

2015-2020年中国社交网络 市场分析与行业调查报告

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

《2015-2020年中国社交网络市场分析与行业调查报告》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/chuanmei1412/Y67504FCT0.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-12-16

【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

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国社交网络市场分析与行业调查报告》共七章。介绍了社交网络行业相关概述、中国社交网络产业运行环境、分析了中国社交网络行业的现状、中国社交网络行业竞争格局、对中国社交网络行业做了重点企业经营状况分析及中国社交网络产业发展前景与投资预测。您若想对社交网络产业有个系统的了解或者想投资社交网络行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

SNS全称Social Networking Services，即社会性网络服务或社会化网络服务。SNS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的网络含义包括硬件、软件、服务及网站应用。而移动SNS则是指基于移动通信网络，应用在移动终端（主要指手机）上的社会化网络服务。涉及厂商：中国移动、中国联通、中国电信、开心网、人人网、苹果、诺基亚。

随着移动互联网的快速发展，原有互联网的各类应用企业纷纷加入到移动互联网的市场竞争中，而以FaceBook等为代表的互联网SNS厂商的加入则很大程度上带动了整个移动SNS市场的快速发展。2014年中国移动互联网快速发展。在移动互联网的基础上，3G用户可以随时随地展示自己的个性，建立自己的社交圈，这是用户特别是年轻用户新型社交网络的实际需要。移动SNS具备快速、简单、易用的互动特性，已经成为用户乐于选择的新的时尚生活方式。

面对竞争与市场的变化和挑战，博思数据发布的《2015-2020年中国社交网络市场分析与行业调查报告》，将帮助业界厂商、投资者、产业人士更精确地把握中国社交网络市场发展规律、更深入地梳理应用价值迁移轨迹。

深入、翔实的市场研究数据。基于公司通信产业研究中心长期对SNS厂商的深度研究和监测，提供SNS厂商的竞争策略、发展规划以及渠道策略等内容，给予可靠可信的发展预测。

全面、深刻的品牌竞争分析。除了从细分市场格局、竞争策略、SWOT分析等多个维度总结企业表现，公司并依托对SNS市场的深刻理解，建立6大项31子项的CPM矩阵体系，评点市场成功要素以及企业的竞争定位。

科学、完整的未来发展预测。建立在各重点细分市场上的建模回归与专家校验，并与相关产业环节进行关联分析，确保给出有价值的趋势分析与定量预测结果。

目录

一、2014年全球移动SNS市场概述

(一) 市场规模与增长

1、2014年市场规模与增长

2、新技术应用

(二) 基本特点

(三) 主要国家与地区

1、美国

2、日本

二、2014年中国移动SNS市场概述

(一) 市场规模与特点

1、市场规模与增长

2、基本特点

(二) 品牌市场分析

三、2013-2014年中国移动SNS市场发展预测

(一) 2013-2014年中国移动SNS用户规模预测

(二) 2013-2014年中国移动SNS市场规模预测

四、2013-2014年中国移动SNS市场趋势分析

(一) 产品

(二) 技术

(三) 应用

五、市场影响因素分析

(一) 竞争格局

(二) 驱动力

(三) 阻碍因素

六、中国移动SNS市场竞争分析

(一) 运营商竞争策略

1、中国移动

2、中国电信

3、中国联通

(二) 业务提供商竞争策略

1、人人网

2、开心网

(三) 终端厂商竞争策略

1、苹果

2、诺基亚

3、联想

七、博思数据投资建议

(一) 对运营商的建议

(二) 对业务提供商的建议

(三) 对终端厂商的建议

图表目录

2014年中国移动主要竞争策略分析

2014年中国电信主要竞争策略分析

2014年中国电信主要竞争策略分析

2014年人人网主要竞争策略分析

2014年开心网主要竞争策略分析

2013-2014年中国移动SNS市场规模及增长率

2013-2014年中国移动SNS用户规模及增长率

2013-2014年中国移动SNS市场规模及增长率

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/chuanmei1412/Y67504FCT0.html>