

2013-2018年中国即时通讯(IM) 市场深度分析与投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2018年中国即时通讯(IM) 市场深度分析与投资前景预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/140113.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

目前，国内的互联网普及率已经达到一定水平，增长速度大大放缓，即时通讯用户数增长速度和新增用户数也呈现下降趋势。有线IM市场已接近饱和，无线IM市场也将上演“诸侯争霸”的局面。企业即时通讯领域同样如此。众厂家纷纷涉足即时通讯市场导致产品的同质化现象越来越严重。走专业化路线，盯住单个细分市场，正在成为IM提供商新的选择。MSN在中国的成功就是一例。在腾讯QQ看似强大的市场地位面前，MS瞄准办公室白领人士，以简约的界面、免骚扰等优势很快在高端商务人群中站稳脚跟，攫取了大部分的市场。腾讯随后推出的TM也只能屈居其后。

艾凯集团发布的《2013-2018年中国即时通讯(IM)市场深度分析与投资前景预测报告》共十章，对我国的市场环境、生产经营、产品市场、技术水平、产业链运行、企业竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

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，进出口数据主要来自海关及商务部，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

一、即时通讯的基本定义

二、即时通讯软体的起源与发展

三、即时通讯的行业应用范畴

四、即时通讯的主要应用功能

五、即时通讯与微博的主要区别

第二节 即时通讯软件的分类

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解析

第四节 即时通讯发展的宏观环境

一、政治环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第二章 即时通讯行业分析

第一节 全球即时通讯行业的发展综述

一、全球即时通讯市场用户规模分析

二、全球即时通讯行业的四大细分市场分析

三、国际主流即时通讯产品的市场份额透析

四、国际传统即时通讯工具风光不再

第二节 中国即时通讯行业发展概况

一、中国即时通讯行业发展历程

二、即时通信市场发展的影响因素透析

三、我国即时通讯行业全面进入跨网时代

四、IM经济价值突出亟需解决安全问题

五、中国即时通讯市场趋向专业化发展

六、即时通讯产品的主要发展趋势

第三节 中国即时通讯市场发展状况

一、2012年我国即时通讯市场规模及格局浅析

二、2010年中国即时通讯市场发展综述

三、2011年我国即时通信市场发展简况

四、2012年中国即时通讯市场数据分析

第四节 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

第五节 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剖析

第六节 即时通讯行业的问题及对策

- 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

第三章 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 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
- 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
- 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

第四章 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、2012年我国移动即时通讯市场实现强劲增长

四、2010年中国移动即时通讯市场发展状况透析

五、3G时代移动即时通讯业务成电信业新宠

第三节 2012-2013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

四、2013年第一季度中国移动IM市场格局分析

第四节 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

第五节 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

第五章 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解析

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

第六章 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

一、用户身份特征

二、用户使用行为特征

三、用户使用心理特征

四、用户互联网使用特征

第二节 2012年移动即时通讯用户分析

一、用户规模

二、用户性别结构

三、用户年龄结构

四、用户学历结构

五、用户收入结构

第三节 2012年主要即时通讯软件用户对比分析

一、用户年龄特征

二、用户学历特征

三、用户收入特征

四、软件消费能力特征

五、用户互联网行为特征

第四节 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

第七章 即时通讯行业的主要运营商分析

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透析

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

第八章 即时通讯市场竞争分析

第一节 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 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 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 IM运营商的竞争策略探讨

一、明确竞争对象和手段

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

第九章 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

第十章 2013-2018年即时通讯行业的发展前景及趋势

第一节 2013-2018年即时通讯行业的发展展望

一、中国即时通讯市场发展前景预测

二、商务即时通讯市场蕴藏投资潜力

三、新兴即时通讯工具存在发展潜力

四、2013-2018年即时通讯行业发展预测

第二节 2013-2018年即时通讯行业的发展趋势探讨

一、即时通讯行业的整体发展趋势预测

二、未来即时通讯工具的发展趋向

三、中国即时通讯市场将向“六化”演进

四、未来即时通讯行业的服务、技术及盈利形势

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：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/140113.html>