

2021-2027年中国即时通讯 市场评估与投资策略报告

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

《2021-2027年中国即时通讯市场评估与投资策略报告》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/202106/224696.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《2021-2027年中国即时通讯市场评估与投资策略报告》共十一章。首先介绍了中国即时通讯（IM）行业市场发展环境、即时通讯（IM）整体运行态势等，接着分析了中国即时通讯（IM）行业市场运行的现状，然后介绍了即时通讯（IM）市场竞争格局。随后，报告对即时通讯（IM）做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国即时通讯（IM）行业发展趋势与投资预测。您若想对即时通讯（IM）产业有个系统的了解或者想投资中国即时通讯（IM）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2019年世界即时通讯行业整体运营状况分析

第一节2019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2019年全球即时通讯市场分析

一、2019年全球即时通讯市场现状分析

二、2019年live

三、2019年skype全球用户规模及现状分析

四、2019年全球企业即时通讯市场规模分析

五、2019年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2019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

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mid即时通讯软件

第四节2019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2021-2027年世界即时通讯发展前景与趋势预测

第三章2019年中国即时通讯所属行业市场发展环境解析

第一节2019年中国宏观经济环境分析

- 一、2019年中国gdp增长情况分析
- 二、2019年中国居民消费价格走势
- 三、2019年城乡居民收入与消费分析
- 四、2019年中国社会消费品零售总额
- 五、2019年全社会固定资产投资分析
- 六、2019年进出口总额及增长率分析

第二节2019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2019年中国即时通讯市场互联网环境分析

- 一、2019年中国网民总体规模情况
- 二、2019年中国宽带网民规模情况
- 三、2019年中国整体互联网应用情况分析
- 四、2019年移动即时通讯互联网应用状况

第四节2019年中国即时通讯相关产业发展环境分析

- 一、2019年中国企业邮箱市场竞争格局
- 二、2019年中国企业邮箱产业规模分析
- 三、2019年中国企业邮箱市场收入规模

第四章2019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2019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im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2019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2019年中国即时通讯产业存在的问题

第五章2019年中国即时通讯所属行业市场深度剖析

第一节2019年中国即时通讯市场运营特点分析

第二节2019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、2019年金山词霸涉足即时通讯市场

四、2019年新浪联手msn发力即时通讯

第三节2019年中国即时通讯业市场规模

一、2019年中国即时通讯用户增长情况分析

二、2019年中国即时通讯活跃账户数量分析

三、2019年中国即时通讯市场累计注册账户

四、2019年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2019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、2019年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、2019年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、2019年中国移动即时通讯用户规模分析
- 五、2019年中国移动即时通讯市场竞争格局

第七章2019年中国即时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2019年中国即时通讯所属行业市场竞争格局透析

第一节2019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2019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2019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2019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2019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、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

- 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、talk

二、263

三、乐视网

四、三五互联

五、xtalk

第十章2021-2027年中国即时通讯行业发展趋势与前景展望

第一节2021-2027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2021-2027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2021-2027年中国即时通讯行业市场预测分析

一、2021-2027年中国即时通讯用户规模预测分析

二、2021-2027年移动即时通信用户规模预测分析

第四节2021-2027年中国即时通讯市场盈利预测分析

第十一章2021-2027年中国即时通讯行业投资前景预测()

第一节2021-2027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2021-2027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2021-2027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2021-2027年中国即时通讯行业投资策略及建议

图表目录：

图表1雅虎公司拥有的即时通讯领域专利

图表2微软公司拥有的即时通讯领域专利

图表3全球即时通讯相关的专利诉讼

图表42019年全球即时通信用户规模及消息数量统计

图表52019年全球即时信息中企业和个人信息比例

图表62019年微软live messenger即时通信全球发展现状

图表72019年全球skype用户规模及现状

图表82019年全球skype商务用户比例

图表92019年和2019年全球企业即时通讯市场规模对比

图表102015-2019年全球移动即时通讯收入规模

图表11全球主要即时通讯工具上市时间列表

图表122019年全球主要即时通讯工具用户规模

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

图表14美国青少年喜欢的与培养交谈/相处的方式

图表15日本各类即时通讯工具使用情况

图表162019年和2019年欧洲手机即时通信用户数对比

图表172019年和2019年西欧短信息使用量对比

图表182015-2019年全球即时通讯用户规模预测趋势图

图表192015-2019年中国国内生产总值及增长速度

图表202015-2019年中国居民消费价格指数变化趋势图

图表212015-2019年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图

图表222015-2019年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图

图表232015-2019年中国城镇居民消费与恩格尔系数

图表242015-2019年中国农村居民家庭恩格尔系数

图表252015-2019年中国社会消费品零售总额及增长速度

图表262015-2019年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表272015-2019年中国进出口总额及增长速度

图表28中国企业信息化进程示意图

图表292015-2019年中国网民数量及互联网普及率增长情况

图表302019年中国宽带网民规模情况

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202106/224696.html>