

2013-2018年中国即时通讯（IM）产业市场深度分析与投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2013-2018年中国即时通讯（IM）产业市场深度分析与投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/141173.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

即时通讯（Instant Messenger，简称IM），是一种基于互联网的即时交流消息的业务，代表有：百度Hi、MSN、QQ、FastMsg、UC、蚁傲等。据最新的报告显示，2008年中国企业即时通讯市场终端用户规模达到2236万人，与2007年的1813万人相比，同比增长23.3%。有关专家指出，由于受到全球范围金融危机影响，中国企业即时通讯市场增速有所放缓，但是市场的潜在需求仍然没有全部释放，一旦经济回暖，市场将延续前期快速增长的趋势。在企业即时通讯市场中，Anychat、腾讯RTX、微软LCS（前身OCS）、IBM Sametime等产品占据市场绝大部分份额。其中腾讯通过多年努力2008年企业用户已经超过10万家，用户人数接近600万，但由于近几年腾讯对RTX的支持力度有所减弱，其市场份额有所下降。IBM是全球范围内较早涉足企业即时通讯领域的服务商，国内多数跨国企业、大型集团都在使用其产品。微软LCS在2008年也在市场取得了一定的进展，在为多种行业提供解决方案。艾凯咨询集团发布的《2013-2018年中国即时通讯（IM）产业市场深度分析与投资前景预测报告》共十五章。首先介绍了中国即时通讯（IM）行业的概念，接着分析了中国即时通讯（IM）行业发展环境，然后对中国即时通讯（IM）行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国即时通讯（IM）行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国即时通讯（IM）行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 即时通讯相关概述

第一节 即时通讯基础阐述

一、即时通讯软体的起源与发展

二、即时通讯新集成性分析

三、即时通讯功能

四、即时通讯的新发展

五、即时通讯与微博的主要区别

第二节 即时通讯软件的分类

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

第二章 2013年世界即时通讯行业整体运营状况分析

第一节 2013年全球即时通讯业运行概况

- 一、全球即时通讯仍处起步阶段
- 二、全球即时通讯行业专利部署态势
- 三、移动运营商联合起来欲统一全球即时通讯服务
- 四、全球“即时通讯”行业的专利大战
- 五、全球15家运营商瞄上即时通讯
- 六、全球即时通讯行业的四大细分市场分析
- 七、国际主流即时通讯产品的市场份额透析

第二节 2013年全球即时通讯用户规模分析

- 一、微软Live Messenger即时通信全球用户量规模
- 二、全球企业即时通讯用户数分析
- 三、全球移动即时通讯收入规模分析

第三节 2013年全球即时通讯动态分析

- 一、雅虎、微软打造全球即时通讯社区
- 二、IBM 构建全球最大的企业即时通讯社区
- 三、全球各类即时通讯工具的使用情况同比分析
- 四、谷歌将为Gmail加入即时社交网络功能

第四节 2013年世界即时通讯部分国家运行分析

- 一、美国即时通信市场运行状况
- 二、日本即时通信产业运行格局
- 三、欧洲手机即时通信用户数高速增长

第五节 2013-2018年世界即时通讯行业发展趋势分析

第三章 2013年中国即时通讯行业市场发展环境解析

第一节 2013年中国宏观经济环境分析

- 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、2013年下半年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2013年中国即时通讯市场政策环境分析

- 一、互联网信息服务管理办法
- 二、相关行业政策
- 三、法律法规

第三节 2013年中国即时通讯市场社会环境分析

- 一、电脑及互联网的普及

二、中国人品规模及学历情况

第四章 2013年中国即时通讯行业市场运行态势剖析

第一节 2013年中国即时通讯行业动态分析

一、火科技:263正式推出企业即时通讯软件

二、多用途聊天软件Pidgin 2.5.6发布

第二节 2013年中国即时通讯业现状综述

一、中国即时通讯迈入新纪元

二、中国网络即时通讯全球第一

三、即时通讯软件转舵

四、国内EIM产品应用进入成熟期

五、IM经济价值突出亟需解决安全问题

六、中国即时通讯市场趋向专业化发展

七、即时通讯产品的主要发展趋势

第三节 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

第四节 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

第五节 2013年中国即时通讯产业存在的问题

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

第五章 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

第六章 2013年中国即时通讯业市场深度剖析

第一节 2013年即时通讯业市场运营特点分析

第二节 2013年中国即时通讯亮点聚焦

- 一、盛大将首度涉足邮箱业务 重新规划即时通讯产品
- 二、三五互联在企业级即时通讯领域具有先发优势
- 三、TATA即时通讯,助力中国企业协同通信

第三节 2013年中国即时通讯业市场规模

- 一、中国即时通信用户增速放缓
- 二、即时通讯活跃账户分析
- 三、中国即时通讯市场累计注册账户
- 四、中国企业邮箱产业规模

第四节 中国七大即时通讯软件应有情况同比分析

第七章 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终端用户规模
- 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

第八章 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、我国移动即时通讯市场实现强劲增长
- 四、3G时代移动即时通讯业务成电信业新宠

第三节 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

第四节 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趋势分析

第九章 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

第十章 2013年中国即时通讯行业应用状况分析

第一节 个人即时通讯

- 一、个人即时通讯相关介绍
- 二、个人即时通讯市场分析
- 三、个人即时通讯网络安全现状及问题

第二节 商务即时通讯

- 一、商务即时通讯相关概述
- 二、即时通讯10强分析
- 三、中国商务即时通讯的前景分析

第三节 行业即时通讯

- 一、行业即时通讯阐述
- 二、腾讯积极开拓行业即时通讯市场
- 三、物流行业即时通讯软件分析

第十一章 2013年中国即时通讯市场深度调研

第一节 中国即时通讯用户特征分析

- 一、男女性别比例
- 二、即时通讯用户的职业结构
- 三、即时通讯用户仍然以低收入状况
- 四、用户使用心理
- 五、受教育程度

第二节 中国即时通讯用户使用习惯分析

- 一、用户使用即时通讯软件的频率分析
- 二、用户最常用的即时通讯软件
- 三、用户使用即时通讯软件的目的

第三节 影响用户选择即时通讯工具的因素分析

第四节 中国即时通讯用户使用安全防护措施情况

- 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

第十二章 2013年中国即时通讯市场竞争格局透析

第一节 2013年中国即时通讯市场竞争格局

- 一、即时通讯市场竞争将日益激烈
- 二、中国即时通讯竞争新焦点聚
- 三、即时通讯市场的竞争模型解析
- 四、主流即时通讯软件的竞争力分析

第二节 2013年中国即时通讯市场竞争动态分析

- 一、腾讯与MSM商务办公应用之争
- 二、门户网站即时通讯免费短信大战
- 三、大电信运营商与IDG强势进军即时通讯市场

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、明确竞争对手和手段

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

第五节2013-2018年中国即时通讯行业竞争趋势分析

第十三章 2013年国内外即时通讯重点运营企业分析

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

第十四章 2013-2018年中国即时通讯行业发展趋势与前景展望

第一节 2013-2018年中国即时通讯行业发展前景分析

- 一、中国即时通讯市场发展展望
- 二、未来中国即时通讯软件市场前景分析
- 三、即时通讯技术的巨大潜力

第二节 2013-2018年中国即时通讯行业发展趋势分析

- 一、即时通讯的发展趋势
- 二、即时通讯软件三大趋势探析
- 三、未来即时通讯工具的发展趋向
- 四、中国即时通讯市场将向“六化”演进
- 五、未来即时通讯行业的服务、技术及盈利形势

第三节 2013-2018年中国即时通讯行业市场预测分析

- 一、中国移动即时通信市场规模预测分析
- 二、即时通讯市场同时在线人数增长预测
- 三、电子邮件必将被即时通讯取代

第四节 2013-2018年中国即时通讯市场盈利预测分析

第十五章 2013-2018年中国即时通讯行业投资前景预测

第一节 2013年中国即时通讯行业投资概况

- 一、即时通讯投资环境分析
- 二、即时通讯相关产业对投资影响分析

第二节 2013-2018年中国即时通讯行业投资机会分析

- 一、商务即时通讯市场蕴藏投资潜力
- 二、新兴即时通讯工具存在发展潜力

第三节 2013-2018年中国即时通讯行业投资风险预警

- 一、宏观调控政策风险
- 二、市场竞争风险
- 三、市场运营机制风险

第四节 投资建议

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/141173.html>