

# 2013-2018年中国即时通讯 (IM) 市场现状评估及投资战略咨询研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2013-2018年中国即时通讯(IM) 市场现状评估及投资战略咨询研究报告》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/201308/97487.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

目前，国内的互联网普及率已经达到一定水平，增长速度大大放缓，即时通讯用户数增长速度和新增用户数也呈现下降趋势。有线IM市场已接近饱和，无线IM市场也将上演“诸侯争霸”的局面。企业即时通讯领域同样如此。众厂家纷纷涉足即时通讯市场导致产品的同质化现象越来越严重。走专业化路线，盯住单个细分市场，正在成为IM提供商新的选择。MSN在中国的成功就是一例。在腾讯QQ看似强大的市场地位面前，MS瞄准办公室白领人士，以简约的界面、免骚扰等优势很快在高端商务人群中站稳脚跟，攫取了大部分的市场。腾讯随后推出的TM也只能屈居其后。

中企顾问发布的《2013-2018年中国即时通讯(IM)市场现状评估及投资战略咨询研究报告》共十章，对我国的市场环境、生产经营、产品市场、技术水平、产业链运行、企业竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

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，进出口数据主要来自海关及商务部，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

### 第一章 即时通讯（IM）相关概述

#### 第一节 即时通讯的概念及功能

- 一、即时通讯的基本定义
- 二、即时通讯软体的起源与发展
- 三、即时通讯的行业应用范畴
- 四、即时通讯的主要应用功能
- 五、即时通讯与微博的主要区别

#### 第二节 即时通讯软件分类

- 一、综合类即时通信工具
- 二、跨平台即时通信工具
- 三、跨网络即时通信工具
- 四、垂直即时通信工具

#### 第三节 即时通讯的产业链及运营模式

- 一、即时通讯的整体产业链形态

- 二、基于服务模式的产业链分析
- 三、基于销售模式的产业链分析
- 四、即时通讯行业的商业模式解析
- 第四节 即时通讯发展的宏观环境

- 一、政治环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

## 第二章 即时通讯行业分析

### 第一节 全球即时通讯行业的发展综述

- 一、全球即时通讯市场用户规模分析
- 二、全球即时通讯行业的四大细分市场分析
- 三、国际主流即时通讯产品的市场份额透析
- 四、国际传统即时通讯工具风光不再

### 第二节 中国即时通讯行业发展概况

- 一、中国即时通讯行业发展历程
- 二、即时通信市场发展的影响因素透析
- 三、我国即时通讯行业全面进入跨网时代
- 四、IM经济价值突出亟需解决安全问题
- 五、中国即时通讯市场趋向专业化发展
- 六、即时通讯产品的主要发展趋势

### 第三节 中国即时通讯市场发展状况

- 一、2012年我国即时通讯市场规模及格局浅析
- 二、2010年中国即时通讯市场发展综述
- 三、2011年我国即时通信市场发展简况
- 四、2012年中国即时通讯市场数据分析

### 第四节 运营商即时通讯业务的发展

- 一、运营商开展即时通讯业务的目的及现况
- 二、中国电信运营商大举发力IM市场
- 三、IM市场互联网企业与运营商的博弈
- 四、电信运营商开展即时通讯业务的对策措施

## 五、运营商开拓即时通讯业务的前景探析

### 第五节 即时通讯软件的应用分析

#### 一、IM软件对于企业与个人的营销应用浅析

#### 二、IM软件在教学领域的用途探究

#### 三、IM软件在电子政务的应用方案研究

#### 四、IM软件在远程监测系统中的应用剖析

### 第六节 即时通讯行业的问题及对策

#### 一、即时通讯的标准与协议亟需统一

#### 二、安全问题成为即时通讯发展的关键难题

#### 三、即时通讯行业的盈利模式尚待明晰

#### 四、国内即时通讯产品存在的问题及对策

#### 五、互联网企业进军IM市场面临的阻碍及突围策略

## 第三章 企业即时通讯市场分析

### 第一节 企业即时通讯的相关概述

#### 一、企业即时通信系统的概念

#### 二、企业即时通信系统的特点浅析

#### 三、企业IM软件的需求及选择要点透析

### 第二节 企业即时通讯市场的发展概况

#### 一、中国企业即时通讯市场的发展现况

#### 二、中国企业即时通讯市场凸显三大趋向

#### 三、中国企业即时通讯市场规模与格局透析

#### 四、中国企业即时通讯市场发展特点浅述

#### 五、中国企业即时通讯市场竞争趋于白热化

### 第三节 企业级即时通讯系统的技术体系解析

#### 一、企业级即时通讯系统的总体结构

#### 二、企业级即时通讯系统的网络结构

#### 三、企业级即时通讯系统数据库及支撑平台

#### 四、企业级即时通讯系统应用的关键因素

### 第四节 企业即时通讯市场的问题、对策及趋势

#### 一、企业即时通讯市场推广面临的阻碍

#### 二、企业即时通讯软件安全问题突出

- 三、促进企业即时通讯市场快速发展的建议
- 四、中国企业即时通讯市场未来发展趋势探讨
- 五、未来企业即时通讯市场发展形势预测

## 第四章 移动即时通讯（MIM）市场分析

### 第一节 移动即时通讯的概念及国外发展情况

- 一、移动即时通讯的定义及功能
- 二、国外移动即时通讯业务发展形势
- 三、国外移动即时通讯运营商的经营模式分析
- 四、2013年欧洲手机即时通信用户规模预测

### 第二节 中国移动即时通讯市场发展概况

- 一、中国移动即时通讯市场发展的两大阶段
- 二、中国移动即时通讯发展的市场基础与需求
- 三、2012年我国移动即时通讯市场实现强劲增长
- 四、2010年中国移动即时通讯市场发展状况透析
- 五、3G时代移动即时通讯业务成电信业新宠

### 第三节 2012-2013年中国移动即时通讯市场的发展

- 一、2012年第二季度我国移动IM市场格局浅析
- 二、2012年第三季度我国移动IM市场发展状况
- 三、2012年第四季度我国移动IM市场发展概况
- 四、2013年第一季度中国移动IM市场格局分析

### 第四节 深入分析中国移动IM业务的价值链与商业模式

- 一、移动IM业务的价值链构成
- 二、移动IM业务的运营模式探析
- 三、中国移动运营商开展移动IM业务的SWOT分析
- 四、我国移动运营商开展移动IM业务的主要模式

### 第五节 移动即时通讯市场的问题、对策及趋势

- 一、国内移动运营商开展移动IM业务面临的阻碍
- 二、移动即时通讯业务发展的对策措施
- 三、中国移动即时通讯市场发展形势分析

## 第五章 跨网即时通讯市场分析

## 第一节 跨网即时通讯的基本概述

- 一、跨网即时通讯的概念
- 二、跨网即时通讯市场发展的基础
- 三、我国跨网即时通讯发展的三个阶段
- 四、跨网即时通讯的产业链解析

## 第二节 跨网即时通讯应用进程及服务提供商分析

- 一、早期移动QQ短信服务的问世
- 二、移动即时通讯服务提供商开始壮大
- 三、跨网语音服务逐渐兴起
- 四、跨网即时通讯的应用版图进一步扩展

## 第三节 跨网即时通讯产业的盈利模式分析

- 一、网络广告
- 二、无线增值
- 三、通话费用
- 四、各种跨网增值服务

## 第四节 跨网即时通讯市场面临的挑战及发展前景

- 一、中国跨网即时通讯市场存在的主要难题
- 二、中国跨网即时通讯市场的发展潜力及趋势
- 三、未来跨网即时通讯市场的开发重点

## 第六章 中国即时通讯用户分析

### 第一节 2012年中国即时通讯用户特征透析

- 一、用户身份特征
- 二、用户使用行为特征
- 三、用户使用心理特征
- 四、用户互联网使用特征

### 第二节 2012年移动即时通讯用户分析

- 一、用户规模
- 二、用户性别结构
- 三、用户年龄结构
- 四、用户学历结构
- 五、用户收入结构

### 第三节 2012年主要即时通讯软件用户对比分析

- 一、用户年龄特征
- 二、用户学历特征
- 三、用户收入特征
- 四、软件消费能力特征
- 五、用户互联网行为特征

### 第四节 即时通讯用户的安全行为分析

- 一、用户使用IM时的安全习惯与意识
- 二、用户使用的IM工具的安全现状
- 三、用户对IM工具的安全满意度

## 第七章 即时通讯行业的主要运营商分析

### 第一节 腾讯

- 一、企业简介
- 二、腾讯QQ的版本演进
- 三、腾讯QQ相中ICQ拟大举进军海外市场
- 四、腾讯QQ同时在线用户破亿创造中文互联网奇迹

### 第二节 微软

- 一、企业简介
- 二、MSN messenger的运营背景分析
- 三、微软MSN中国市场战略发生转变
- 四、MSN在中国市场的营销策略解读

### 第三节 阿里巴巴

- 一、企业简介
- 二、阿里旺旺的运营背景浅析
- 三、阿里旺旺从单向IM工具转为综合服务平台
- 四、阿里旺旺开始拓展IM网络广告业务

### 第四节 中国移动

- 一、企业简介
- 二、飞信（Fetion）的运营背景分析
- 三、飞信增加功能进一步挖掘潜在用户
- 四、中国移动飞信业务的市场突围战略透析



## 第五节 百度

### 一、企业简介

### 二、百度Hi的运营背景分析

### 三、百度Hi的产品定位方略

### 四、百度拟借百度Hi打造全方位互动网络

## 第六节 其他

### 一、雅虎通

### 二、新浪UC

### 三、TOM-Skype

### 四、网易泡泡

### 五、盛大圈圈

## 第八章 即时通讯市场竞争分析

### 第一节 即时通讯市场的竞争模型解析

#### 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

### 第二节 主流即时通讯软件的竞争力分析

#### 一、客户竞争力分析

#### 二、产品竞争力分析

#### 三、资源竞争力分析

#### 四、综合竞争力评价

### 第三节 移动即时通讯市场的竞争形势分析

#### 一、中国移动“飞信”

#### 二、中国联通“超信”

#### 三、中国电信“天翼live”

#### 四、移动运营商即时通讯业务的竞争力透析

### 第四节 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

### 第九章 即时通讯行业的协议与技术分析

#### 第一节 IM系统采用的主要协议标准

一、XMPP

二、SIMPLE

三、Jabber

四、CPIM

五、IRCP

#### 第二节 国内外即时通讯行业技术专利部署状况

一、即时通讯技术的应用空间广阔

二、国际即时通讯行业的专利竞争形势

三、国外即时通讯行业专利部署情况

四、中国即时通讯行业专利部署情况

#### 第三节 即时通讯的工作原理及发展演进探讨

一、即时通讯的典型工作方式介绍

二、即时通讯工具的通讯方式

三、嵌入式即时通讯工具应运而生

#### 第四节 即时通讯软件的文本传输协议与互通研究

一、主要IM软件的文本消息传输协议解析

二、主要IM软件的系统架构剖析

三、主要IM软件的互通研究

### 第十章 2013-2018年即时通讯行业的发展前景及趋势

#### 第一节 2013-2018年即时通讯行业的发展展望

一、中国即时通讯市场发展前景预测

二、商务即时通讯市场蕴藏投资潜力

三、新兴即时通讯工具存在发展潜力

四、2013-2018年即时通讯行业发展预测

#### 第二节 2013-2018年即时通讯行业的发展趋势探讨

一、即时通讯行业的整体发展趋势预测

二、未来即时通讯工具的发展趋向

三、中国即时通讯市场将向“六化”演进

四、未来即时通讯行业的服务、技术及盈利形势

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201308/97487.html>