

2011-2015年中国移动社区 (SNS) 行业深度调研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

《2011-2015年中国移动社区（SNS）行业深度调研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/chuanmei1107/Z651043L9D.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2011-07-25

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国移动社区（SNS）行业深度调研与投资前景研究报告》共十章。首先介绍了移动社区相关概述、中国移动社区市场运行环境等，接着分析了中国移动社区市场发展的现状，然后介绍了中国移动社区重点区域市场运行形势。随后，报告对中国移动社区重点企业经营状况分析，最后分析了中国移动社区行业发展趋势与投资预测。您若想对移动社区产业有个系统的了解或者想投资移动社区行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

SNS，全称Social Networking Services，即社会性网络服务，专指旨在帮助人们建立社会性网络的互联网应用服务。也指社会现有已成熟普及的信息载体，如短信SMS服务。SNS的另一种常用解释：全称Social Network Site，即“社交网站”或“社交网”。社会性网络（Social Networking）是指个人之间的关系网络，这种基于社会网络关系系统思想的网站就是社会性网络网站(SNS网站)。SNS也指Social Network Software，社会性网络软件，是一个采用分布式技术，通俗地说是采用P2P技术，构建的下一代基于个人的网络基础软件。

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 国内外互联网产业运行分析

第一节 世界互联网产业状况

一、互联网发展体系架构分析

二、互联网使用率全球范围概况

第二节 世界各地互联网产业状况

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分析

四、日本移动互联网发展状况

第三节 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分析

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分析

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 中国移动社区（SNS）运行环境分析

第一节 国内移动社区经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2011年中国移动社区经济发展预测分析

第二节 中国移动社区行业政策环境分析

第四章 中国移动互联网应用状况分析

第一节 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、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 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、多层次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 中国移动社区发展新格局分析

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 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 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 中国社区网站盈利模式和论坛运营外包分析

- 一、社区网站盈利模式分析
- 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 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 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 中国移动社区热点领域分析——无线增值服务

第一节 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 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 2011-2015年中国移动社区市场前景与投资机会和发展策略分析

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：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：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：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：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

图表：略……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1107/Z651043L9D.html>