

2012-2016年中国微博市场 行情动态与发展趋势研究报告

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

《2012-2016年中国微博市场行情动态与发展趋势研究报告》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.cction.com/report/201112/79707.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

微博，即微博客（MicroBlog）的简称，是一个基于用户关系的信息分享、传播以及获取平台，用户可以通过WEB、WAP以及各种客户端组件个人社区，以140字左右的文字更新信息，并实现即时分享。在2009年8月份中国最大的门户网站新浪网推出“新浪微博”内测版，成为门户网站中第一家提供微博服务的网站，微博正式进入中文上网主流人群视野。

中国产业信息网发布的《2012-2016年中国微博市场行情动态与发展趋势研究报告》共十一章。首先介绍了微博相关概述、中国微博市场运行环境等，接着分析了中国微博市场发展的现状，然后介绍了中国微博重点区域市场运行形势。随后，报告对中国微博重点企业经营状况分析，最后分析了中国微博行业发展趋势与投资预测。您若想对微博产业有个系统的了解或者想投资微博行业，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家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。

第一章 微博概述

第一节 微博定义

第二节 微博主要分类

一、按微博服务商的性质分类

二、按微博用户的性质分类

第三节 微博主要特性分析

一、微博的基本功能分析

二、微博自媒体特性分析

三、微博的传播特性分析

四、微博的传播机制分析

第四节 微博的新生应用

第五节 微博价值分析

一、微博商业价值分析

二、微博社会价值分析

第二章 中国互联网网民全景

第一节 中国网民基本特点

- 1、年龄
- 2、学历
- 3、受教育情况

第二节 中国网民规模及增长

第三节 中国网民结构

- 一、城市
- 二、农村

第三节 中国网民上网方式

- 一、手机
- 二、台式
- 三、笔记本

第三章 社会化媒体属性与用户使用率情况分析

第一节 网络即时通信

- 一、属性
- 二、网络即时通信用户使用率

第二节 网络视频

- 一、属性
- 二、网络即时通信用户使用率

第三节 社交网站

- 一、属性
- 二、网络即时通信用户使用率

第四节 BBS/论坛

- 一、属性
- 二、网络即时通信用户使用率

第五节 网络购物

- 一、属性
- 二、网络即时通信用户使用率

第六节 中国博客使用率

- 一、属性
- 二、网络即时通信用户使用率

第七节 中国网络游戏使用率

- 一、属性

二、网络即时通信用户使用率

第四章 微博产业发展现状分析

第一节 微博产业整体发展分析

第二节 微博产业在国外发展状况分析

一、全球微博迅速发展

二、国外微博客发展不均衡

第三节 微博产业在国内发展状况分析

一、中国微博风起云涌

二、国内微博客发展迅速 细分趋势明显

三、双重压力：盈利难题和政策风险

四、企业数字营销现状与社会化媒体应用现状

五、微博与其它社会媒体的属性与差异

第四节 2011年中国微博作用分析

一、微博改变了媒体与信息传播模式

二、微博具有强烈的自媒体属性

三、微博可以提升传统媒体的影响力

四、微博让公共信息流动加快

第五章 微博产业发展影响因素分析

第一节 微博产业发展的阻碍因素

第二节 微博产业发展的推动因素

第六章 中国微博用户调研分析

第一节 微博的核心受众

一、性别

二、年龄

三、学历

四、阶层

五、收入

第二节 微博用户行为调研

一、微博的使用动机

二、使用微博的目的

三、微博受众的信息发布内容

四、微博受众关注内容

- 五、微博的信息每日发布条数
- 六、微博受众的主要关注群
- 七、追随微博中的一个品牌的原因
- 八、微博用户更关注好些高关注度的品牌微博
- 九、用微博搜索什么
- 十、微博的浏览习惯

第七章 微博产业重点企业分析

第一节 门户网站微博分析

- 一、新浪微博
- 二、腾讯微博

第二节 专业内容网站分析——和讯微博

第三节 独立第三方微博网站分析——饭否网

第八章 微博产业商业模式分析

第一节 微博产业商业模式概述

第二节 微博产业链分析

- 一、微博产业链构成分析
- 二、微博产业链主要价值方的利益及责任分析

第三节 微博产业盈利模式分析

- 一、直接盈利模式
- 二、间接盈利模式

第九章 微博营销影响力分析

第一节 微博营销概述

- 一、微博营销基本原则
- 二、微博营销模式分析
- 三、微博营销影响力分析

第四节 2011年中国微博营销机会与模式研究

- 一、微博的营销角色
- 二、微博在营销中担当的角色与功能
- 三、微博可以发挥的营销价值
- 四、微博带来的营销机会

第十章 全球十大微博客分析

第一节 Twitter

- 一、简介
- 二、用户体验
- 三、API开放性
- 四、终端扩展
- 五、用户规模
- 六、商业潜力

第二节 PLURK

- 一、简介
- 二、用户体验
- 三、API开放性
- 四、终端扩展
- 五、用户规模
- 六、商业潜力

第三节 嘀咕DIGU

- 一、简介
- 二、用户体验
- 三、API开放性
- 四、终端扩展
- 五、用户规模
- 六、商业潜力

第四节 新浪博客

- 一、简介
- 二、用户体验
- 三、API开放性
- 四、终端扩展
- 五、用户规模
- 六、商业潜力

第五节 做啥ZUOSA

- 一、简介
- 二、用户体验
- 三、API开放性
- 四、终端扩展

五、用户规模

六、商业潜力

第六节 i贴吧

一、简介

二、用户体验

三、API开放性

四、终端扩展

五、用户规模

六、商业潜力

第七节 同学网

一、简介

二、用户体验

三、API开放性

四、终端扩展

五、用户规模

六、商业潜力

第八节 9911

一、简介

二、用户体验

三、API开放性

四、终端扩展

五、用户规模

六、商业潜力

第九节 JAIKU

一、简介

二、用户体验

三、API开放性

四、终端扩展

五、用户规模

六、商业潜力

第十节 MEME

一、简介

二、用户体验

三、API开放性

四、终端扩展

五、用户规模

六、商业潜力

第十一章 2012-2016年中国微博产业发展前景及趋势预测分析

第一节 微博产业发展趋势分析

第二节 微博产业商业前景分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201112/79707.html>