

2022-2028年中国即时通讯 行业发展态势与发展前景报告

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

《2022-2028年中国即时通讯行业发展态势与发展前景报告》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/202209/318647.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

即时通讯（Instant Messaging）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。

目前，中国市场上的企业级即时通信工具主要包括：信鸽、视高科技的视高可视协同办公平台、263EM、群英CC2010、通软联合的GoCom、腾讯公司的RTX、IBM的Lotus Sametime、点击科技的GKE、中国互联网办公室的imo、中国移动的企业飞信、华夏易联的e-Link、擎旗的UcStar等。相对于个人即时通信工具而言，企业级即时通信工具更加强调安全性、实用性、稳定性和扩展性。

实时通信（Instant Messaging，简称IM）是一个实时通信系统，允许两人或多人使用网络实时的传递文字消息、文件、语音与视频交流。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国即时通讯行业发展态势与发展前景报告》共十一章。首先介绍了即时通讯行业市场发展环境、即时通讯整体运行态势等，接着分析了即时通讯行业市场运行的现状，然后介绍了即时通讯市场竞争格局。随后，报告对即时通讯做了重点企业经营状况分析，最后分析了即时通讯行业发展趋势与投资预测。您若想对即时通讯产业有个系统的了解或者想投资即时通讯行业，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 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 2016-2020年世界即时通讯行业整体运营状况分析

第一节 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2022-2028年世界即时通讯发展前景与趋势预测

第三章 2016-2020年中国即时通讯行业市场发展环境解析

第一节 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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
- 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 2016-2020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 2016-2020年中国即时通讯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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020年中国即时通讯产业存在的问题

第五章 2016-2020年中国即时通讯行业市场深度剖析

第一节 2016-2020年中国即时通讯市场运营特点分析

第二节 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020年中国即时通讯行业应用状况分析

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 2016-2020年中国即时通讯行业市场深度调研

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 2016-2020年中国即时通讯行业市场竞争格局透析

第一节 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 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、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

第三节 腾讯QQ

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

第四节 微软MSN

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

第五节 TOM-Skype

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

第六节 新浪UC

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

第七节 网易泡泡

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

第八节 阿里旺旺

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

第九节 雅虎通

- 一、企业经营情况分析
- 二、企业产品及竞争优势分析
- 三、市场营销网络分析
- 四、公司战略规划分析

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 2022-2028年中国即时通讯行业发展趋势与前景展望

第一节 2022-2028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 2022-2028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 2022-2028年中国即时通讯行业市场预测分析

- 一、2022-2028年中国即时通讯用户规模预测分析
- 二、2022-2028年移动即时通信用户规模预测分析

第四节 2022-2028年中国即时通讯市场盈利预测分析

第十一章 2022-2028年中国即时通讯行业投资前景预测 ()

第一节 2022-2028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 2022-2028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 2022-2028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 2022-2028年中国即时通讯行业投资策略及建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202209/318647.html>