即时通讯（MIM）市场分析

- 4.1 移动即时通讯的概念及国外发展情况
 - 4.1.1 移动即时通讯的定义及功能
 - 4.1.2 国外移动即时通讯业务发展形势
 - 4.1.3 国外移动即时通讯运营商的经营模式分析
 - 4.1.4 欧洲手机即时通信用户规模预测
- 4.2 中国移动即时通讯市场发展概况
 - 4.2.1 中国移动即时通讯市场发展的两大阶段
 - 4.2.2 中国移动即时通讯发展的市场基础与需求
 - 4.2.3 我国移动即时通讯市场实现强劲增长
 - 4.2.4 3G时代移动即时通讯业务成电信业新宠
- 4.3 2016-2019年中国移动即时通讯市场的发展
 - 4.3.1 市场发展规模
 - 4.3.2 市场特征现状
 - 4.3.3 市场竞争格局
- 4.4 深入分析中国移动IM业务的价值链与商业模式
 - 4.4.1 移动IM业务的价值链构成
 - 4.4.2 移动IM业务的运营模式探析
 - 4.4.3 中国移动运营商开展移动IM业务的SWOT分析
 - 4.4.4 我国移动运营商开展移动IM业务的主要模式

4.5移动即时通讯市场的问题、对策及趋势

4.5.1国内移动运营商开展移动IM业务面临的阻碍

4.5.2移动即时通讯业务发展的对策措施

4.5.3中国移动即时通讯市场发展趋势分析

第五章2016-2019年跨网即时通讯市场分析

5.1跨网即时通讯的基本概述

5.1.1跨网即时通讯的概念

5.1.2跨网即时通讯市场发展的基础

5.1.3我国跨网即时通讯发展的三个阶段

5.1.4跨网即时通讯的产业链解析

5.22016-2019年跨网即时通讯应用进程及服务提供商分析

5.2.1早期移动QQ短信服务的问世

5.2.2移动即时通讯服务提供商开始壮大

5.2.3跨网语音服务逐渐兴起

5.2.4跨网即时通讯的应用版图进一步扩展

5.3跨网即时通讯产业的盈利模式分析

5.3.1网络广告

5.3.2无线增值

5.3.3通话费用

5.3.4各种跨网增值服务

5.4跨网即时通讯市场面临的挑战及发展前景

5.4.1中国跨网即时通讯市场存在的主要难题

5.4.2中国跨网即时通讯市场的发展潜力及趋势

5.4.3未来跨网即时通讯市场的开发重点

第六章2016-2019年中国即时通讯用户分析

6.1中国即时通讯用户特征透析

6.1.1用户身份特征

6.1.2用户使用行为特征

6.1.3用户使用心理特征

6.1.4用户互联网使用特征

6.2移动即时通讯用户分析

6.2.1用户规模

6.2.2用户性别结构

6.2.3用户年龄结构

6.2.4用户学历结构

6.2.5用户收入结构

6.3主要即时通讯软件用户对比分析

6.3.1用户年龄特征

6.3.2用户学历特征

6.3.3用户收入特征

6.3.4软件消费能力特征

6.3.5用户互联网行为特征

6.4即时通讯用户的安全行为分析

6.4.1用户使用IM时的安全习惯与意识

6.4.2用户使用的IM工具的安全现状

6.4.3用户对IM工具的安全满意度

第七章2016-2019年即时通讯行业的主要运营商分析

7.1腾讯

7.1.1企业简介

7.1.2腾讯经营状况

7.1.3腾讯QQ用户规模

7.1.4腾讯微信用户规模

7.2微软

7.2.1企业简介

7.2.2微软经营状况

7.2.3MSN messenger的运营背景分析

7.2.4微软MSN退出中国市场

7.3阿里巴巴

7.3.1企业简介

7.3.2阿里巴巴经营状况

7.3.3阿里旺旺发展综合服务平台

7.3.4阿里旺旺开始拓展IM网络广告业务

7.4中国移动

7.4.1企业简介

7.4.2中国移动经营状况

7.4.3飞信（Fetion）的运营背景分析

7.4.4飞信增加功能进一步挖掘潜在用户

7.4.5中国移动飞信业务的市场突围战略

7.5百度

7.5.1企业简介

7.5.2百度经营状况

7.5.3百度Hi的运营背景分析

7.5.4百度Hi的产品定位方略

7.5.5百度打造全方位互动网络

7.6其他

7.6.1雅虎通

7.6.2新浪UC

7.6.3TOM-Skype

7.6.4网易泡泡

7.6.5盛大圈圈

第八章2016-2019年即时通讯市场竞争分析

8.1即时通讯市场的竞争模型解析

8.1.1行业内竞争力分析

8.1.2进入威胁

8.1.3买方议价能力

8.1.4替代品的竞争

8.2主流即时通讯软件的竞争力分析

8.2.1客户竞争力分析

8.2.2产品竞争力分析

8.2.3资源竞争力分析

8.2.4综合竞争力评价

8.3移动即时通讯市场的竞争形势分析

8.3.1中国移动“飞信”

8.3.2中国联通“超信”

8.3.3中国电信“天翼live”

8.3.4移动运营商即时通讯业务的竞争力透析

8.4IM运营商的竞争策略探讨

8.4.1明确竞争对象和手段

8.4.2定位用户群需慎重

8.4.3对于功能设计要深思熟虑

8.4.4发展目标要切合实际

第九章2016-2019年即时通讯行业的协议与技术分析

9.1IM系统采用的主要协议标准

9.1.1XMPP

9.1.2SIMPLE

9.1.3Jabber

9.1.4CPIM

9.1.5IRCP

9.22016-2019年国内外即时通讯行业技术专利部署状况

9.2.1即时通讯技术的应用空间广阔

9.2.2国际即时通讯行业的专利竞争形势

9.2.3国外即时通讯行业专利部署情况

9.2.4中国即时通讯行业专利部署情况

9.3即时通讯的工作原理及发展演进探讨

9.3.1即时通讯的典型工作方式介绍

9.3.2即时通讯工具的通讯方式

9.3.3嵌入式即时通讯工具应运而生

9.4即时通讯软件的文本传输协议与互通研究

9.4.1主要IM软件的文本消息传输协议解析

9.4.2主要IM软件的系统架构剖析

9.4.3主要IM软件的互通研究

第十章即时通讯行业的发展前景及趋势分析

10.1即时通讯行业的发展展望

10.1.1中国即时通讯市场发展前景预测

10.1.2商务即时通讯市场蕴藏投资潜力

10.1.3新兴即时通讯工具存在发展潜力

10.1.42020-2026年即时通讯行业发展预测

10.2即时通讯行业的发展趋势探讨

10.2.1即时通讯行业的整体发展趋势预测

10.2.2未来即时通讯工具的发展趋向

10.2.3中国即时通讯市场演进特点分析

10.2.4未来即时通讯行业的服务、技术及盈利形势

图表目录

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

图表中国即时通讯市场规模变化情况

图表中国主要即时通讯软件月度覆盖人数情况

图表2019年中国即时通讯用户规模

图表详见报告正文..... (GY YXY)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国即时通讯市场分析报告-市场深度研究与发展商机前瞻》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。

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。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。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxinshebei/464420464420.html>