2019-2025年中国即时通信
市场深度研究与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2019-2025年中国即时通信市场深度研究与投资战略研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：http://www.chinairr.org/report/R03/R0301/201908/12-308341.html

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936
传真: 010-60343813
网址: http://www.chinairr.org
Email: sales@chyxx.com
联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

即时通信(instant message，IM)是指能够即时发送和接收互联网消息等的业务。1998年即时通信的功能日益丰富，逐渐集成了电子邮件、博客、音乐、电视、游戏和搜索等多种功能。

即时通信已经发展成集交流、资讯、娱乐、搜索、电子商务、办公协作和企业客户服务等为一体的综合化信息平台。微软、腾讯、AOL、Yahoo等重要即时通信提供商都提供通过手机接入互联网即时通信的业务，用户可以通过手机与其他已经安装了相应客户端软件的手机或电脑收发消息。

2018上半年中国手机即时通信用户规模为75000万人，与2017年末相比增长5641万人，占手机网民的95.2%。2012-2018年上半年手机即时通信用户规模及占比走势

中国产业研究报告网发布的《2019-2025年中国即时通信市场深度研究与投资战略研究报告》共十一章。首先介绍了中国即时通信行业市场发展环境、即时通信整体运行态势等，接着分析了中国即时通信行业市场运行的现状，然后介绍了即时通信市场竞争格局。随后，报告对即时通信做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国即时通信行业发展趋势与投资预测。您若想对即时通信产业有个系统的了解或者想投资中国即时通信行业，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
第.一节 即时通讯基础概述
一、即时通讯新集成性分析
二、即时通讯功能
三、即时通讯的新发展
四、即时通讯的好处
第二节 即时通讯软件
一、即时通讯软件简介
二、即使通讯软件产品
第三节 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、网页即时通讯
六、其他即时通讯
第四节 即时通讯的安全问题
一、即时通讯网络安全形势
二、即时通讯的安全准则

第二章 2013-2018年世界即时通讯所属行业整体运营状况分析
第.一节 2013-2018年全球即时通讯业运行概况
一、全球即时通讯市场发展概述
二、全球即时通讯行业专利部署情况
三、移动运营商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家运营商鏖战即时通讯市场
第二节 2013-2018年全球即时通讯市场分析
一、全球即时通讯市场现状分析
二、Live Messenger用户规模及现状
三、Skype全球用户规模及现状分析
四、全球企业即时通讯市场规模分析
五、全球移动即时通讯收入规模分析
六、全球各类即时通讯工具的使用情况
第三节 2013-2018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、谷歌将为Gmail加入即时社交网络功能
四、腾讯与英特尔推出全球首款MID即时通讯软件
第四节 2013-2018年世界即时通讯部分国家运行分析
一、美国即时通讯市场运行状况
二、日本即时通讯产业运行格局

三、韩国即时通讯市场运行状况
四、欧洲手机即时通信用户高速增长
第五节 2019-2025年世界即时通讯发展前景与趋势预测

第三章 2013-2018年中国即时通讯所属行业市场发展环境解析
第.一节 2013-2018年中国宏观经济环境分析
一、中国GDP增长情况分析
二、中国居民消费价格走势
三、城乡居民收入与消费分析
四、中国社会消费品零售总额
五、全社会固定资产投资分析
六、进出口总额及增长率分析
第二节 2013-2018年中国即时通讯市场政策环境分析
一、国家加快推进三网融合计划
二、中小企业发展政策及信息化情况
三、《互联网信息服务管理办法》
四、《互联网信息服务市场秩序监督管理暂行办法》
五、即时通讯相关产业法律法规
第三节 2013-2018年中国即时通讯市场互联网环境分析
一、中国网民总体规模情况
二、中国宽带网民规模情况中国整体网民规模及增长走势预测
三、中国整体互联网应用情况分析
四、移动即时通讯互联网应用状况
第四节 2013-2018年中国即时通讯相关产业发展环境分析
一、中国企业邮箱市场竞争格局
二、中国企业邮箱产业规模分析
三、中国企业邮箱市场收入规模

第四章 2013-2018年中国即时通讯所属行业市场运行态势剖析
第.一节 中国即时通讯行业发展概述
一、中国即时通讯行业发展历程
二、第.一代即时通讯软件不断完善

三、第二代即时通讯软件异军突起
第二节 2013-2018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、中国即时通讯的专业化发展
四、国内EIM产品应用进入成熟期
第三节 中国即时通讯软件的运营模式分析
一、IM+门户+应用功能
二、IM+社区
三、跨平台模式
第四节 2013-2018年中国即时通讯技术发展研究
一、即时通讯原理和工作方式
二、即时通讯的方式简介
三、嵌入式即时通讯工具的兴起
第五节 2013-2018年中国即时通讯产业存在的问题

第五章 2013-2018年中国即时通讯所属行业市场深度剖析
第.一节 2013-2018年中国即时通讯市场运营特点分析
第二节 2013-2018年中国即时通讯市场发展态势分析
一、盛大将涉足邮箱业务规划即时通讯产品
二、三五互联企业级即时通讯业务情况
三、金山词霸涉足即时通讯市场
四、新浪联手MSN发力即时通讯
第三节 2013-2018年中国即时通讯业市场规模
一、中国即时通讯用户增长情况分析
二、中国即时通讯活跃账户数量分析
三、中国即时通讯市场累计注册账户
四、中国手机即时通讯用户规模分析
第四节 中国七大即时通讯软件应用情况分析

第六章 2013-2018年中国即时通讯所属行业应用状况分析
第.一节 个人即时通讯

一、个人即时通讯市场分析
二、个人即时通讯工具在企业中的问题分析
三、个人即时通讯网络安全现状分析
第二节 商务即时通讯
一、阿里旺旺商务即时通讯案例分析
二、商务即时通讯的发展方向分析
第三节 企业级即时通讯
一、企业级即时通信系统概述
二、企业级即时通信系统的特点
三、企业级即时通信系统的技术体系
四、企业级即时通信系统应用的关键因素
五、中国企业即时通讯市场规模分析
六、中国企业即时通讯市场竞争格局分析
七、企业即时通讯服务模式的变革分析
八、中国企业即时通讯市场发展趋势
第四节 跨网即时通讯
一、中国跨网即时通讯发展历程分析
二、中国跨网语音即时通讯市场概述
三、跨网即时通讯应用的深化分析
四、中国跨网即时通讯产业链分析
五、中国跨网即时通讯盈利模式分析
六、中国跨网即时通讯市场存在的问题
七、中国跨网即时通讯市场的发展趋势
第五节 移动即时通讯
一、手机即时通讯用户使用行为研究
二、用户常使用的手机即时通讯软件分布
三、用户使用过的移动即时通讯软件情况
四、中国移动即时通讯用户规模分析
五、中国移动即时通讯市场竞争格局

第七章 2013-2018年中国即使通讯所属行业市场深度调研
第.一节 中国即时通讯用户特征分析

一、用户男女性别比例
二、用户职业结构
三、用户收入状况
四、用户受教育程度
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、即时通讯用户的主要交流对象分析
三、用户经常使用的即时通讯软件功能
四、即时通讯用户付费意愿及额度调研
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

第八章 2013-2018年中国即时通讯所属行业市场竞争格局透析
第.一节 2013-2018年中国即时通讯市场竞争概述
一、中国即时通讯市场竞争格局分析
二、中国即时通信市场竞争日益激烈
三、中国移动即时通讯市场竞争加剧
四、“3Q”之争催生即时通讯新格局
第二节 2013-2018年即时通讯市场竞争模型解析
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
第三节 2013-2018年主流即时通讯软件的竞争力比较
一、战略定位对比
二、盈利模式对比
三、产品功能对比
四、品牌策略对比
第四节 2013-2018年移动即时通讯市场竞争形势分析
一、中国移动“飞信”
二、中国联通“即时通”
三、中国电信“天翼live”

四、移动运营商IM竞争力透析
第五节 2013-2018年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
五、营销策略的选择

第九章 2013-2018年国内外即时通讯重点运营企业分析
第.一节 国外主要即时通讯工具概述
第二节 美国在线ICQ
一、AOL基本情况
二、AOL经营状况分析
三、ICQ用户总数统计
四、拟AOL出售即时通讯业务
第三节 腾讯QQ
一、企业基本情况
二、公司经营情况分析
三、企业即时通讯业务分析
四、公司主要运营指标状况
五、腾讯公司SWOT分析
第四节 微软MSN
一、企业基本情况
二、微软MSN用户分析
三、微软发布新版MSN
四、微软首推即时通讯手机
第五节 TOM-Skype
一、企业基本情况
二、TOM-Skype优点阐述
三、TOM-Skype用户规模
第六节 新浪UC
一、企业基本情况

二、新浪UC用户规模
三、企业营收状况
四、新浪SWOT分析
第七节 网易泡泡
一、企业基本情况
二、网易泡泡用户规模
三、企业业务经营状况
四、网易泡泡异军突起
五、网易泡泡SWOT分析
第八节 阿里旺旺
一、阿里旺旺概况
二、企业经营情况
三、阿里旺旺产品功能与特色
四、阿里旺旺将推出新版本
五、阿里旺旺SWOT分析
第九节 雅虎通
一、企业基本情况
二、雅虎通用户统计
三、雅虎通的竞争优势分析
第十节 其他企业
一、Google Talk
二、263
三、乐视网
四、三五互联
五、Xtalk

第十章 2019-2025年中国即时通讯行业发展趋势与前景展望
第.一节 2019-2025年中国即时通讯行业发展前景分析
一、中国即时通讯软件市场前景分析
二、跨平台即时通讯软件前景广阔
三、专业性即时通讯需求日趋旺盛
第二节 2019-2025年中国即时通讯行业发展趋势分析

一、移动即时通讯将趋于主流
二、即时通讯软件向企业用户渗透
三、即时通讯软件之间实现互通
第三节 2019-2025年中国即时通讯行业市场预测分析
一、2019-2025年中国即时通讯用户规模预测分析
二、2019-2025年移动即时通信用户规模预测分析
第四节 2019-2025年中国即时通讯市场盈利预测分析

第十一章 2019-2025年中国即时通讯行业投资前景预测(ZYGXH)
第.一节 2019-2025年中国即时通讯行业投资环境分析
一、中国经济总体发展状况分析
二、即时通讯相关产业对投资影响分析
第二节 2019-2025年中国即时通讯行业投资机会分析
一、即时通讯行业投资潜力分析
二、即时通讯行业主要盈利模式
三、即时通讯软件投资吸引力分析
第三节 2019-2025年中国即时通讯行业投资风险分析
一、宏观经济风险
二、市场竞争风险
三、市场运营风险
第四节 2019-2025年中国即时通讯行业投资策略及建议(ZYGXH)

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R03/R0301/201908/12-308341.html