

2020-2026年中国社交网络 产业发展现状与市场全景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国社交网络产业发展现状与市场全景评估报告》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.cction.com/report/202005/165305.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

2016年，全球约23.4亿人经常访问社交网络，年增幅9.2%，占全球总人口的32.0%，占网民的68.3%。在高人群量的社交访问及交流的促进下，全球社交网络规模不断增加。2013-2016年，全球社交网络市场规模保持强劲增长，由2013年的113.6亿美元达到2016年的270.7亿美元，相比2015年增长27.21%。未来随着社交人群的普及，全球社交网络市场总规模将进一步增加，估算2019年，全球社交网络规模将达320亿美元。2013-2019年全球社交网络规模及增速（注：此处社交网络规模计算的是社交网络广告支付规模）美国、欧洲和中国为三大社交网络市场，规模合计约为235亿美元，约占全球市场的87%。美国社交网络市场处于绝对领先地位（规模约为148亿美元），占全球市场的55%；中国社交网络市场规模约为36.8亿美元，还远远落后于美国；但相比英国、巴西和日本，中国社交网络市场已极具规模。2016年代表性国家社交网络规模占比

中企顾问网发布的《2020-2026年中国社交网络产业发展现状与市场全景评估报告》共十三章。首先介绍了中国社交网络行业市场发展环境、社交网络整体运行态势等，接着分析了中国社交网络行业市场运行的现状，然后介绍了社交网络市场竞争格局。随后，报告对社交网络做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国社交网络行业发展趋势与投资预测。您若想对社交网络产业有个系统的了解或者想投资中国社交网络行业，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 社交网络行业相关概述

1.1 社交网络定义与分类

1.1.1 社交网络行业定义

1.1.2 社交网络行业分类

- 1、校园生活型
- 2、休闲娱乐型
- 3、职业商务型
- 4、垂真细分型

5、交友婚恋型

6、服务扩展型

7、地域性SNS社区

1.1.3 社交网络核心特征

1、网络社交具有虚拟特性

2、网络社交具有多元特性

3、网络社交具有创新特性

4、网络社交具有自由特性

5、网络社交具有异化特性

1.1.4 社交网络生态系统

1.2 互联网经济与社交网络

1.2.1 互联网和新传媒

1.2.2 互联网公司商业模式

1.2.3 互联网服务模式的演变

1.2.4 平台是最强大的竞争优势

第二章社交网络行业市场特点概述

2.1 行业市场概况

2.1.1 行业市场特点

2.1.2 行业市场化程度

2.1.3 行业利润水平及变动趋势

2.2 进入本行业的主要障碍

2.2.1 资金准入障碍

2.2.2 市场准入障碍

2.2.3 技术与人才障碍

2.2.4 其他障碍

2.3 行业的周期性、区域性

2.3.1 行业周期分析

1、行业的周期波动性

2、行业产品生命周期

2.3.2 行业的区域性

2.4 行业与上下游行业的关联性

2.4.1 行业产业链概述

2.4.2 上游产业分布

2.4.3 下游产业分布

第三章 2015-2019年中国社交网络行业发展环境分析

3.1 社交网络行业政治法律环境（P）

3.1.1 行业主管部门分析

3.1.2 行业监管体制分析

3.1.3 行业主要法律法规

3.1.4 相关产业政策分析

3.1.5 行业相关发展规划

3.2 社交网络行业经济环境分析（E）

3.2.1 国际宏观经济形势分析

3.2.2 中国宏观经济形势分析

3.3 社交网络行业社会环境分析（S）

3.3.1 网民规模增长情况

3.3.2 网民属性及其特征

3.3.3 网民沟通交流需求

3.3.4 企业应用仍需深化

3.4 社交网络行业技术环境分析（T）

3.4.1 社交网络技术分析

3.4.2 社交网络技术发展水平

3.4.3 行业主要技术发展趋势

第四章 全球社交网络行业发展概述

4.1 2015-2019年全球社交网络行业发展情况概述

4.1.1 全球社交网络行业发展现状

4.1.2 全球社交网络行业发展特征

4.1.3 全球社交网络行业市场规模

4.2 2015-2019年全球主要地区社交网络行业发展状况

4.2.1 欧洲社交网络行业发展情况概述

4.2.2 北美社交网络行业发展情况概述

4.2.3 亚太社交网络行业发展情况概述

4.3 2020-2026年全球社交网络行业发展前景预测

4.3.1 全球社交网络行业市场规模预测

4.3.2 全球社交网络行业发展前景分析

4.3.3 全球社交网络行业发展趋势分析

4.4 全球社交网络行业重点企业发展动态分析

第五章中国社交网络行业发展概述

5.1 中国社交网络行业发展状况分析

5.1.1 中国社交网络行业发展阶段

5.1.2 中国社交网络行业发展总体概况

5.1.3 中国社交网络行业发展特点分析

5.2 2015-2019年社交网络行业发展现状

5.2.1 2015-2019年中国社交网络行业市场规模截至2019年6月，中国网民规模达到7.51亿，占全球网民总数的五分之一。互联网普及率为54.3%，超过全球平均水平4.6个百分点。在移动互联网用户普及的影响下，国内社交网络市场规模不断增加，至2016年中国社交网络行业市场规模约为244亿元，占全球社交网络市场规模的18.54%，仅次于美国。随着移动用户普及率的不断提升，及饱和度的增强，估算2019年我国社交网络市场规模将超过280亿元。2008-2019年中国社交网络行业市场规模变化

5.2.2 2015-2019年中国社交网络行业发展分析

5.2.3 2015-2019年中国社交网络企业发展分析

5.3 2020-2026年中国社交网络行业面临的困境及对策

5.3.1 中国社交网络行业面临的困境及对策

1、中国社交网络行业面临困境

2、中国社交网络行业对策探讨

5.3.2 中国社交网络企业发展困境及策略分析

1、中国社交网络企业面临的困境

2、中国社交网络企业的对策探讨

第六章中国社交网络所属行业市场运行分析

6.1 2015-2019年中国社交网络所属行业总体规模分析

6.1.1 企业数量结构分析

- 6.1.2 人员规模状况分析
- 6.1.3 行业资产规模分析
- 6.1.4 行业市场规模分析
- 6.2 2015-2019年中国社交网络所属行业市场供需分析
 - 6.2.1 中国社交网络行业供给分析
 - 6.2.2 中国社交网络行业需求分析
 - 6.2.3 中国社交网络行业供需平衡
- 6.3 2015-2019年中国社交网络所属行业财务指标总体分析
 - 6.3.1 行业盈利能力分析
 - 6.3.2 行业偿债能力分析
 - 6.3.3 行业营运能力分析
 - 6.3.4 行业发展能力分析

第七章中国社交网络行业细分市场分析

7.1 按社交网络表现形式分类

7.1.1 博客/个人空间

- 1、 博客/个人空间使用情况
- 2、 博客/个人空间发展特点
- 3、 博客/个人空间发展趋势

7.1.2 社交网站

- 1、 社交网站产业链分析
- 2、 我国社交网站发展阶段分析
- 3、 我国社交网站市场规模
- 4、 我国社交网站盈利模式分析

7.1.3 微博

- 1、 微博与博客的比较分析
- 2、 我国微博网站发展历程
- 3、 我国微博使用情况分析
- 4、 我国微博发展特点分析
- 5、 我国微博竞争格局分析
- 6、 我国微博商业应用分析
- 7、 我国微博发展趋势分析

7.2 按社交网站满足不同需求分类

7.2.1 综合类社交网站

- 1、独立社交网站发展分析
- 2、电子商务类社交网站发展分析
- 3、门户类社交网站发展分析

7.2.2 垂直类社交网站

- 1、商务类社交网站发展分析
- 2、游戏类社交网站发展分析
- 3、娱乐类社交网站发展分析
- 4、婚恋类社交网站发展分析

第八章中国社交网络移动化趋势分析

8.1 移动社交是未来的方向

8.2 移动社交网络基本概述

8.2.1 移动社交网络发展背景

8.2.2 移动社交网络主要特点

8.2.3 移动社交网络核心要素

8.3 移动社交网络发展现状

8.3.1 国内移动社交网络发展

8.3.2 移动社交网络用户需求

8.3.3 移动社交网络使用情况

8.4 移动社交网络核心应用

8.4.1 移动微博

8.4.2 移动IM

8.4.3 LBS移动社交

8.4.4 移动社交电子商务

8.5 移动社交网络竞争格局

8.5.1 移动社交网络竞争格局

8.5.2 市场刚开启细分和垂直是趋势

8.5.3 不可小看运营商

8.6 移动社交网络盈利模式

8.6.1 基于用户诉求的精准广告

8.6.2 基于地理位置的互动营销

8.6.3 销售及渠道盈利

8.6.4 会员收费制

8.6.5 构建平台生态圈盈利

8.7 移动社交网络发展前景与趋势

8.7.1 移动社交网络发展前景

8.7.2 移动社交网络发展趋势

第九章中国社交网络行业市场竞争格局分析

9.1 中国社交网络行业竞争五力分析

9.1.1 社交网络行业上游议价能力

9.1.2 社交网络行业下游议价能力

9.1.3 社交网络行业新进入者威胁

9.1.4 社交网络行业替代产品威胁

9.1.5 社交网络行业现有企业竞争

9.2 中国社交网络行业竞争SWOT分析

9.2.1 社交网络行业优势分析（S）

9.2.2 社交网络行业劣势分析（W）

9.2.3 社交网络行业机会分析（O）

9.2.4 社交网络行业威胁分析（T）

9.3 中国社交网络行业投资兼并重组整合分析

9.3.1 投资兼并重组现状

9.3.2 投资兼并重组案例

第十章中国社交网络行业领先企业竞争力分析

10.1 人人公司竞争力分析

10.1.1 发展历程分析

10.1.2 产品服务分析

10.1.3 盈利模式分析

10.1.4 运营情况分析

10.1.5 经营SWOT分析

10.1.6 并购重组分析

- 10.1.7 最新发展动向
- 10.2 腾讯控股有限公司竞争力分析
 - 10.2.1 发展历程分析
 - 10.2.2 产品服务分析
 - 10.2.3 盈利模式分析
 - 10.2.4 发展方向与战略
- 10.3 新浪网技术（中国）有限公司竞争力分析
 - 10.3.1 发展历程分析
 - 10.3.2 产品服务分析
 - 10.3.3 盈利模式分析
 - 10.3.4 经营SWOT分析
 - 10.3.5 并购重组分析
 - 10.3.6 资本运作情况
- 10.4 北京搜狐新时代信息技术有限公司竞争力分析
 - 10.4.1 发展历程分析
 - 10.4.2 产品服务分析
 - 10.4.3 经营SWOT分析
 - 10.4.4 发展方向与战略
- 10.5 广州网易计算机系统有限公司竞争力分析
 - 10.5.1 发展历程分析
 - 10.5.2 产品服务分析
 - 10.5.3 经营SWOT分析
 - 10.5.4 最新发展动向
- 10.6 百合网股份有限公司竞争力分析
 - 10.6.1 发展历程分析
 - 10.6.2 产品服务分析
 - 10.6.3 盈利模式分析
 - 10.6.4 运营情况分析
 - 10.6.5 经营SWOT分析
 - 10.6.6 发展方向与战略
 - 10.6.7 最新发展动向
- 10.7 北京百度网讯科技有限公司竞争力分析

- 10.7.1 发展历程分析
- 10.7.2 产品服务分析
- 10.7.3 经营SWOT分析
- 10.8 北京陌陌科技有限公司竞争力分析
 - 10.8.1 发展历程分析
 - 10.8.2 产品服务分析
 - 10.8.3 运营情况分析
 - 10.8.4 经营SWOT分析
- 10.9 科大讯飞股份有限公司竞争力分析
 - 10.9.1 发展历程分析
 - 10.9.2 产品服务分析
 - 10.9.3 盈利模式分析
 - 10.9.4 运营情况分析
 - 10.9.5 经营SWOT分析
 - 10.9.6 发展方向与战略
 - 10.9.7 最新发展动向
- 10.10 深圳中青宝互动网络股份有限公司
 - 10.10.1 发展历程分析
 - 10.10.2 产品服务分析
 - 10.10.3 盈利模式分析
 - 10.10.4 运营情况分析
 - 10.10.5 经营SWOT分析
 - 10.10.6 发展方向与战略
 - 10.10.7 最新发展动向

第十一章 2020-2026年中国社交网络行业发展趋势与前景分析

- 11.1 中国社交网络发展趋势分析
 - 11.1.1 社交网络发展方向
 - 1、社交网络垂直化
 - 2、社交网络本地化
 - 3、社交网移动化
 - 11.1.2 社交网络发展趋势

11.1.3 社交网络发展机会

- 1、社交网络将全球互联网带入全新的发展阶段
- 2、社交化浪潮中我国互联网的发展机遇
- 3、社交网络时代我国互联网面临的管理挑战

11.2 社交网络行业发展前景预测

11.2.1 社交网络行业前景预测

- 1、社交网络发展机遇
- 2、社交网络面临的威胁
- 3、社交网络市场规模预测

11.2.2 社交网络细分市场预测

- 1、微博发展前景预测
- 2、社交网站发展前景预测
- 3、博客发展前景预测

第十二章 2020-2026年中国社交网络行业投资前景

12.1 社交网络行业投资情况分析

12.1.1 社交网络资本关注度

12.1.2 社交网络行业投资现状

12.1.3 社交网络行业投资类型

- 1、企业并购
- 2、首次公开募股

12.1.4 社交网络行业投资主体

- 1、私募股权投资
- 2、风险投资

12.1.5 社交网络行业投资案例

12.2 社交网络行业投资潜力与建议

12.2.1 社交网络行业投资潜力分析

12.2.2 社交网络行业最新投资动态

12.2.3 社交网络行业投资机会与建议

第十三章 研究结论及建议

13.1 研究结论

13.2建议

13.2.1 行业发展策略建议

13.2.2 行业投资方向建议

13.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：社交网络行业特点

图表：社交网络行业生命周期

图表：社交网络行业产业链分析

图表：2015-2019年社交网络行业市场规模分析

图表：2020-2026年社交网络行业市场规模预测

图表：中国社交网络行业盈利能力分析

图表：中国社交网络行业运营能力分析

图表：中国社交网络行业偿债能力分析

图表：中国社交网络行业发展能力分析

图表：中国社交网络行业经营效益分析

图表：2015-2019年社交网络重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国社交网络行业资产情况分析

图表：2015-2019年中国社交网络竞争力分析

图表：2020-2026年中国社交网络市场前景预测

图表：2020-2026年中国社交网络发展前景预测

图表：区域发展战略规划

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/165305.html>