

# 2011-2015年中国即时通讯 ( IM ) 行业市场分析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](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2011-2015年中国即时通讯（IM）行业市场分析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/ruanjian1011/Z651043ADD.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】2010-11-25

【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年中国即时通讯（IM）行业市场分析与投资前景研究报告》共十章。首先介绍了即时通讯相关概述、中国即时通讯行业市场发展环境等，接着分析了中国即时通讯行业市场运行的现状，然后介绍了中国即时通讯市场竞争格局。随后，报告对国内外即时通讯做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国即时通讯行业发展趋势与投资预测。您若想对即时通讯产业有个系统的了解或者想投资即时通讯行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

即时通讯（Instant Messenger，简称IM），是指能够即时发送和接收互联网消息等的业务。近几年的迅速发展，即时通讯的功能日益丰富，逐渐集成了电子邮件、博客、音乐、电视、游戏和搜索等多种功能。即时通讯不再是一个单纯的聊天工具，它已经发展成集交流、资讯、娱乐、搜索、电子商务、办公协作和企业客户服务等为一体的综合化信息平台。是一种终端连往即时通讯网络的服务。即时通讯不同于e-mail在于它的交谈是即时的。大部分的即时通讯服务提供了状态信息的特性 显示联络人名单，联络人是否在线与能否与联络人交谈。

## 第一章 即时通讯相关概述

### 第一节 即时通讯基础概述

#### 一、即时通讯新集成性分析

#### 二、即时通讯功能

#### 三、即时通讯的新发展

#### 四、即时通讯的好处

### 第二节 即时通讯软体

### 第三节 即时通讯的行业应用

#### 一、个人即时通讯

#### 二、商务即时通讯

#### 三、企业即时通讯

#### 四、行业即时通讯

#### 五、泛即时通讯

#### 第四节 即时通讯的安全问题

### 第二章 2010年中国即时通讯行业市场发展环境分析

#### 第一节 2010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、2011年中国宏观经济发展预测分析

#### 第二节 2010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 2010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

### 第三章 2010年世界即时通讯行业整体运营状况分析

#### 第一节 2010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

#### 第二节 2010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 2010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 2010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 2011-2015年世界即时通讯行业发展趋势分析

第四章 2010年中国即时通讯行业市场运行态势分析

第一节 2010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 2010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

第三节 2010年中国及时通讯技术研究

一、即时通讯技术突飞猛进

二、中国及时通讯技术新进展

第四节 2010年中国即时通讯产业存在的问题

第五章 2010年中国即时通讯业市场深度分析

第一节 2010年即时通讯业市场运营特点分析

第二节 2010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 2010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

## 第六章 2010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 企业即时通讯

- 一、企业即时通讯发展三大特点
- 二、中国企业即时通讯市场终端用户达2236万
- 三、企业即时通讯市场爆发在即
- 四、腾讯发布企业即时通讯新方案
- 五、企业即时通讯市场三大发展趋

### 第四节 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

## 第七章 2010年中国即使通讯市场深度调研分析

### 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、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、用户最常用的即使通讯软件
- 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

## 第八章 2010年中国即时通讯市场竞争格局分析

### 第一节 2010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

### 第二节 2010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 中国即时通讯行业竞争中存的问题

### 第四节 2011-2015年中国即时通讯行业竞争趋势分析

## 第九章 2010年国内外即时通讯重点运营企业分析

### 第一节 腾讯

### 第二节 微软

### 第三节 TOM-Skype

### 第四节 新浪

### 第五节 网易

### 第六节 淘宝

### 第七节 阿里巴巴

### 第八节 Yahoo

## 第十章 2011-2015年中国即时通讯行业发展趋势与投资预测分析

### 第一节 2011-2015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 2011-2015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

### 第三节 2011-2015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 2011-2015年中国即时通讯行业投资机会分析

第五节 2011-2015年中国即时通讯行业投资风险分析

第六节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表：即时通讯用户男女性别比例

图表：即时通讯用户的职业结构

图表：即时通讯用户仍然以低收入状况

图表：即时通讯用户受教育程度

图表：用户使用即时通讯软件的频率分析

图表：用户最常用的即时通讯软件

图表：用户使用即时通讯软件的目的

图表：影响用户选择即时通讯工具的因素分析

图表：中国即时通讯用户使用安全防护措施情况

图表：2008年中国主要即时通讯软件月度覆盖人数情况分析

图表：2008年中国主要即时通讯软件有效时间份额

图表：2007-2013年中国企业邮箱产业规模

图表：2011-2015年中国即时通讯行业市场预测分析

图表：2009年中国移动即时通信市场规模将超过50亿元

图表：即时通讯市场同时在线人数增长预测

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/ruanjian1011/Z651043ADD.html>