

# 2013-2018年中国移动微博 市场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](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2013-2018年中国移动微博市场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/chuanmei1308/F74382INL3.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】2013-08-21

【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《2013-2018年中国移动微博市场深度调研与投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了中国移动微博行业发展环境，接着分析了中国移动微博行业规模及消费需求，然后对中国移动微博行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国移动微博行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国移动微博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。

通过《2013-2018年中国移动微博市场深度调研与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

移动微博政企服务是为政府、机构和企业提供一个微博平台，该平台充分利用微博功能的同时，融入中国移动的优势资源，比如：短信、彩信等。政企微博一个基于微博的社会化网络平台，它具有更丰富的个性化页面展示功能设置，更精准的数据分析服务，以及更高效的沟通管理后台。为政府和民众搭建了一个全新平等而迅捷的沟通平台，推进了政府透明度，提高了政府公信力；能够帮助企业更便捷地与目标用户进行互动、沟通，提升营销效果转化，挖掘更多商业机会。

运营商经营微博业务有着自身的优势。与新浪、腾讯、搜狐、网易等门户网站的微博相比，虽然运营商没有深厚的网络用户积累和强大的号召力与聚合力，但是运营商有庞大的手机用户规模。此外，即使目前大部分的微博流量还是来自于PC客户端，微博的真正魅力却在于它的移动性和便捷性，要体现这种移动便捷性，手机无疑是最佳的载体。从理想状态来说，每一个手机用户都可以是潜在的微博用户，运营商需要做的是采取有效措施，促成这种转化的达成，比如可以在手机中内置微博客户端、加强微博与既有电信业务之间的融合等。一旦将微博和手机关联，当用户习惯了用短信、彩信的方式来写微博时，那么，基于手机的盈利模式将会比门户网站的微博盈利模式更为清晰。当然，运营商发展微博还是离不开互联网企业，相互之间的合作分成是必不可少的，据悉，目前139说客正在与新浪微博、网易微博、搜狐微博、9911微博客、豆瓣等洽谈合作，在内测及调试工作完成之后，上述合作微博将加载与139说客同步互通的入口，用户只要通过微博同步工具，就可以实现139说客与这些微博的绑定，这不仅方便了用户的使用，也使门户网站和运营商之间能够优势互补。

## 第一章 微博概述

### 第一节 微博定义

## 第二节 微博主要分类

### 一、按微博服务商的性质分类

### 二、按微博用户的性质分类

## 第三节 微博主要特性分析

### 一、微博的基本功能分析

### 二、微博自媒体特性分析

### 三、微博的传播特性分析

### 四、微博的传播机制分析

## 第四节 微博的新生应用

## 第五节 微博价值分析

### 一、微博商业价值分析

### 二、微博社会价值分析

## 第二章 中国互联网网民全景

### 第一节 中国网民基本特点

#### 1、年龄

#### 2、学历

#### 3、受教育情况

### 第二节 中国网民规模及增长

### 第三节 中国网民结构

#### 一、城市

#### 二、农村

### 第三节 中国网民上网方式

#### 一、手机

#### 二、台式

#### 三、笔记本

## 第三章 社会化媒体属性与用户使用率情况分析

### 第一节 网络即时通信

#### 一、属性

#### 二、网络即时通信用户使用率

### 第二节 网络视频

一、属性

二、网络即时通信用户使用率

### 第三节 社交网站

一、属性

二、网络即时通信用户使用率

### 第四节 BBS/论坛

一、属性

二、网络即时通信用户使用率

### 第五节 网络购物

一、属性

二、网络即时通信用户使用率

### 第六节 中国博客使用率

一、属性

二、网络即时通信用户使用率

### 第七节 中国网络游戏使用率

一、属性

二、网络即时通信用户使用率

## 第四章 微博产业发展现状分析

### 第一节 微博产业整体发展分析

#### 第二节 微博产业在国外发展状况分析

一、全球微博迅速发展

二、国外微博客发展不均衡

#### 第三节 微博产业在国内发展状况分析

一、中国微博风起云涌

二、国内微博客发展迅速 细分趋势明显

三、双重压力：盈利难题和政策风险

四、企业数字营销现状与社会化媒体应用现状

五、微博与其它社会媒体的属性与差异

#### 第四节 2012-2013年中国微博作用分析

一、微博改变了媒体与信息传播模式

二、微博具有强烈的自媒体属性

三、微博可以提升传统媒体的影响力

四、微博让公共信息流动加快

## 第五章 微博产业发展影响因素分析

第一节 微博产业发展的阻碍因素

第二节 微博产业发展的推动因素

## 第六章 2012-2013年中国微博用户调研

第一节 微博的核心受众

一、性别

二、年龄

三、学历

四、阶层

五、收入

第二节 微博用户行为调研

一、微博的使用动机

二、使用微博的目的

三、微博受众的信息发布内容

四、微博受众关注内容

五、微博的信息每日发布条数

六、微博受众的主要关注群

七、追随微博中的一个品牌的原因

八、微博用户更关注好些高关注度的品牌微博

九、用微博搜索什么

十、微博的浏览习惯

## 第七章 微博产业重点企业分析

第一节 门户网站微博分析

一、新浪微博

二、腾讯微博

第二节 专业内容网站分析——和讯微博

第三节 独立第三方微博网站分析——饭否网

## 第八章 微博产业商业模式分析

### 第一节 微博产业商业模式概述

#### 第二节 微博产业链分析

##### 一、微博产业链构成分析

##### 二、微博产业链主要价值方的利益及责任分析

### 第三节 微博产业盈利模式分析

##### 一、直接盈利模式

##### 二、间接盈利模式

## 第九章 微博营销影响力分析

### 第一节 微博营销概述

##### 一、微博营销基本原则

##### 二、微博营销模式分析

##### 三、微博营销影响力分析

### 第四节 2012-2013年中国微博营销机会与模式研究

##### 一、微博的营销角色

##### 二、微博在营销中担当的角色与功能

##### 三、微博可以发挥的营销价值

##### 四、微博带来的营销机会

## 第十章 全球十大微博客横评

### 第一节 Twitter

##### 一、简介

##### 二、用户体验

##### 三、API开放性

##### 四、终端扩展

##### 五、用户规模

##### 六、商业潜力

### 第二节 PLURK

##### 一、简介

##### 二、用户体验

##### 三、API开放性

四、终端扩展

五、用户规模

六、商业潜力

### 第三节 嘀咕DIGU

一、简介

二、用户体验

三、API开放性

四、终端扩展

五、用户规模

六、商业潜力

### 第四节 新浪博客

一、简介

二、用户体验

三、API开放性

四、终端扩展

五、用户规模

六、商业潜力

### 第五节 做啥ZUOSA

一、简介

二、用户体验

三、API开放性

四、终端扩展

五、用户规模

六、商业潜力

### 第六节 i贴吧

一、简介

二、用户体验

三、API开放性

四、终端扩展

五、用户规模

六、商业潜力

### 第七节 同学网



- 一、简介
- 二、用户体验
- 三、API开放性
- 四、终端扩展
- 五、用户规模
- 六、商业潜力

#### 第八节 9911

- 一、简介
- 二、用户体验
- 三、API开放性
- 四、终端扩展
- 五、用户规模
- 六、商业潜力

#### 第九节 JAIKU

- 一、简介
- 二、用户体验
- 三、API开放性
- 四、终端扩展
- 五、用户规模
- 六、商业潜力

#### 第十节 MEME

- 一、简介
- 二、用户体验
- 三、API开放性
- 四、终端扩展
- 五、用户规模
- 六、商业潜力

### 第十一章 2013-2018年中国微博产业发展前景及趋势预测分析

#### 第一节 微博产业发展趋势分析

#### 第二节 微博产业商业前景分析

图表目录：（部分）

图表：微博按服务商性质分类

图表：按微博用户性质分类

图表：微博基本功能

图表：自媒体三大特性

图表：微博的传播特性分析

图表：信息裂变式传播结构图

图表：信息传播聚合分析

图表：用户交互模式示意图

图表：微博商业价值的受众对象

图表：2010.12-2011.6微博用户数量以及使用率

图表：新浪微博核心布局图

图表：腾讯微博产品解析图

图表：微博产业链构成示意图

图表：前向和后向盈利模式

图表：微博营销模式图解

图表：微博影响力构架图

图表：微博产业发展趋势

图表：2008.6-2011.6 手机网民数以及增长率

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

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/chuanmei1308/F74382INL3.html>