2021-2027年中国即时通信市场研究与投资分析报告

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

《2021-2027年中国即时通信市场研究与投资分析报告》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/R0301/202108/16-422692.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。

社交媒体是人们彼此之间用来分享意见、见解、经验和观点的工具和平台，现阶段社交媒体主要领域包括在线直播、短视频和移动社交等。社交在每个人的生活中都占据着很重要的位置，随着移动互联网的深入渗透和移动社交行业的发展，社交变得越来越方便，也越来越及时。其中，即时通信工具作为最基础的互联网应用，用户使用率一直处于较高水平。

随着国内移动社交生态的发展，用户规模逐年增加，而庞大的移动社交用户规模也意味着移动社交应用类型的多样化。互联网巨头们以新技术、新玩法、新场景等要素为切入点，抢占移动社交细分赛道。

从2020年中国移动社交用户常用移动社交应用类型来看，73.6%的移动社交用户常用即时通讯类移动社交应用;46.7%的用户常用内容社区类移动社交应用;15.3%的用户常用泛娱乐类移动社交应用;而仅有11.5%的用户常用陌生人社交类移动社交应用。2020年中国移动社交用户常用移动社交应用类型（%）　中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国即时通信市场研究与投资分析报告》共十章。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：

第一部分 产业环境透视

第一章 即时通讯行业发展综述

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

第二章 即时通讯所属行业市场环境及影响分析（PEST）
第一节 即时通讯行业政治法律环境（P）
一、行业主要政策法规
二、政策环境对行业的影响
第二节 行业经济环境分析（E）
一、宏观经济形势分析
二、宏观经济环境对行业的影响分析
第三节 行业社会环境分析（S）
一、即时通讯产业社会环境
二、社会环境对行业的影响
第四节 行业技术环境分析（T）
一、行业主要技术发展趋势
二、技术环境对行业的影响

第二部分 行业深度分析

第三章 我国即时通讯所属行业运行现状分析
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 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
第四节 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
第五节 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
第六节 中国即时通讯用户分析
截至2020年3月，我国即时通信用户规模达8.96亿，较2018年底增长1.04亿，占网民整体

的99.2%；手机即时通信用户规模达8.90亿，较2018年底增长1.10亿，占手机网民的99.2%。2015-2020年中国即时通信用户规模及使用率走势

一、中国即时通讯用户特征透析

1、用户身份特征

2、用户使用行为特征

3、用户使用心理特征

4、用户互联网使用特征

二、移动即时通讯用户分析

1、用户规模

2、用户性别结构

3、用户年龄结构

4、用户学历结构

5、用户收入结构

三、主要即时通讯软件用户对比分析

1、用户年龄特征

2、用户学历特征

3、用户收入特征

4、软件消费能力特征

5、用户互联网行为特征

四、即时通讯用户的安全行为分析

1、用户使用IM时的安全习惯与意识

2、用户使用的IM工具的安全现状

3、用户对IM工具的安全满意度

第三部分 市场全景调研

第四章 我国即时通讯细分市场分析及预测

第一节 企业即时通讯市场分析

一、企业即时通讯的相关概述

1、企业即时通信系统的概念

2、企业即时通信系统的特点浅析

3、企业IM软件的需求及选择要点透析

二、企业即时通讯市场的发展概况

1、中国企业即时通讯市场的发展现况

2、中国企业即时通讯市场凸显三大趋向

3、中国企业即时通讯市场规模与格局透析

4、中国企业即时通讯市场发展特点浅述

5、中国企业即时通讯市场竞争趋于白热化

三、企业级即时通讯系统的技术体系解析

1、企业级即时通讯系统的总体结构

2、企业级即时通讯系统的网络结构

3、企业级即时通讯系统数据库及支撑平台

4、企业级即时通讯系统应用的关键因素

四、企业即时通讯市场的问题、对策及趋势

1、企业即时通讯市场推广面临的阻碍

2、企业即时通讯软件安全问题突出

3、促进企业即时通讯市场快速发展的建议

4、中国企业即时通讯市场未来发展趋势探讨

5、未来企业即时通讯市场发展形势预测

第二节 移动即时通讯（MIM）市场分析

一、移动即时通讯的概念及国外发展情况

1、移动即时通讯的定义及功能

2、国外移动即时通讯业务发展形势

3、国外移动即时通讯运营商的经营模式分析

4、欧洲手机即时通信用户规模预测

二、中国移动即时通讯市场发展概况

1、中国移动即时通讯市场发展的两大阶段

2、中国移动即时通讯发展的市场基础与需求

3、我国移动即时通讯市场实现强劲增长

4、3G时代移动即时通讯业务成电信业新宠

三、中国移动即时通讯市场的发展

四、深入分析中国移动IM业务的价值链与商业模式

1、移动IM业务的价值链构成

2、移动IM业务的运营模式探析

3、中国移动运营商开展移动IM业务的SWOT分析

4、我国移动运营商开展移动IM业务的主要模式
五、移动即时通讯市场的问题、对策及趋势
1、国内移动运营商开展移动IM业务面临的阻碍
2、移动即时通讯业务发展的对策措施
3、中国移动即时通讯市场发展趋势分析
第三节 跨网即时通讯市场分析
一、跨网即时通讯的基本概述
1、跨网即时通讯的概念
2、跨网即时通讯市场发展的基础
3、我国跨网即时通讯发展的三个阶段
4、跨网即时通讯的产业链解析
二、跨网即时通讯应用进程及服务提供商分析
1、早期移动QQ短信服务的问世
2、移动即时通讯服务提供商开始壮大
3、跨网语音服务逐渐兴起
4、跨网即时通讯的应用版图进一步扩展
三、跨网即时通讯产业的盈利模式分析
1、网络广告
2、无线增值
3、通话费用
4、各种跨网增值服务
四、跨网即时通讯市场面临的挑战及发展前景
1、中国跨网即时通讯市场存在的主要难题
2、中国跨网即时通讯市场的发展潜力及趋势
3、未来跨网即时通讯市场的开发重点

第四部分 竞争格局分析
第五章 2021-2027年即时通讯行业竞争形势
第一节 行业总体市场竞争状况分析
一、即时通讯行业竞争结构分析
1、现有企业间竞争
2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、即时通讯行业企业间竞争格局分析

1、不同地域企业竞争格局

2、不同规模企业竞争格局

3、不同所有制企业竞争格局

三、即时通讯行业集中度分析

1、市场集中度分析

2、企业集中度分析

3、区域集中度分析

4、各子行业集中度

5、集中度变化趋势

四、即时通讯行业SWOT分析

1、即时通讯行业优势分析

2、即时通讯行业劣势分析

3、即时通讯行业机会分析

4、即时通讯行业威胁分析

第二节 中国即时通讯行业竞争格局综述

一、即时通讯行业竞争概况

1、中国即时通讯行业品牌竞争格局

2、即时通讯业未来竞争格局和特点

3、即时通讯市场进入及竞争对手分析

二、中国即时通讯行业竞争力分析

1、我国即时通讯行业竞争力剖析

2、我国即时通讯企业市场竞争的优势

3、民企与外企比较分析

4、国内即时通讯企业竞争能力提升途径

三、中国即时通讯产品竞争力优势分析

1、整体产品竞争力评价

2、产品竞争力评价结果分析

3、竞争优势评价及构建建议
四、即时通讯行业主要企业竞争力分析
1、重点企业资产总计对比分析
2、重点企业从业人员对比分析
3、重点企业营业收入对比分析
4、重点企业利润总额对比分析
5、重点企业综合竞争力对比分析
第三节 即时通讯行业竞争格局分析
一、国内外即时通讯竞争分析
二、我国即时通讯市场竞争分析
三、我国即时通讯市场集中度分析
四、国内主要即时通讯企业动向
五、国内即时通讯企业拟在建项目分析
第四节 即时通讯行业并购重组分析
一、行业并购重组现状及其重要影响
二、跨国公司在华投资兼并与重组分析
三、本土企业投资兼并与重组分析
四、企业升级途径及并购重组风险分析
五、行业投资兼并与重组趋势分析

第六章即时通讯行业领先企业经营形势分析
第一节 中国即时通讯企业总体发展状况分析
一、即时通讯企业主要类型
二、即时通讯企业资本运作分析
三、即时通讯企业创新及品牌建设
四、即时通讯企业国际竞争力分析
五、即时通讯行业企业排名分析
第二节 中国领先即时通讯企业经营形势分析
一、深圳市腾讯计算机系统有限公司
1、企业发展概况分析
2、企业产品结构分析
3、企业技术水平分析

4、企业科研实力分析

5、企业竞争优劣势分析

6、企业最新发展动向

二、阿里巴巴集团

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业技术水平分析

4、企业科研实力分析

5、企业竞争优劣势分析

6、企业最新发展动向

三、中国移动通信集团公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业技术水平分析

4、企业科研实力分析

5、企业竞争优劣势分析

6、企业最新发展动向

四、北京百度在线网络技术有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业技术水平分析

4、企业科研实力分析

5、企业竞争优劣势分析

6、企业最新发展动向

五、新浪网络技术股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业技术水平分析

4、企业科研实力分析

5、企业竞争优劣势分析

6、企业最新发展动向

六、广州网易计算机系统有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业技术水平分析

4、企业科研实力分析

5、企业竞争优劣势分析

6、企业最新发展动向

七、上海盛大网络发展有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业技术水平分析

4、企业科研实力分析

5、企业竞争优劣势分析

6、企业最新发展动向

八、思科系统（中国）信息技术服务有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业技术水平分析

4、企业科研实力分析

5、企业竞争优劣势分析

6、企业最新发展动向

九、杭州艾朴软件有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业技术水平分析

4、企业科研实力分析

5、企业竞争优劣势分析

6、企业最新发展动向

十、华为技术有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业产品结构分析

3、企业技术水平分析

4、企业科研实力分析

5、企业竞争优劣势分析

6、企业最新发展动向

第五部分 发展前景展望

第七章 2021-2027年即时通讯行业前景及投资价值

第一节 即时通讯行业五年规划现状及未来预测

一、“十三五”期间即时通讯行业运行情况

二、“十三五”期间即时通讯行业发展成果

三、即时通讯行业“十四五”发展方向预测

第二节 2021-2027年即时通讯市场发展前景

一、2021-2027年即时通讯市场发展潜力

二、2021-2027年即时通讯市场发展前景展望

三、2021-2027年即时通讯细分行业发展前景分析

第三节 2021-2027年即时通讯市场发展趋势预测

一、2021-2027年即时通讯行业发展趋势

二、2021-2027年即时通讯市场规模预测

三、2021-2027年即时通讯行业应用趋势预测

四、2021-2027年细分市场发展趋势预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第五节 即时通讯行业投资特性分析

一、即时通讯行业进入壁垒分析

二、即时通讯行业盈利因素分析

三、即时通讯行业盈利模式分析

第六节 2021-2027年即时通讯行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第七节 2021-2027年即时通讯行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

1、行业活力系数比较及分析

2、行业投资收益率比较及分析

3、行业投资效益评估

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

四、新进入者应注意的障碍因素

第八章 2021-2027年即时通讯行业投资机会与风险防范

第一节 即时通讯行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、即时通讯行业投资现状分析

第二节 2021-2027年即时通讯行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、即时通讯行业投资机遇

第三节 2021-2027年即时通讯行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国即时通讯行业投资建议

一、即时通讯行业未来发展方向

二、即时通讯行业主要投资建议

三、中国即时通讯企业融资分析

第六部分 发展战略研究
第九章 即时通讯行业发展战略研究
第一节 即时通讯行业发展战略研究
一、战略综合规划
二、技术开发战略
三、业务组合战略
四、区域战略规划
五、产业战略规划
六、营销品牌战略
七、竞争战略规划
第二节 对我国即时通讯品牌的战略思考
一、即时通讯品牌的重要性
二、即时通讯实施品牌战略的意义
三、即时通讯企业品牌的现状分析
四、我国即时通讯企业的品牌战略
五、即时通讯品牌战略管理的策略
第三节 即时通讯经营策略分析
一、即时通讯市场细分策略
二、即时通讯市场创新策略
三、品牌定位与品类规划
四、即时通讯新产品差异化战略
第四节 即时通讯行业投资战略研究
一、2021-2027年即时通讯行业投资战略
二、2021-2027年细分行业投资战略

第十章 研究结论及发展建议
第一节 即时通讯行业研究结论及建议
第二节 即时通讯子行业研究结论及建议
第三节即时通讯行业发展建议
一、行业发展策略建议
二、行业投资方向建议
三、行业投资方式建议

图表目录：

图表 即时通讯行业生命周期
图表 即时通讯行业产业链结构
图表 2015-2019年全球即时通讯行业市场规模
图表 2015-2019年中国即时通讯行业市场规模
图表 2015-2019年即时通讯行业重要数据指标比较
图表 2015-2019年中国即时通讯市场占全球份额比较
图表 2015-2019年即时通讯行业销售收入
图表 2015-2019年即时通讯行业利润总额
图表 2015-2019年即时通讯行业资产总计
图表 2015-2019年即时通讯行业负债总计
图表 2015-2019年即时通讯行业竞争力分析
图表 2015-2019年即时通讯市场价格走势
图表 2015-2019年即时通讯行业主营业务收入
图表 2015-2019年即时通讯行业主营业务成本
图表 2015-2019年即时通讯行业销售费用分析
图表 2015-2019年即时通讯行业管理费用分析
图表 2015-2019年即时通讯行业财务费用分析
图表 2015-2019年即时通讯行业销售毛利率分析
图表 2015-2019年即时通讯行业销售利润率分析
图表 2015-2019年即时通讯行业成本费用利润率分析
图表 2015-2019年即时通讯行业总资产利润率分析
图表 2015-2019年即时通讯行业需求分析
图表 2015-2019年即时通讯行业集中度
图表 2021-2027年中国即时通讯行业供给预测
图表 2021-2027年中国即时通讯行业需求预测
更多图表请见正文……

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R03/R0301/202108/16-422692.html