

2009-2010年中国即时通讯行业市场分析及发展预测报告

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《2009-2010年中国即时通讯行业市场分析及发展预测报告》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/hulianwang/5763157631.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

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

第一章 即时通讯相关概述

- 一、即时通讯的界定
- 二、即时通讯的分类
 - (一) 电话即时通讯手机
 - (二) 网站即时通讯
- 三、即时通讯软体
- 四、PC即时通信向手机客服端转移特点
- 五、即时通讯的安全问题

第二章 2008-2009年全球即时通讯行业整体运营状况

- 一、2008-2009年全球即时通讯行业市场运行格局
 - (一) 全球即时通讯市场特征
 - (二) 全球即时通讯市场发展动态
 - (三) 国际即时通讯市场MSN运行走势
 - (四) 全球15家运营商瞄上即时通讯
- 二、2008-2009年全球即时通讯品牌主要国家
 - (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
- 三、2009-2012年全球即时通讯行业发展趋势

第三章 2008-2009年中国即时通讯行业市场发展环境

- 一、2008-2009年中国经济发展环境
 - (一) 2009年第一季度中国宏观经济运行情况
 - (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
 - (三) 中国应对金融危机的措施
- 二、2008-2009年中国即时通讯市场政策环境
 - (一) 互联网信息服务管理办法
 - (二) 相关行业政策
 - (三) 法律法规
- 三、2008-2009年中国即时通讯市场社会环境
 - (一) 电脑及互联网的普及
 - (二) 信息时代来临

第四章 2008-2009年中国即时通讯行业市场运行态势剖析

- 一、2008-2009年中国即时通讯行业发展动态

(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

二、2008-2009年中国即时通讯市场发展现状

(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

三、2008-2009年中国及时通讯技术

(一) 即时通讯技术突飞猛进

(二) 中国及时通讯技术新进展

四、2008-2009年中国即时通讯产业存在的问题

第五章 2008-2009年中国即时通讯业市场规模

一、即时通讯业市场运营特点

二、2008-2009年中国即时通讯业市场规模

(一) 08年即时通讯用户规模超2亿

(二) 即时通讯活跃账户数达5.1亿

(三) 1季度中国即时通讯市场累计注册账户数达16.1亿

三、中国企业邮箱产业规模超6亿

四、企业即时通讯平台GKE与RTX

五、09年一季度中国即时通讯市场总体依然保持稳定

第六章 2008-2009年中国即时通讯行业应用状况

一、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

(三) 个人即时通讯网络安全现状及问题

二、商务即时通讯

(一) 商务即时通讯相关概述

(二) 即时通讯10强

(三) 中国商务即时通讯的前景

三、企业即时通讯

(一) 2008年企业即时通讯发展三大特点

(二) 08年中国企业即时通讯市场终端用户达2236万

(三) 企业即时通讯市场爆发在即

(四) 腾讯发布企业即时通讯新方案

(五) 08年企业即时通讯市场三大发展趋

四、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

第七章 2008-2009年中国即时通讯市场深度调研

一、中国即时通讯用户特征

- (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) 受教育程度

二、中国即时通讯用户使用习惯

- (一) 用户使用即时通讯软件的频率
- (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

三、影响用户选择即时通讯工具的因素

四、中国即时通讯用户使用安全防护措施情况

第八章 2008-2009年中国即时通讯市场竞争格局透析

一、2008-2009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

二、2008-2009年中国即时通讯市场竞争动态

- (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

三、中国即时通讯行业竞争中存的问题

四、2009-2012年中国即时通讯行业竞争趋势

第九章 国内外即时通讯重点企业

一、腾讯

二、微软

三、TOM-Skype

四、新浪

五、网易

六、淘宝

七、阿里巴巴

八、Yahoo

第十章 2009-2012年中国即时通讯行业发展趋势及投资

一、2009-2012年中国即时通讯行业发展前景

- (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
- (三) 即时通讯技术的巨大潜力

二、2009-2012年中国即时通讯行业发展趋势

- (一) 即时通讯的发展趋势
- (二) 即时通讯软件三大趋势探析

三、2009-2012年中国即时通讯行业市场预测

- (一) 2009年中国移动即时通信市场规模将超过50亿元
- (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

四、2009-2012年中国即时通讯行业投资

- (一) 中国即时通讯行业投资环境
- (二) 中国即时通讯行业投资机会
- (三) 中国即时通讯行业投资风险

图表目录（部分）：

图表：2007-2009年国内生产总值实际增长率（当季）

图表：2007-2009年三大产业增加值增长率（累计）

图表：2007-2009年工业增加值增长率（当月）

图表：2007-2009年城镇投资和房地产开发投资增速反弹

图表：2007-2009年社会消费品零售总额增长率

图表：2007-2009年居民消费价格指数与工业品出厂价格指数走势图

图表：2007-2009年进出口总值增长走势图

图表：2007-2009年货币供应量增长走势图

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略.....

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/5763157631.html>