

2018-2024年中国即时通讯市场评估分析及发展前景调研战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国即时通讯市场评估分析及发展前景调研战略研究报告》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/331153.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

即时通讯（InstantMessaging）是目前Internet上最为流行的通讯方式，各种各样的即时通讯软件也层出不穷；服务提供商也提供了越来越丰富的通讯服务功能。不容置疑，Internet已经成为真正的信息高速公路。从实际工程应用角度出发,以计算机网络原理为指导,结合当前网络中的一些常用技术,编程实现基于C/S架构的网络聊天工具是切实可行的。 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：

第一章即时通讯相关概述12

第一节即时通讯基础概述12

一、即时通讯新集成性分析12

二、即时通讯功能12

三、即时通讯的新发展12

四、即时通讯的好处14

第二节即时通讯软件15

一、即时通讯软件简介15

二、即使通讯软件产品15

第三节即时通讯的行业应用17

一、个人即时通讯17

二、商务即时通讯17

三、企业即时通讯17

四、行业即时通讯18

五、网页即时通讯18

六、其他即时通讯18

第四节即时通讯的安全问题18

一、即时通讯网络安全形势18

二、即时通讯的安全准则19

第二章2017年世界即时通讯行业整体运营状况分析20

第一节2017年全球即时通讯业运行概况20

- 一、全球即时通讯市场发展概述20
- 二、全球即时通讯行业专利部署情况21
- 三、移动运营商欲统一全球即时通讯服务27
- 四、全球“即时通讯”行业的专利大战28
- 五、全球15家运营商鏖战即时通讯市场29
- 第二节2017年全球即时通讯市场分析30
 - 一、2017年全球即时通讯市场现状分析30
 - 二、2017年livemessenger用户规模及现状30
 - 三、2017年skype全球用户规模及现状分析31
 - 四、2017年全球企业即时通讯市场规模分析32
 - 五、2017年全球移动即时通讯收入规模分析32
 - 六、全球各类即时通讯工具的使用情况33
- 第三节2017年全球即时通讯动态分析34
 - 一、雅虎、微软打造全球即时通讯社区34
 - 二、ibm构建***的企业即时通讯社区35
 - 三、谷歌将为gmail加入即时社交网络功能35
 - 四、腾讯与英特尔推出***mid即时通讯软件35
- 第四节2017年世界即时通讯部分国家运行分析36
 - 一、美国即时通讯市场运行状况36
 - 二、日本即时通讯产业运行格局37
 - 三、韩国即时通讯市场运行状况38
 - 四、欧洲手机即时通信用户高速增长39
- 第五节2018-2024年世界即时通讯发展前景与趋势预测40

第三章2017年中国即时通讯行业市场发展环境解析42

- 第一节2017年中国宏观经济环境分析42
 - 一、2017年中国gdp增长情况分析42
 - 二、2017年中国居民消费价格走势42
 - 三、2017年城乡居民收入与消费分析43
 - 四、2017年中国社会消费品零售总额45
 - 五、2017年全社会固定资产投资分析45
 - 六、2017年进出口总额及增长率分析46
- 第二节2017年中国即时通讯市场政策环境分析46
 - 一、国家加快推进三网融合计划46
 - 二、中小企业发展政策及信息化情况47

- 三、《互联网信息服务管理办法》50
- 四、《互联网信息服务市场秩序监督管理暂行办法》50
- 五、即时通讯相关产业法律法规51
- 第三节2017年中国即时通讯市场互联网环境分析52
 - 一、2017年中国网民总体规模情况52
 - 二、2017年中国宽带网民规模情况53
 - 三、2017年中国整体互联网应用情况分析54
 - 四、2017年移动即时通讯互联网应用状况55
- 第四节2017年中国即时通讯相关产业发展环境分析57
 - 一、2017年中国企业邮箱市场竞争格局57
 - 二、2017年中国企业邮箱产业规模分析58
 - 三、2017年中国企业邮箱市场收入规模59

第四章2017年中国即时通讯行业市场运行态势剖析61

- 第一节中国即时通讯行业发展概述61
 - 一、中国即时通讯行业发展历程61
 - 二、第一代即时通讯软件不断完善62
 - 三、第二代即时通讯软件异军突起62
- 第二节2017年中国即时通讯业现状综述63
 - 一、中国即时通讯迈入新纪元63
 - 二、中国网络即时通讯全球第一65
 - 三、中国即时通讯的专业化发展65
 - 四、国内eim产品应用进入成熟期67
- 第三节中国即时通讯软件的运营模式分析68
 - 一、im+门户+应用功能68
 - 二、im+社区68
 - 三、跨平台模式69
- 第四节2017年中国即时通讯技术发展研究69
 - 一、即时通讯原理和工作方式69
 - 二、即时通讯的方式简介70
 - 三、嵌入式即时通讯工具的兴起71
- 第五节2017年中国即时通讯产业存在的问题72

第五章2017年中国即时通讯市场深度剖析74

- 第一节2017年中国即时通讯市场运营特点分析74

第二节2017年中国即时通讯市场发展态势分析75

- 一、盛大将涉足邮箱业务规划即时通讯产品75
- 二、三五互联企业级即时通讯业务情况75
- 三、2017年金山词霸涉足即时通讯市场76
- 四、2017年新浪联手msn发力即时通讯76

第三节2017年中国即时通讯业市场规模77

- 一、2017年中国即时通讯用户增长情况分析77
- 二、2017年中国即时通讯活跃账户数量分析78
- 三、2017年中国即时通讯市场累计注册账户79
- 四、2017年中国手机即时通讯用户规模分析80

第四节中国七大即时通讯软件应用情况分析80

第六章2017年中国即时通讯行业应用状况分析83

第一节个人即时通讯83

- 一、个人即时通讯市场分析83
- 二、个人即时通讯工具在企业中的问题分析83
- 三、2017年个人即时通讯网络安全现状分析85

第二节商务即时通讯86

- 一、阿里旺旺商务即时通讯案例分析86
- 二、商务即时通讯的发展方向分析87

第三节企业级即时通讯88

- 一、企业级即时通信系统概述88
- 二、企业级即时通信系统的特点89
- 三、企业级即时通信系统的技术体系89
- 四、企业级即时通信系统应用的关键因素90
- 五、2017年中国企业即时通讯市场规模分析92
- 六、中国企业即时通讯市场竞争格局分析92
- 七、企业即时通讯服务模式的变革分析94
- 八、中国企业即时通讯市场发展趋势95

第四节跨网即时通讯96

- 一、中国跨网即时通讯发展历程分析96
- 二、中国跨网语音即时通讯市场概述97
- 三、跨网即时通讯应用的深化分析98
- 四、中国跨网即时通讯产业链分析98
- 五、中国跨网即时通讯盈利模式分析99

六、中国跨网即时通讯市场存在的问题100

七、中国跨网即时通讯市场的发展趋势101

第五节移动即时通讯102

一、手机即时通讯用户使用行为研究102

二、用户常使用的手机即时通讯软件分布103

三、用户使用过的移动即时通讯软件情况104

四、2017年中国移动即时通讯用户规模分析105

五、2017年中国移动即时通讯市场竞争格局107

第七章2017年中国即时通讯市场深度调研109

第一节中国即时通讯用户特征分析109

一、用户男女性别比例109

二、用户职业结构110

三、用户收入状况111

四、用户受教育程度112

第二节中国即时通讯用户使用习惯分析113

一、用户使用即时通讯软件的频率分析113

二、即时通讯用户的主要交流对象分析113

三、用户经常使用的即时通讯软件功能114

四、即时通讯用户付费意愿及额度调研115

第三节影响用户选择即时通讯工具的因素分析116

第四节中国即时通讯用户使用安全防护措施情况117

第八章2017年中国即时通讯市场竞争格局透析118

第一节2017年中国即时通讯市场竞争概述118

一、中国即时通讯市场竞争格局分析118

二、中国即时通信市场竞争日益激烈118

三、中国移动即时通讯市场竞争加剧119

四、“3q”之争催生即时通讯新格局120

第二节2017年即时通讯市场竞争模型解析122

一、行业内竞争力分析122

二、进入威胁123

三、买方议价能力123

四、替代品的竞争123

第三节2017年主流即时通讯软件的竞争力比较124

购买此报告请拨打：010-56036118

- 一、战略定位对比124
- 二、盈利模式对比125
- 三、产品功能对比128
- 四、品牌策略对比129
- 第四节2017年移动即时通讯市场竞争形势分析129
 - 一、中国移动“飞信”129
 - 二、中国联通“即时通”130
 - 三、中国电信“天翼live”131
 - 四、移动运营商im竞争力透析131
- 第五节2017年im运营商的竞争策略探讨133
 - 一、明确竞争对手和手段133
 - 二、定位用户群需慎重133
 - 三、对于功能设计要深思熟虑134
 - 四、发展目标要切合实际134
 - 五、营销策略的选择135

第九章2017年国内外即时通讯重点运营企业分析136

- 第一节国外主要即时通讯工具概述136
- 第二节美国在线icq137
 - 一、aol基本情况137
 - 二、2017年aol经营状况分析138
 - 三、2017年icq用户总数统计138
 - 四、2017年拟aol出售即时通讯业务139
- 第三节腾讯139
 - 一、企业基本情况139
 - 二、2017年公司经营情况分析140
 - 三、2017年企业即时通讯业务分析141
 - 四、2017年公司主要运营指标状况142
 - 五、腾讯公司swot分析143
- 第四节微软msn144
 - 一、企业基本情况144
 - 二、2017年微软msn用户分析145
 - 三、2017年微软发布新版msn145
 - 四、2017年微软首推即时通讯手机146
- 第五节tom-skype146

一、企业基本情况146

二、tom-skype优点阐述146

三、2017年tom-skype用户规模147

第六节新浪uc148

一、企业基本情况148

二、2017年新浪uc用户规模148

三、2017年企业营收状况149

四、新浪swot分析149

第七节网易泡泡150

一、企业基本情况150

二、2017年网易泡泡用户规模150

三、2017年企业业务经营状况151

四、2017年网易泡泡异军突起152

五、网易泡泡swot分析152

第八节阿里旺旺152

一、阿里旺旺概况152

二、2017年企业经营情况153

三、阿里旺旺产品功能与特色153

四、2017年阿里旺旺将推出新版本154

五、阿里旺旺swot分析155

第九节雅虎通155

一、企业基本情况155

二、2017年雅虎通用户统计156

三、雅虎通的竞争优势分析157

第十节其他企业157

一、talk157

二、263158

三、乐视网159

四、三五互联160

五、xtalk163

第十章2018-2024年中国即时通讯行业发展趋势与前景展望164

第一节2018-2024年中国即时通讯行业发展前景分析164

一、中国即时通讯软件市场前景分析164

二、跨平台即时通讯软件前景广阔165

三、专业性即时通讯需求日趋旺盛166

第二节2018-2024年中国即时通讯行业发展趋势分析166

一、移动即时通讯将趋于主流166

二、即时通讯软件向企业用户渗透167

三、即时通讯软件之间实现互通167

第三节2018-2024年中国即时通讯行业市场预测分析168

一、2018-2024年中国即时通讯用户规模预测分析168

二、2018-2024年移动即时通信用户规模预测分析168

第四节2018-2024年中国即时通讯市场盈利预测分析169

第十一章2018-2024年中国即时通讯行业投资前景预测170

第一节2018-2024年中国即时通讯行业投资环境分析170

一、“十三五”中国经济总体发展状况分析170

二、即时通讯相关产业对投资影响分析170

第二节2018-2024年中国即时通讯行业投资机会分析174

一、即时通讯行业投资潜力分析174

二、即时通讯行业主要盈利模式175

三、即时通讯软件投资吸引力分析175

第三节2018-2024年中国即时通讯行业投资风险分析176

一、宏观经济风险176

二、市场竞争风险176

三、市场运营风险176

第四节2018-2024年中国即时通讯行业投资策略及建议177

部分图表目录：

图表1雅虎公司拥有的即时通讯领域专利22

图表2微软公司拥有的即时通讯领域专利22

图表3全球即时通讯相关的专利诉讼29

图表42017年全球即时通用户规模及消息数量统计30

图表52017年全球即时信息中企业和个人信息比例30

图表62017年微软livesmessenger即时通信全球发展现状31

图表72017年全球skype用户规模及现状31

图表82017年全球skype商务用户比例31

图表92016年和2017年全球企业即时通讯市场规模对比32

图表102014-2017年全球移动即时通讯收入规模33

图表11全球主要即时通讯工具上市时间列表	33
图表122017年全球主要即时通讯工具用户规模	34
图表13美国网购用户中使用和未使用在线聊天工具的购物频次比较	37
图表14美国青少年喜欢的与培养交谈/相处的方式	37
图表15日本各类即时通讯工具使用情况	38
图表162016年和2017年欧洲手机即时通信用户数对比	39
图表172016年和2017年西欧短信息使用量对比	40
图表182014-2017年全球即时通讯用户规模预测趋势图	40
图表192014-2017年中国国内生产总值及增长速度	42
图表202014-2017年中国居民消费价格指数变化趋势图	43
图表212014-2017年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图	44
图表222014-2017年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图	44
图表232014-2017年中国城镇居民消费与恩格尔系数	44
图表242014-2017年中国农村居民家庭恩格尔系数	45
图表252014-2017年中国社会消费品零售总额及增长速度	45
图表262014-2017年中国全社会固定资产投资增长趋势图	46
图表272014-2017年中国进出口总额及增长速度	46
图表28中国企业信息化进程示意图	49
图表292014-2017年中国网民数量及互联网普及率增长情况	52
图表302017年中国宽带网民规模情况	54
图表312014-2017年中国各类网络应用使用率情况统计	55
图表322017年手机网民网络应用结构情况	56
图表332017年中国企业邮箱运营商营收规模市场份额	58
图表342009-2017年中国企业邮箱产业规模趋势图	59
图表352009-2017年中国企业邮箱市场营收规模	60
图表36im的基本技术原理	70
购买此报告请拨打：010-56036118	
图表372006-2017年中国即时通讯用户规模趋势图	78
图表382014-2017年各季度中国即时通讯市场活跃帐户数量	78
图表392014-2017年各季度中国即时通讯市场活跃帐户趋势图	79
图表402014-2017年各季度中国即时通讯市场累计注册账户数量	79
图表412014-2017年各季度中国即时通讯市场累计注册账户趋势图	80
图表422009-2017年中国手机即时通讯用户规模趋势图	80
图表432017年即时通讯用户使用的安全防范措施对比	85
图表442017年用户最常使用即时通讯工具的安全状况变化情况	86
图表45中国企业即时通讯市场品牌结构图	93

图表46即时通讯发展各阶段的跨网应用97

图表47中国跨网即时通讯产业价值链99

图表482017年中国手机即时通讯用户每周使用频率103

图表492017年中国手机即时通讯用户常使用的软件分布104

图表50中国移动即时通讯用户使用过的移动即时通讯软件情况105

图表512014-2017年中国移动即时通讯用户规模增长趋势图105

图表522017年中国手机im市场用户规模106

图表532014-2017年中国移动即时通讯活跃用户规模增长趋势图106

图表542017年中国手机im市场活跃用户规模106

图表552017年移动im行业累计帐户市场份额107

图表562017年移动im行业活跃帐户数市场份额108

图表572017年即时通讯用户与总体网民性别分布对比109

图表582017年主要即时通讯软件用户性别分布情况110

图表592017年中国即时通讯用户职业分布情况110

图表602017年中国即时通讯用户个人月收入分布情况111

图表612017年中国移动即时通讯用户个人月收入分布情况112

图表622017年中国即时通讯用户学历分布情况112

图表632017年中国即时通讯软件日均有效使用时间情况113

图表642017年中国主要即通软件用户使用软件的主要交流对象114

图表652017年中国即时通讯用户经常使用即时通讯软件的功能情况115

图表662017年中国即时通讯用户付费意愿及额度116

图表672017年中国即时通讯用户选择即时通讯软件的影响因素116

图表68即时通讯用户使用的安全防护措施情况117

图表692017年中国主要即时通讯软件运营商市场占有率118

图表70主流即时通讯软件战略定位对比125

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/331153.html>