

# 中国即时通讯（IM）行业竞争态势与发展前景预测报告（2012-2016）

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国即时通讯（IM）行业竞争态势与发展前景预测报告（2012-2016）》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/136387136387.html>

报告价格：电子版: 7000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

即时通讯(Instant messaging，简称IM)是一个终端服务，允许两人或多人使用网路即时的传递文字讯息、档案、语音与视频交流。即时通讯按使用用途分为企业即时通讯和网站即时通讯，根据装载的对象又可分为手机即时通讯和PC即时通讯，手机即时通讯代表是短信，网站、视频即时通讯如：YY语音、QQ、MSN、百度hi、新浪UC、阿里旺旺、叮当旺业通、商讯BB、网易泡泡、网易CC、盛大ET、移动飞信、企业飞信、FastMsg、COCO等应用形式。

中国报告网发布的《中国即时通讯（IM）行业竞争态势与发展前景预测报告（2012-2016）》共十五章。首先介绍了即时通讯（IM）相关概述、中国即时通讯（IM）市场运行环境等，接着分析了中国即时通讯（IM）市场发展的现状，然后介绍了中国即时通讯（IM）重点区域市场运行形势。随后，报告对中国即时通讯（IM）重点企业经营状况分析，最后分析了中国即时通讯（IM）行业发展趋势与投资预测。您若想对即时通讯（IM）产业有个系统的了解或者想投资即时通讯（IM）行业，本报告是您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 即时通讯相关概述

#### 第一节 即时通讯基础阐述

##### 一、即时通讯软体的起源与发展

##### 二、即时通讯新集成性分析

##### 三、即时通讯功能

##### 四、即时通讯的新发展

##### 五、即时通讯与微博的主要区别

#### 第二节 即时通讯软件分类

##### 一、综合类即时通信工具

##### 二、跨平台即时通信工具

##### 三、跨网络即时通信工具

##### 四、垂直即时通信工具

#### 第三节 即时通讯的产业链及运营模式

##### 一、即时通讯的整体产业链形态

##### 二、基于服务模式的产业链分析

##### 三、基于销售模式的产业链分析

##### 四、即时通讯行业的商业模式分析

#### 第四节 即时通讯软体

#### 第五节 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、泛即时通讯

#### 第六节 即时通讯的安全问题

### 第二章 世界即时通讯行业市场调研分析

#### 第一节 2011-2012年全球即时通讯业运行概况

##### 一、全球即时通讯仍处起步阶段

##### 二、全球即时通讯行业专利部署态势

##### 三、移动运营商联合起来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家运营商瞄上即时通讯

##### 六、全球即时通讯行业的四大细分市场分析

##### 七、国际主流即时通讯产品的市场份额分析

#### 第二节 2011-2012年全球即时通讯用户规模分析

##### 一、微软Live Messenger即时通信全球用户量规模

##### 二、全球企业即时通讯用户数分析

##### 三、全球移动即时通讯收入规模分析

#### 第三节 2011-2012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、全球各类即时通讯工具的使用情况同比分析

##### 四、谷歌将为Gmail加入即时社交网络功能

#### 第四节 2011-2012年世界即时通讯部分国家运行分析

##### 一、美国即时通信市场运行状况

##### 二、日本即时通信产业运行格局

##### 三、欧洲手机即时通信用户数高速增长

#### 第五节 2012-2016年世界即时通讯行业发展趋势分析

### 第三章 中国即时通讯行业市场发展环境分析

#### 第一节 国内即时通讯经济环境分析

##### 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、2012年中国即时通讯经济发展预测分析

#### 第二节 中国即时通讯行业政策环境分析

#### 第四章 中国即时通讯行业市场调研分析

##### 第一节 2011-2012年中国即时通讯行业动态分析

###### 一、火科技:263正式推出企业即时通讯软件

###### 二、多用途聊天软件Pidgin 2.5.6发布

##### 第二节 2011-2012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、即时通讯软件转舵

###### 四、国内EIM产品应用进入成熟期

###### 五、IM经济价值突出亟需解决安全问题

###### 六、中国即时通讯市场趋向专业化发展

###### 七、即时通讯产品的主要发展趋势

##### 第三节 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

###### 四、电信运营商开展即时通讯业务的对策措施

###### 五、运营商开拓即时通讯业务的前景探析

##### 第四节 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

###### 四、IM软件在远程监测系统中的应用分析

##### 第五节 2011-2012年中国即时通讯产业存在的问题

###### 一、即时通讯的标准与协议亟需统一

###### 二、安全问题成为即时通讯发展的关键难题

###### 三、即时通讯行业的盈利模式尚待明晰

###### 四、国内即时通讯产品存在的问题及对策

###### 五、互联网企业进军IM市场面临的阻碍及突围策略

#### 第五章 即时通讯行业的协议与技术分析

##### 第一节 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 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 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 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分析

### 二、主要IM软件的系统架构分析

### 三、主要IM软件的互通研究

## 第六章 中国即时通讯业市场深度分析

### 第一节 2011-2012年即时通讯业市场运营特点分析

### 第二节 2011-2012年中国即时通讯亮点聚焦

#### 一、盛大将首度涉足邮箱业务 重新规划即时通讯产品

#### 二、三五互联在企业级即时通讯领域具有先发优势

#### 三、TATA即时通讯,助力中国企业协同通信

### 第三节 2011-2012年中国即时通讯业市场规模

#### 一、中国即时通信用户增速放缓

#### 二、即时通讯活跃账户分析

#### 三、中国即时通讯市场累计注册账户

#### 四、中国企业邮箱产业规模

### 第四节 中国七大即时通讯软件应有情况同比分析

## 第七章 企业即时通讯市场调查分析

### 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分析

### 第二节 企业即时通讯市场的发展概况

#### 一、中国企业即时通讯市场终端用户规模

## 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分析

## 四、中国企业即时通讯市场发展特点浅述

## 五、中国企业即时通讯市场竞争趋于白热化

## 第三节 企业级即时通讯系统的技术体系分析

### 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

### 四、企业级即时通讯系统应用的关键因素

## 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

### 四、中国企业即时通讯市场未来发展趋势探讨

### 五、未来企业即时通讯市场发展形势预测

## 第八章 移动即时通讯（MIM）市场分析

### 第一节 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

#### 四、2013年欧洲手机即时通信用户规模预测

### 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、我国移动即时通讯市场实现强劲增长

#### 四、3G时代移动即时通讯业务成电信业新宠

### 第三节 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

### 第四节 移动即时通讯市场的问题、对策及趋势

#### 一、国内移动运营商开展移动IM业务面临的阻碍

#### 二、移动即时通讯业务发展的对策措施

#### 三、中国移动即时通讯市场发展趋势分析

## 第九章 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
- 四、跨网即时通讯的产业链分析

### 第二节 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
- 四、跨网即时通讯的应用版图进一步扩展

### 第三节 跨网即时通讯产业的盈利模式分析

- 一、网络广告
- 二、无线增值
- 三、通话费用
- 四、各种跨网增值服务

### 第四节 跨网即时通讯市场面临的挑战及发展前景

- 一、中国跨网即时通讯市场存在的主要难题
- 二、中国跨网即时通讯市场的发展潜力及趋势
- 三、未来跨网即时通讯市场的开发重点

## 第十章 中国即时通讯行业应用状况分析

### 第一节 个人即时通讯

- 一、个人即时通讯相关介绍
- 二、个人即时通讯市场分析
- 三、个人即时通讯网络安全现状及问题

### 第二节 商务即时通讯

- 一、商务即时通讯相关概述
- 二、即时通讯10强分析
- 三、中国商务即时通讯的前景分析

### 第三节 行业即时通讯

- 一、行业即时通讯阐述
- 二、腾讯积极开拓行业即时通讯市场
- 三、物流行业即时通讯软件分析

## 第十一章 中国即时通讯市场调研分析

### 第一节 中国即时通讯用户特征分析

## 一、男女性别比例

## 二、即时通讯用户的职业结构

## 三、即时通讯用户仍然以低收入状况

## 四、用户使用心理

## 五、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、用户最常用的即时通讯软件

### 三、用户使用即时通讯软件的目的

## 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

### 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

## 第十二章 中国即时通讯市场竞争格局分析

### 第一节 2011-2012年中国即时通讯市场竞争格局

#### 一、即时通讯市场竞争将日益激烈

#### 二、中国即时通讯竞争新焦点聚

#### 三、即时通讯市场的竞争模型分析

#### 四、主流即时通讯软件的竞争力分析

### 第二节 2011-2012年中国即时通讯市场竞争动态分析

#### 一、腾讯与MSM商务办公应用之争

#### 二、门户网站即时通讯免费短信大战

#### 三、大电信运营商与IDG强势进军即时通讯市场

### 第三节 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分析

### 第四节 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

### 第五节 2012-2016年中国即时通讯行业竞争趋势分析

## 第十三章 国内外即时通讯重点企业调研分析

### 第一节 腾讯

- 一、企业简介
- 二、腾讯QQ的版本演进
- 三、腾讯QQ相中ICQ拟大举进军海外市场
- 四、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、企业简介
- 二、MSN messenger的运营背景分析
- 三、微软MSN中国市场战略发生转变
- 四、MSN在中国市场的营销策略解读

### 第三节 阿里巴巴

- 一、企业简介
- 二、阿里旺旺的运营背景浅析
- 三、阿里旺旺从单向IM工具转为综合服务平台
- 四、阿里旺旺开始拓展IM网络广告业务

### 第四节 中国移动

- 一、企业简介
- 二、飞信（Fetion）的运营背景分析
- 三、飞信增加功能进一步挖掘潜在用户
- 四、中国移动飞信业务的市场突围战略分析

### 第五节 百度

- 一、企业简介
- 二、百度Hi的运营背景分析
- 三、百度Hi的产品定位方略
- 四、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

## 第十四章 2012-2016年中国即时通讯行业发展趋势与前景分析

### 第一节 2012-2016年中国即时通讯行业发展前景分析

- 一、中国即时通讯市场发展展望

## 二、未来中国即时通讯软件市场前景分析

## 三、即时通讯技术的巨大潜力

### 第二节 2012-2016年中国即时通讯行业发展趋势分析

#### 一、即时通讯的发展趋势

#### 二、即时通讯软件三大趋势探析

#### 三、未来即时通讯工具的发展趋向

#### 四、中国即时通讯市场将向“六化”演进

#### 五、未来即时通讯行业的服务、技术及盈利形势

### 第三节 2012-2016年中国即时通讯行业市场预测分析

#### 一、中国移动即时通信市场规模预测分析

#### 二、即时通讯市场同时在线人数增长预测

#### 三、电子邮件必将被即时通讯取代

### 第四节 2012-2016年中国即时通讯市场盈利预测分析

## 第十五章 2012-2016年中国即时通讯行业投资前景预测

### 第一节 2011-2012年中国即时通讯行业投资概况

#### 一、即时通讯投资环境分析

#### 二、即时通讯相关产业对投资影响分析

### 第二节 2012-2016年中国即时通讯行业投资机会分析

#### 一、商务即时通讯市场蕴藏投资潜力

#### 二、新兴即时通讯工具存在发展潜力

### 第三节 2012-2016年中国即时通讯行业投资风险分析

#### 一、宏观调控政策风险

#### 二、市场竞争风险

#### 三、市场运营机制风险

#### 图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

图表：即时通讯用户男女性别比例

图表：即时通讯用户的职业结构

图表：即时通讯用户仍然以低收入状况

图表：即时通讯用户受教育程度

图表：用户使用即时通讯软件的频率分析

图表：用户最常用的即时通讯软件

图表：用户使用即时通讯软件的目的

图表：影响用户选择即时通讯工具的因素分析

图表：中国即时通讯用户使用安全防护措施情况

图表：中国主要即时通讯软件月度覆盖人数情况分析

图表：中国主要即时通讯软件有效时间份额

图表：2012-2016年中国即时通讯市场盈利预测分析

图表：略.....

《中国即时通讯（IM）行业竞争态势与发展前景预测报告（2012-2016）》系统全面的调研了即时通讯的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxin/136387136387.html>