

2015-2021年中国移动社区 (SNS)市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2021年中国移动社区（SNS）市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/chuanmei1510/5012852MLH.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-10-20

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2021年中国移动社区（SNS）市场分析与投资前景研究报告》共十章。报告介绍了移动社区（SNS）行业相关概述、中国移动社区（SNS）产业运行环境、分析了中国移动社区（SNS）行业的现状、中国移动社区（SNS）行业竞争格局、对中国移动社区（SNS）行业做了重点企业经营状况分析及中国移动社区（SNS）产业发展前景与投资预测。您若想对移动社区（SNS）产业有个系统的了解或者想投资移动社区（SNS）行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

报告目录：

第一章移动社区（SNS）相关概述

第一节移动社区（SNS）基础概述

一、移动社区（SNS）特性

二、移动社区的本质

三、社区的核心功能

第二节移动社区（SNS）其它阐述

一、SNS的技术

二、SNS的商业空间

三、SNS网站

第二章 2012-2015年国内外互联网产业运行透析

第一节2012-2015年世界互联网产业状况

一、互联网发展体系架构解析

二、互联网使用率全球范围概况

第二节2012-2015年世界各地区互联网产业状况

一、美国的互联网创新发展趋势分析

二、欧洲部分国家互联网的发展状况

三、韩国互联网产业及政策透析

四、日本移动互联网发展状况

第三节2012-2015年中国互联网产业发展概况

一、互联网快速融入渗透中国经济社会

二、中国国互联网产业发展特点

三、中国式创新催生互联网产业新格局

四、中国互联网行业走上盈利道路

第四节中国互联网产业问题对策分析

一、互联网行业的大危机解析

二、制约中国互联网业发展的几大因素

三、中国互联网发展过程中存在的问题及对策

四、无线互联网监管问题解析

第五节中国互联网产业发展前景趋势分析

一、中国互联网发展的趋势展望

二、中国互联网产业发展趋势分析

三、中国互联网行业发展预测

第三章2012-2015年中国移动社区（SNS）运行环境解析

第一节 2012-2015年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、存贷款基准利率调整情况

八、存款准备金率调整情况

九、社会消费品零售总额

十、对外贸易&进出口

十一、城镇人员从业状况

第二节2012-2015年中国汽车维修业政策环境分析

一、互联网等信息网络传播视听节目管理办法

二、互联网视听节目服务管理规定

三、中国互联网视听节目服务自律公约

第三节2012-2015年中国移动社区（SNS）社会环境分析

一、中国人口规模及学历结构分析

二、中国互联网普及与用状况

三、中国网民规模分析

第四节2012-2015年中国移动社区（SNS）社会环境分析

一、移动社区使用的博客软件中X-Space比重最高

二、安装使用CMS软件的社区比例

三、社区中加入第三方插件

四、最新技术的渠道以社区软件提供商官方社区最多

第四章2012-2015年中国移动互联网应用状况分析

第一节2012-2015年中国移动互联网应用规模

一、手机网民规模与结构特征

二、手机上网应用行为

三、2012-2015年3G市场预期与手机上网影响因素分析

1、手机上网预期

2、影响手机上网体验的因素

3、制约使用手机上网的因素

第二节网络应用新形势分析

一、娱乐化应用为用户使用最广泛的应用

1、网络游戏

2、网络音乐

3、网络视频

二、互联网社区与生活服务类网站发展势头强劲

三、电子商务进入高速发展期

1、网络购物

2、旅游预订

3、网上支付

4、网络炒股

第三节移动与互联网的融合

一、中国互联网发展历程

二、互联网的发展趋势：移动与互联网的融合

三、移动互联网用户猛增，移动互联网发展大环境利好

四、移动互联网的演进趋向融合

第五章2012-2015年中国移动社区新亮点分析

第一节技术推动促使网络与用户之间的距离越来越近

第二节手机的特性

- 一、手机的物理特性（视、听、触及硬件特性）
- 二、手机的使用特性（随身性、私密性、身份唯一性等）
- 三、手机的其它特性（用户可识别性、位置信息、安全等）
- 四、案例：移动贝多——基于位置的移动交友

第三节移动社区特征

- 一、多层级沟通为用户提供整合沟通体验
- 二、案例：移动139社区（手机版）——基于手机的多功能社区平台
- 三、虚拟与现实界限模糊
- 四、案例：Cyworld——虚拟与现实融合的“小窝”

第六章2012-2015年中国移动社区发展新格局透析

第一节社区网站发展三阶段

- 一、主题为核心转向关系为核心
- 二、以用户和用户关系为核心，承载更多应用
- 三、开放、整合吸引更多合作者

第二节2012-2015年中国社区网站运行概况

- 一、社区网站发展新进展
- 二、移动社区类型分布及新增移动社区比重
- 三、社区网站运营关键因素分析

第三节2012-2015年中国移动社区运营状况分析

- 一、管理人员人数有所提高
- 二、资金缺乏仍是移动社区发展的最大难点
- 三、移动社区收入整体有所提升

第四节2012-2015年中国社区网站盈利模式和论坛运营外包分析

- 一、社区网站盈利模式探讨
- 二、社区论坛托管赢利模式分析
- 三、论坛运营外包分析

第七章2012-2015年中国移动社区用户需求分析

第一节用户分析

- 一、社区网民年龄分布情况
- 二、社区用户性别
- 三、社区网民的职业分布情况

第二节用户分析

- 一、用户社区访问时间调研
- 二、用户登陆社区目的调研
- 三、用户最常使用的社区功能

第三节移动社区发展趋势

一、娱乐化

- 1、Facebook："娱乐化"，无奈的选择
- 2、GREE：娱乐型社区的典范

二、生活化

- 1、移动生活化的新热点：手机优惠券
- 2、爱帮网：生活化社区，社区生活化

三、电子商务化

- 1、MiXi——社区融合电子商务
- 2、大淘宝战略：淘江湖

第八章2012-2015年中国移动社区（SNS）代表平台分析

第一节人人网（校内网）

第二节开心网

第三节原始村

第九章2012-2015年中国移动社区热点领域透析——无线增值服务

第一节2012-2015年中国无线增值服务行业产业运行总况

- 一、线增值业务处于发展初级阶段
- 二、运营商控制主导SP及产业链发展方向
- 三、无线增值市场稳定增长
- 四、短信业务平稳增长

五、彩铃、彩信及手机游戏等新型业务快速增长

第二节2012-2015年中国无线增值业务盈利模式分析

一、SP与运营商分成模式分析

二、SP与CP分成比例分析

第十章2015-2021年中国移动社区市场前景与投资机会和发展策略

第一节移动社区的发展前景

一、用户规模预测

二、收入预测

三、移动社区投资机会

第二节基于移动特性的移动社区——手机端不仅仅是拓展

第三节移动社区与互联网社区的融合

第四节移动社区的切入点与发展策略

一、娱乐型移动社区

1、目标用户定位

2、运营模式

3、盈利模式

4、合作模式

二、生活型移动社区

1、目标用户定位

2、运营模式

3、盈利模式

4、合作模式

三、商务型移动社区

1、目标用户定位

2、运营模式

3、盈利模式

4、合作模式

图表目录：（部分）

图表：2005-2015年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2015年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2015年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2015年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2014年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010.12-2014.12年我国工业增加值增速统计

图表：2005-2015年我国全社会固定资产投资额走势图（2015年不含农户）

图表：2005-2015年我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：近期人民币汇率中间价（对美元）

图表：2010.12-2014.12中国货币供应量月度数据统计

图表：2005-2015年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2015年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2015年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2006-2015年我国人口及其自然增长率变化情况

图表：各年龄段人口比重变化情况

图表：1990-2014年中国城镇化率走势图

图表：2012-2015年中国网络社区的营收分布

图表：网络社区开通SNS服务比例

图表：目前没有提供SNS服务的网络社区未来计划

图表：中国网络社区当前或计划安装的SNS软件

图表：网民经常使用的社会化网络（SNS）站点的服务/功能

图表：中国网民加入的社交网络（SNS）圈子数量

图表：中国网民拥有的社交网络（SNS）好友数量

图表：2012-2015年中国社区网民平均每天花费在网络社区的时间

图表：中国网民经常登陆的论坛数量

图表：2012-2015年中国网民使用社区论坛的主要目的

图表：网民在论坛BBS上询问信息的产品/服务倾向性

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1510/5012852MLH.html>