

2017-2022年中国社交媒体 行业市场现状调研分析与投资规划建议咨询研究报告

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

《2017-2022年中国社交媒体行业市场现状调研分析与投资规划建议咨询研究报告》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.bosidata.com/report/F743827ZD3.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】2016-12-02

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：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《2017-2022年中国社交媒体行业市场现状调研分析与投资规划建议咨询研究报告》介绍了社交媒体行业相关概述、中国社交媒体产业运行环境、分析了中国社交媒体行业的现状、中国社交媒体行业竞争格局、对中国社交媒体行业做了重点企业经营状况分析及中国社交媒体产业发展前景与投资预测。您若想对社交媒体产业有个系统的了解或者想投资社交媒体行业,本报告是您不可或缺的重要工具。

第一部分 行业发展现状 21	第一章 社交媒体相关概述 21	第一节 社交媒体的概念与内容分类 21
	一、社交媒体的内涵 21	二、社交媒体内容分类 21
	第二节 社交媒体的特征及经济学特性 22	一、社交媒体的传播特征及要求 22
	二、社交媒体的优势与特点 25	三、社交媒体的经济学特性 26
	第二章 社交媒体行业调研 28	
	第一节 社交媒体行业发展概况 28	一、世界主要国家社交媒体发展综述 28
	二、中国社交媒体产业发展环境分析 31	三、中国社交媒体产业发展概况 32
	四、中国社交媒体产业链日渐成熟 34	五、国内社交媒体业务布局决胜要点 35
	六、中国社交媒体运营与赢利模式浅析 37	第二节 2014-2016年中国社交媒体发展分析 38
	一、2015年中国社交媒体发展回顾 38	二、2015年中国社交媒体发展亮点 39
	三、2014-2016年中国社交媒体产业评述 42	第三节 中国社交媒体产业受众及需求分析 42
	一、中国社交媒体业目标群体分析 42	二、用户的需求与使用特点发生改变 43
	三、针对需求变化提供社交媒体产品 44	四、需求演变带来媒体角色的新变化 45
	第四节 传统媒体与社交媒体的竞争与发展 46	一、社交媒体环境下的传媒创新特征 46
	二、社交媒体对传统媒体的冲击分析 47	三、社交媒体受众接触率已经超越传统媒体 55
	四、社交媒体与传统媒体竞争分析 56	五、传统媒体与新兴媒体的竞争格局 62
	六、危机促进传统媒体向社交媒体转变 66	七、社交媒体与传统媒体的融合 66
	第五节 社交媒体营销 67	一、社交媒体营销初露峥嵘 67
	二、营销行业迎接社交媒体时代来临 69	三、整合营销下的我国社交媒体价值实现 74
	四、社交媒体变化促进精准营销发展 76	五、我国社交媒体营销势在必行 80
	六、社交媒体实效营销传播趋势 82	七、社交媒体营销的制胜之道 88
	第六节 社交媒体行业的问题及对策分析 91	一、我国社交媒体产业发展面临的瓶颈及对策 91
	二、社交媒体产业链问题及对策 95	三、中国社交媒体产业发展面临的问题 96
	四、社交媒体业以差异化与精准化突围 98	五、2014-2016年社交媒体发展过程中的几个问题 99
	六、社交媒体行业面临大洗牌 100	

第三章 社交媒体行业综合分析 102	第一节 社交媒体行业发展概况 102	
一、移动社交媒体的主要特性 102	二、媒体移动化是行业发展的趋势 102	三、社交媒体创造传媒产业新天地 103
第二节 社交媒体市场调研 105	一、移动多媒体业务的消费群体分析 105	二、移动多媒体应用产业发展分析 106
三、移动社交媒体的商业模式创新 107	四、社交媒体的受众之争 108	五、移动社交媒体发展趋势 113
第三节 中国三大通信运营商的社交媒体战略研讨 114	一、三大通信运营商的基本情况分析 114	二、三大运营商社交媒体战略的具体情况 120
三、三大通讯运营商社交媒体战略比较 124	第四节 社交媒体行业面临的挑战及对策 125	
一、社交媒体产业发展存在的问题 125	二、社交媒体产业发展存在的难题 127	三、移动传媒产业盈利模式存在的问题 127
四、移动社交媒体发展存在的误区 128	五、社交媒体产业发展已迫在眉睫 129	第五节 社交媒体行业行业前景调研分析 134
一、2016年中国社交媒体产业发展趋势 134	二、2017-2022年社交媒体市场预测 136	三、社交媒体的行业前景调研分析 138
四、移动多媒体的投资机遇分析 140	五、2017-2022年下一代移动多媒体蓝图 141	第四章 微博 144
第一节 微博行业发展综合分析 144	一、中国微博业营收增长迅猛 144	二、微博市场竞争格局转变 145
三、中国微博趋势预测 145	四、2015年微博市场发展现状 149	第二节 微博营运分析 153
一、微博运营的发展概况 153	二、微博运营模式分析 155	三、微博的盈利模式分析 157
四、微博运营模式及策略 158	五、微博产业化运营的战略分析 159	第三节 手机微博发展分析 162
一、2015年手机微博成投资新宠 162	二、2015年手机微博市场现状 163	三、2015年手机微博发展分析 164
四、2016年手机微博市场步入发展新阶段 166	五、2016年中国手机微博市场预测 169	第四节 微博行业存在的问题分析 170
第五节 微博行业发展对策分析 172	一、制定相关产业政策 172	二、产业链平衡发展 173
三、微博行业挺进一、二线城市是关键 173	四、欧盟微博投资前景对我国的启示 174	第六节 微博趋势预测分析 175
一、2016年中国社交媒体分化与微博发展趋势 175	二、2014-2016年微博市场竞争格局 175	三、2016年全国微博市场规模预测 176
四、2016年全球微博市场消费预测 178	五、2016年全球微博用户数预测 179	第五章 社交媒体及其业务发展分析 181
第一节 社交媒体市场发展分析 181	一、社交媒体的形态与内容分析 181	二、社交媒体的用户与需求分析 184
三、2017-2022年社交媒体赢利模式探讨 185	四、2017-2022年4g时代的社交媒体发展 188	五、2017-2022年社交媒体发展研究 188
第二节 微信发展分析 189	一、微信覆盖率分析 189	二、我国微信运营模式研究 190

三、2015年微信渗透率 192	四、微信有望成立产业联盟 193	五、微信市场蕴含巨大潜力 194
六、未来微信产业的问题及解决 195	七、2016年微信用户预测 199	第三节 微博发展分析 201
一、微博产业链及广告模式 201	二、2015年微博整体盈利状况 203	三、2015年中国微博市场发展情况分析 204
四、2016年4g行业带来微博大发展机遇 204	五、2016年微博市场规模及发展趋势 206	六、2017-2022年微博年复合增长率 206
第四节 人人发展分析 207	一、人人网业务发展分析 207	二、人人网业务在企业售后服务中的应用 208
三、人人网的新闻管理和产业发展探讨 211	四、2016年全球人人网业务发展情况 212	五、2016年我国人人网业务量增长情况 215
第五节 社交媒体市场问题对策分析 217	一、社交媒体的缺陷与消费困境分析 217	二、中国社交媒体发展的五大制约因素 220
三、中国社交媒体的良性发展途径探析 221	第六章 中国社交媒体市场规模调查分析 224	第一节 近几年中国社交媒体市场调研 224
一、社交媒体群体特性 224	二、社交媒体市场规模分析 226	三、社交媒体渐成主流上网方式 226
第二节 近几年中国微博市场调研 227	一、微博概述 227	二、中国微博操作模式 227
三、中国微博盈利模式 233	四、趋势预测 236	第三节 近几年微信市场规模 237
一、微信概述 237	二、中国微信操作模式 237	三、中国微信盈利模式 240
四、目前微信市场数据监测 242	第四节 近几年中国社交媒体市场规模 242	第七章 2016年中国社交媒体市场运行动态分析 243
第一节 2016年中国社交媒体市场规模分析 243	第二节 2016年社交媒体市场运行综述 244	一、国内社交媒体市场的发展模式 244
二、社交媒体市场异军突起 246	三、我国社交媒体业务投放渠道浅析 248	四、影响未来社交媒体市场规模的因素 249
第三节 2016年社交媒体市场的需求分析 250	一、社交媒体的技术需求分析 250	二、社交媒体的人才需求分析 250
三、社交媒体新功能诉求 253	第四节 2016年社交媒体市场存在的不足分析 256	一、社交媒体市场现状分析 256
二、4g对社交媒体市场的影响 260	第八章 2016年社交媒体产业面临的机遇与挑战 263	第一节 2016年社交媒体产业面临的机遇 263
一、社交媒体的营销模式机遇分析 263	二、社交媒体营销环境的分析 263	第二节 2016年社交媒体产业面临的挑战 264
一、社交媒体终端限制分析 264	二、社交媒体终端适配分析 265	三、社交媒体网络限制及不稳定性因素分析 266
四、社交媒体产品质量分析 267	第二部分 行业竞争格局 268	第九章 社交媒体行业竞争分析 268
第一节 2016年中国社交媒体企业的竞争现状 268	一、社交媒体竞争现状分析 268	二、社交媒体行业的综合实力竞争分析 268
三、数字时代社交媒体竞争发展分析 271	第二节 传统媒体与社交媒体的竞	

争与发展 273	一、社交媒体与传统媒体竞争分析 273	二、传统媒体与新兴媒体的竞争格局 277
第三节 2014-2016年中国社交媒体行业竞争分析及预测 281	一、2015年社交媒体市场竞争情况分析 281	二、2016年社交媒体市场竞争形势分析 284
三、2014-2016年集中度分析及预测 285	四、2014-2016年swot分析及预测 285	五、2014-2016年进入退出状况分析及预测 286
六、2014-2016年生命周期分析及预测 287	第十章 社交媒体企业竞争策略分析 289	第一节 社交媒体市场竞争策略分析 289
一、2016年社交媒体市场增长潜力分析 289	二、2016年社交媒体主要潜力项目分析 290	三、现有社交媒体竞争策略分析 290
四、社交媒体潜力项目竞争策略选择 291	五、典型企业项目竞争策略分析 292	第二节 社交媒体企业竞争策略分析 292
一、欧债危机对社交媒体行业竞争格局的影响 292	二、欧债危机后社交媒体行业竞争格局的变化 292	三、2017-2022年我国社交媒体市场竞争趋势 293
四、2017-2022年社交媒体行业竞争格局展望 293	五、2017-2022年社交媒体行业竞争策略分析 294	六、2017-2022年社交媒体企业竞争策略分析 295
第十一章 社交媒体重点企业分析 298	第一节 腾讯 298	一、企业概况 298
二、竞争优势分析 298	三、2014-2016年经营状况 298	四、2017-2022年投资前景 299
第二节 新浪 300	一、企业概况 300	二、竞争优势分析 300
三、2014-2016年经营状况 301	四、2017-2022年投资前景 304	第三节 搜狐 304
一、企业概况 304	二、竞争优势分析 305	三、2014-2016年经营状况 305
四、2017-2022年投资前景 310	第四节 网易 310	一、企业概况 310
二、竞争优势分析 321	三、2014-2016年经营状况 331	四、2017-2022年投资前景 337
第五节 凤凰新媒体 338	一、企业概况 338	二、竞争优势分析 338
三、2014-2016年经营状况 339	四、2017-2022年投资前景 343	第六节 人人 347
一、企业概况 347	二、竞争优势分析 347	三、2014-2016年经营状况 347
四、2017-2022年投资前景 352	第七节 豆瓣 354	一、企业概况 354
二、竞争优势分析 355	三、2014-2016年经营状况 356	四、2017-2022年投资前景 361
第八节 pinterest 365	一、企业概况 365	二、竞争优势分析 365
三、2014-2016年经营状况 366	四、2017-2022年投资前景 371	第九节 buzzfeed 371
一、企业概况 371	二、竞争优势分析 372	三、2014-2016年经营状况 372
四、2017-2022年投资前景 378	第三部分 市场现状调研 380	第十二章 社交媒体行业发展趋势预测 380
第一节 社交媒体行业前景分析 380	一、未来社交媒体的发展趋势展望 380	二、中国社交媒体行业前景调研预测广阔 381
三、2016年我国社交媒体产业发展趋势 382	四、2016年中	

国社交媒体市场发展预测 386	五、2017-2022年社交媒体发展方向探讨 387	六
、2017-2022年社交媒体市场规模预测 388	第二节 2017-2022年社交媒体市场趋势分析 389	
一、2014-2016年社交媒体市场趋势总结 389	二、2017-2022年社交媒体发展趋势分析 389	
三、2017-2022年社交媒体市场发展空间 389	四、2017-2022年社交媒体产业政策趋向 390	
第三节 2017-2022年社交媒体市场预测 391	一、2017-2022年社交媒体市场结构预测 391	
二、2017-2022年社交媒体市场需求前景 391	三	
、2017-2022年社交媒体行业集中度预测 393	第四部分 投资规划建议研究 398	
第十三章 社交媒体行业投资现状分析 398	第一节 2015年社交媒体行业投资情况分析 398	
一、2015年总体投资及结构 398	二、2015年投资规模情况 398	三、2015年投资增速情况 399
四、2015年分行业投资分析 399	五、2015年分地区投资分析 399	六、2015年外商投资情况 400
第二节 2016年社交媒体行业投资情况分析 400	一、2016年总体投资及结构 400	二、2016年投资规模情况 401
三	、2016年投资增速情况 401	四、2016年分行业投资分析 401
五、2016年分地区投资分析 402	六、2016年外商投资情况 402	第十四章 社交媒体行业投资环境分析 403
第一节 经济发展环境分析 403	一、2014-2016年我国宏观经济运行情况 403	二、2017-2022年我国宏观经济形势分析 405
三、2017-2022年投资前景及其影响预测 406	第二节 政策法规环境分析 409	一、2015年社交媒体行业政策环境 409
二、2015年国内宏观政策对其影响 409	三、2015年行业产业政策对其影响 412	第三节 社会发展环境分析 412
一、国内社会环境发展现状 412	二	、2015年社会环境发展分析 413
三、2017-2022年社会环境对行业的影响分析 414	第十五章 社交媒体行业投资机会与风险 415	第一节 社交媒体行业投资效益分析 415
一、2014-2016年社交媒体行业投资状况分析 415	二、2017-2022年社交媒体行业投资效益分析 415	三、2017-2022年社交媒体行业投资前景预测 416
四	、2017-2022年社交媒体行业的投资方向 417	五、投资建议 418
六、新进入者应注意的障碍因素分析 418	第二节 影响社交媒体行业发展的主要因素 420	一
、2017-2022年影响社交媒体行业运行的有利因素分析 420	二、2017-2022年影响社交媒体行业运行的稳定因素分析 420	三、2017-2022年影响社交媒体行业运行的不利因素分析 421
四、2017-2022年我国社交媒体行业发展面临的挑战分析 421	五	、2017-2022年我国社交媒体行业发展面临的机遇分析 422
第三节 社交媒体行业行业前景调研及控制策略分析 422	一、2017-2022年社交媒体行业市场风险及控制策略 422	二、2017-2022年社交媒体行业政策风险及控制策略 423
三、2017-2022年社交媒体行业经营风险及控制策略 423	四、2017-2022年社交媒体同业竞争风险及控制策略	

424	五、2017-2022年社交媒体行业其他风险及控制策略 424	第十六章 社交媒
体行业投资规划建议研究 426	第一节 社交媒体行业投资前景研究 426	一、战略综
合规划 426	二、技术开发战略 426	三、业务组合战略 426
战略规划 428	五、产业战略规划 428	六、营销品牌战略 431
竞争战略规划 431	第二节 对我国社交媒体品牌的战略思考 431	七、竞
性 431	二、社交媒体实施品牌战略的意义 434	一、企业品牌的重要
分析 436	四、我国社交媒体企业的品牌战略 437	三、社交媒体企业品牌的现状
的策略 439	第三节 社交媒体行业投资规划建议研究 441	五、社交媒体品牌战略管理
投资规划建议 441	一、2016年新媒体行业投	资规划建议 441
二、2016年社交媒体行业投资规划建议 441	三、2017-2022年	社交媒体行业投资规划建议 443
四、2017-2022年细分行业投资规划建议 444	图表目录	
：图表 1 网民注册的社交网站 55	图表 2 2014.12-2015.12中国网民对各类网络应用的使用率 176	
图表 3 2014.12-2015.12中国手机网民对各类手机应用的使用率 177	图表 4 微信 活跃用户数 189	
图表 5 微信城市渗透率 193	图表 6 2013-2016年社交媒体市场规模分析 226	
图表 7 社交电商产业链	示意图 245	
图表 8 社交电商主要发展模式及其特征 245	图表 9 社交媒体产业行业所处生命周期	
示意图 287	图表 10 腾讯控股主要财务指标分析 298	
图表 11 腾讯控股主要经济指标分析 299	图表 12 新浪资产负债表 301	
图表 13 新浪现金流量表 302	图表 14 搜狐资产负债表 305	
图表 15 搜狐综	合损益表 307	
图表 16 搜狐现金流量表 308	图表 17 网易资产负债表 331	
图表 18 凤凰新媒体资产	负债表 339	
图表 19 凤凰新媒体综合损益表 340	图表 20 凤凰新媒体现金流量表 341	
图表 21 人人	网资产负债表 347	
图表 22 人人网综合损益表 349	图表 23 人人网现金流量表 350	
图表 24 近4年北	京豆瓣互动科技有限公司 固定资产周转次数情况 356	
图表 25 近4年北京豆瓣互动科技有限公司	固定资产周转次数变化情况 356	
图表 26 近4年北京豆瓣互动科技有限公司 流动资产周转次数变	化情况 356	
图表 27 近4年北京豆瓣互动科技有限公司 流动资产周转次数变化情	况 357	
图表 28	近4年北京豆瓣互动科技有限公司 销售毛利率变化情况 357	
图表 29 近4年北京豆瓣互动科技有	限公司 销售毛利率变化情况 358	
图表 30 近4年北京豆瓣互动科技有限公司 资产负债率变化情	况 358	
图表 31 近4年北京豆瓣互动科技有限公司 资产负债率变化情况 358	图表 32 近4年北京豆	
瓣互动科技有限公司 产权比率变化情况 359	图表 33 近4年北京豆瓣互动科技有限公司 产权比	
率变化情况 359	图表 34 近4年北京豆瓣互动科技有限公司 总资产周转次数变化情况 360	
图表 35	近4年北京豆瓣互动科技有限公司 总资产周转次数变化情况 360	
图表 36 近4年 pinterest 公司固	定资产周转次数情况 366	
图表 37 近4年 pinterest 公司固定资产周转次数变化情况 366	图表 38 近4	
年 pinterest 公司流动资产周转次数变化情况 366	图表 39 近4年 pinterest 公司流动资产周转次数	
变化情况 367	图表 40 近4年 pinterest 公司销售毛利率变化情况 367	
图表 41 近4年 pinterest 公司销	售毛利率变化情况 368	
图表 42 近4年 pinterest 公司资产负债率变化情况 368	图表 43 近4年	

pinterest 公司资产负债率变化情况 368图表 44 近4年 pinterest 公司产权比率变化情况 369图表 45
近4年 pinterest 公司产权比率变化情况 369图表 46 近4年 pinterest 公司总资产周转次数变化情况
370图表 47 近4年 pinterest 公司总资产周转次数变化情况 370图表 48 近4年buzzfeed公司固定资
产周转次数情况 372图表 49 近4年buzzfeed公司固定资产周转次数变化情况 372图表 50 近4
年buzzfeed公司流动资产周转次数变化情况 373图表 51 近4年buzzfeed公司流动资产周转次数变
化情况 373图表 52 近4年buzzfeed公司销售毛利率变化情况 374图表 53 近4年buzzfeed公司销售
毛利率变化情况 374图表 54 近4年buzzfeed公司资产负债率变化情况 375图表 55 近4年buzzfeed
公司资产负债率变化情况 375图表 56 近4年buzzfeed公司产权比率变化情况 376图表 57 近4
年buzzfeed公司产权比率变化情况 376图表 58 近4年buzzfeed公司总资产周转次数变化情况 377
图表 59 近4年buzzfeed公司总资产周转次数变化情况 377图表 60 2005-2020年社交媒体市场规模
预测 388图表 61 2014年我国社交媒体总体投资结构 398图表 62 2014-2016年我国社交媒体行业
投资规模增长 398图表 63 2014-2016年我国社交媒体行业投资增速增长 399图表 64 2015年我国
社交媒体行业不同地区投资分析 399图表 65 2015年我国社交媒体总体投资结构 400图表 66
2013-2016年我国社交媒体行业投资增速分析 401图表 67 2015年我国社交媒体行业不同地区投
资分析 402图表 68 2014年GDP初步核算数据 403图表 69 2014年GDP环比和同比增长速度 403图
表 70 2015年GDP初步核算数据 404图表 71 2015年GDP环比和同比增长速度 404图表 72
2013-2016年我国社交媒体市场投资增长性分析 415图表 73 2017-2022年我国社交媒体市场投资
收益预测 415图表 74 2017-2022年我国社交媒体市场投资增长性预测 416图表 75 2017-2022年影
响社交媒体行业运行的有利因素 420图表 76 2017-2022年影响社交媒体行业运行的稳定因素 421
图表 77 2017-2022年社交媒体行业经营风险及控制策略 424图表 78 四种基本的品牌战略 440略
.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/F743827ZD3.html>