

2016-2022年中国电子邮箱市场现状调查及十三五 发展定位分析报告

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《2016-2022年中国电子邮箱市场现状调查及十三五发展定位分析报告》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/diaochang/246999246999.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

电子邮箱（E-MAIL BOX）是通过网络电子邮局为网络客户提供的网络交流电子信息空间。电子邮箱具有存储和收发电子信息的功能，是因特网中最重要的信息交流工具。

在网络中，电子邮箱可以自动接收网络任何电子邮箱所发的电子邮件，并能存储规定大小的等多种格式的电子文件。电子邮箱具有单独的网络域名，其电子邮局地址在@后标注。利用电子邮箱业务是一种基于计算机和通信网的信息传递业务，是利用电信号传递和存储信息的方式为用户提供传送电子信函、文件数字传真、图像和数字化语音等各类型的信息。

中国报告网发布的《2016-2022年中国电子邮箱市场现状调查及十三五发展定位分析报告》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 电子邮箱相关概述

第一节 电子邮箱业务功能及特性

第二节 常见电子邮箱及使用状况

第三节 电子邮箱快速发展的因素分析

第二章 2014-2015年全球电子邮箱整体行业重点地区市场分析及预测

第一节 2014-2015年全球电子邮箱运行综述

一、全球网民数量

二、全球收费邮箱市场规模

三、全球电子邮箱用户数量

四、全球活跃电子邮箱数量

五、全球日均发送电子邮件数量

第二节 2014-2015年日本电子邮箱市场分析及预测

一、日本电子邮箱整体行业在全球的地位

二、日本电子邮箱整体行业运行状况分析

三、日本电子邮箱整体行业市场发展趋势预测

第三节 2014-2015年美国电子邮箱市场分析及预测

一、美国电子邮箱整体行业在全球的地位

二、美国电子邮箱整体行业运行状况分析

三、美国电子邮箱整体行业市场发展趋势预测

第四节 2014-2015年欧洲电子邮箱市场分析及预测

一、欧洲电子邮箱整体行业在全球的地位

二、欧洲电子邮箱整体行业运行状况分析

三、欧洲电子邮箱整体行业市场发展趋势预测

第五节 2016-2022年全球电子邮箱市场趋势分析

第三章 2014-2015年中国电子邮箱运行环境分析

第一节 2014-2015年中国电子邮箱市场社会环境分析

一、中国互联网、电脑普及与应用

二、中国人口规模与结构分析

三、中国人口学历状况分析

四、中国电子商务盛行

第二节 2014-2015年中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况gdp(季度更新)

二、消费价格指数cpi、ppi（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业发展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、财政收支状况（年度更新）

八、中国汇率调整（人民币升值）

九、存贷款基准利率调整情况

十、存款准备金率调整情况

十一、社会消费品零售总额

十二、对外贸易&进出口

第三节 2014-2015年中国电子邮箱市场政策环境分析

一、互联网信息监管

二、电子信箱使用管理规定

三、相关产业法律法规

第四节 2014-2015年中国电子邮箱市场技术环境分析

第四章 2014-2015年中国电子邮箱总体运行态势分析

第一节 2014-2015年中国电子邮箱运行总况

- 一、中国电子邮箱发展阶段分析
- 二、中国电子邮箱业务价值链分析
- 三、中国电子邮箱总量变化趋势
- 四、中国电子邮箱市场销售收入

第二节 2014-2015年中国电子邮箱用户规模分析

- 一、中国网民规模分析
- 二、中国电子邮箱用户规模及增长状况分析
- 三、电子邮箱用户平均拥有邮箱数量情况
- 四、中外电子邮箱及其他沟通方式发展对比

第三节 2014-2015年中国电子邮箱问题探讨

- 一、电子邮箱成长性遭遇瓶颈
- 二、新网民热衷互动沟通，电子邮箱遇冷

第五章 2014-2015年中国电子邮箱细分领域深度剖析

第一节 2014-2015年中国免费邮箱市场透析

- 一、中国免费邮箱活跃帐号规模
- 二、中国免费邮箱整体行业发展策略
- 三、中国免费邮箱市场竞争状况
- 四、影响运营商市场表现的关键因素
- 五、免费邮箱发展趋势

第二节 2014-2015年中国收费邮箱市场分析

- 一、中国收费邮箱市场营收规模
- 二、中国收费邮箱市场帐号规模
- 三、中国收费邮箱市场竞争状况
- 四、影响用户对收费邮箱满意度的因素
- 五、收费邮箱运营商竞争策略
- 六、收费邮箱发展趋势

第三节 中国手机邮箱市场发展状况

- 一、中外用户手机邮箱使用情况对比
- 二、中国手机邮箱用户规模
- 三、中国手机邮箱活跃帐号规模
- 四、手机邮箱用户品牌偏好

第四节 中国企业邮箱市场发展状况

- 一、中国企业邮箱市场规模
- 二、中国企业邮箱用户品牌偏好

三、影响用户对电子邮箱满意度的因素

四、主要企业邮箱用户综合满意度

第五节 中国移动电邮发展现状

一、电子邮件业务的发展趋势

二、移动电邮的定义与分类

三、移动电邮的商业模式

四、移动电邮用户规模及预测

五、移动电邮市场规模及预测

第六章 2014-2015年中国电子邮箱用户全面调研

第一节 样本基本属性

一、样本性别情况比例

二、样本年龄情况比例

三、样本地域类型比例

四、样本个人月收入比例

五、样本职业情况

六、样本平均每天上网时间情况

七、样本主要上网地点情况

八、样本主要上网方式

第二节 不使用电子邮箱网民情况

一、网民不使用电子邮箱的原因

二、不使用邮箱网民在未来一年使用电子邮箱的比例

第三节 电子邮箱总体使用特点分析

一、电子邮箱渗透率

二、网民拥有电子邮箱个数比例

三、网民平均每天发送的电子邮件数目

四、网民清理邮箱的频率

五、网民收取电子邮件的方式

六、网民认为目前邮箱不足的方面

七、网民关注的电子邮箱功能

八、网民对部分电子邮箱功能的需求程度

九、网民经常使用的电子邮箱类型

十、网民最常使用的电子邮箱类型

十一、网民使用电子邮箱的主要联系对象

第四节 免费电子邮箱用户分析

一、网民使用过免费电子邮箱

- 二、网民最常使用的免费电子邮箱
- 三、主要免费邮箱总体满意度调查
- 四、主要免费邮箱客户服务满意度调查
- 五、主要免费邮箱容量调查
- 六、主要免费邮箱链接速度调查
- 七、主要免费邮箱防病毒满意度调查
- 八、主要免费邮箱反垃圾邮件满意度调查
- 九、网民使用免费电子邮箱的时间长度
- 十、网民选择免费电子邮箱时的考虑因素
- 十一、免费电子邮箱用户订阅电子杂志状况
- 十二、免费电子邮箱用户收到垃圾邮件状况
- 十三、免费电子邮箱用户收到垃圾邮件后处理方式
- 十四、免费电子邮箱用户点击邮箱中广告的比例
- 十五、免费电子邮箱用户未来一年打算申请收费邮箱的比例
- 十六、促使免费电子邮箱用户选择收费邮箱的原因
- 十七、免费电子邮箱用户准备购买的收费邮箱
- 十八、免费邮箱用户对邮箱长时间不用被收回的态度

第五节 个人收费电子邮箱用户分析

- 一、网民使用过的和最常使用的个人收费电子邮箱
- 二、近两年中国网民最常使用的个人收费电子邮箱
- 三、个人收费邮箱品牌的重要性程度调查
- 四、主要个人收费邮箱客户服务满意度调查
- 五、用户选择收费电子邮箱的原因
- 六、网民对收费电子邮箱的期望
- 七、优秀品牌的收费电子邮箱应该具备的要素
- 八、用户每月为收费电子邮箱支付的费用
- 九、收费邮箱用户对目前使用的收费邮箱价格的态度
- 十、个人收费邮箱用户认为收费邮箱的合理价格
- 十一、网民使用过的和最常使用的个人收费邮箱支付方式
- 十二、网民最常使用的个人收费电子邮箱支付方式
- 十三、个人收费邮箱用户满意的邮箱容量
- 十四、个人收费邮箱用户关注的邮箱功能
- 十五、个人收费邮箱用户曾经更换邮箱比例
- 十六、个人收费邮箱用户更换邮箱的原因
- 十七、个人收费邮箱用户注销邮箱的原因

第六节 企业邮箱用户分析

一、公司使用的企业邮箱品牌

二、公司使用企业邮箱的原因

第七节 手机邮箱用户分析

一、手机邮箱用户使用厂商情况

二、手机邮箱用户了解的手机邮箱功能

三、手机邮箱用户感兴趣的手机邮箱功能

四、手机邮箱用户对手机邮箱的期望

第七章 2014-2015年中国典型服务提供商运营状况分析

第一节 网易

一、公司概况

二、经营状况

三、企业电邮业务竞争力分析

四、发展规划

第二节 搜狐

一、公司概况

二、经营状况

三、企业电邮业务竞争力分析

四、发展规划

第三节 yahoo

一、公司概况

二、经营状况

三、企业电邮业务竞争力分析

四、发展规划

第三节 新浪

一、公司概况

二、经营状况

三、企业电邮业务竞争力分析

四、发展规划

第四节

一、公司概况

二、经营状况

三、企业电邮业务竞争力分析

四、发展规划

第五节 tom

一、公司概况

二、经营状况

三、企业电邮业务竞争力分析

四、发展规划

第六节 尚易

一、公司概况

二、经营状况

三、企业电邮业务竞争力分析

四、发展规划

第七节 中国移动手机邮箱

一、公司概况

二、经营状况

三、企业电邮业务竞争力分析

四、发展规划

第八章 2016-2022年中国电子邮箱前景预测分析

第一节 2016-2022年中国电子邮箱整体行业发展前景分析

第二节 2016-2022年中国电子邮箱整体行业发展趋势分析

一、免费+无限量+移动

二、电子邮箱的灵活和方便

三、邮件处理程序的改变

四、移动办公的成熟

五、桌面办公的普及

第三节 2016-2022年中国电子邮箱整体行业市场预测分析

第四节 2016-2022年中国电子邮箱市场盈利预测分析

第九章 2016-2022年中国电子邮箱整体行业投资机会与风险规避指引

第一节 2016-2022年中国电子邮箱整体行业投资概况

一、电子邮箱整体行业投资特性

二、电子邮箱具有良好的投资价值

第二节 2016-2022年中国电子邮箱整体行业投资机会分析

第三节 2016-2022年中国电子邮箱整体行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、技术风险

三、市场运营机制风险

第四节 权威专家投资建议

图表目录：

图表：2014-2015年二季度中国gdp总量及增长趋势图

图表：2014-2015年06中国月度cpi、 ppi指数走势图

图表：2014-2015年二季度我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2014-2015年二季度我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2014-2015年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2014-2015年我国工业增加值增速统计

图表：2014-2015年二季度我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2014-2015年二季度我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：近期人民币汇率中间价（对美元）

图表：2014-2015年6中国货币供应量月度数据统计

图表：2014-2015年6月中国外汇储备走势图

图表：2014-2015年央行存款利率调整统计表

图表：2014-2015年央行贷款利率调整统计表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2014-2015年二季度中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2014-2015年二季度我国货物进出口总额走势图

图表：2014-2015年二季度中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2014-2015年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：2014-2015年我国总人口数量增长趋势图

图表：2014-2015年人口数量及其构成

图表：2014-2015年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2014-2015年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：2014-2015年中国城镇化率走势图

图表：2014-2015年我国研究与试验发展（r&d）经费支出走势图

图表：2013-2015年全球活跃电子邮箱数量及增长率

图表：2013-2015年中国电子邮箱用户规模

图表：2013-2015年中国三种网络沟通方式的用户渗透率

图表：2014-2015年新晋网民网络应用top

图表：2013-2015年中国免费邮箱活跃账号规模

图表：2014-2015年中国web 端免费邮箱提供商月均活跃账号数规模

图表：2014-2015年中国客户端免费邮箱提供商月均活跃帐号规模

图表：2014-2015年6月中国免费邮箱月度覆盖人数

图表：2014-2015年6月中国免费邮箱月度人均访问次数

图表：2014-2015年6月中国主要免费邮箱市场表现

图表：2014-2015年6月用户对主要免费邮箱的满意度

图表：2014-2015年6月用户对邮箱中加载其他功能的态度

图表：2014-2015年6月中国主要免费邮箱用户需求及满意度

图表：2014-2015年 年免费邮箱各指标的重要性及满意度

图表：2014-2015年6月主要免费邮箱运营商各指标用户满意度

图表：2014-2015年6月用户认为需要在邮箱中加载的功能

图表：2014-2015年6月用户收取电子邮件的主要方式

图表：2013-2015年中国个人收费邮箱市场营收规模

图表：2013-2015年中国个人收费邮箱市场帐号规模

图表：2014-2015年中国个人收费电子邮箱市场运营商营收份额

图表：2014-2015年用户最常使用的收费邮箱

图表：影响用户对收费邮箱满意度的因素

图表：用户对主要收费邮箱的满意度

图表：2014-2015年选择最常使用手机收发电子邮件的用户比例

图表：2013-2015年中国手机邮箱用户规模

图表：2013-2015年中国手机邮箱活跃账号规模

图表：2014-2015年手机邮箱用户职业分布

图表：2014-2015年用户最常使用的手机邮箱

图表：2013-2015年中国企业邮箱市场规模

图表：2014-2015年公司计划在企业邮箱上的投入

图表：2014-2015年1 月-6月用户正在使用的企业邮箱品牌

图表：影响用户对企业邮箱满意度的因素

图表：用户对主要企业邮箱的满意度

图表：三种沟通方式特征对比

图表：中美及全球用户电子邮箱及im 使用情况

图表：2015年各免费邮箱主要付费增值服务

图表：2015年免费邮箱竞争力分析

图表：2015年中国电子邮箱用户与全体用户属性对比

图表：2015年主要免费电子邮箱用户tgi

图表：2015年使用邮件客户端软件的用户特征

图表：2015年低端收费邮箱各运营商对比

图表：2015年高端收费邮箱各运营商对比

图表详见正文

特别说明：中国报告网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，有利于降低企事业单位决策风险。（GY KWW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/diaochang/246999246999.html>