

中国SNS行业市场分析预测及投资价值评估报告 (2012-2016)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国SNS行业市场分析预测及投资价值评估报告（2012-2016）》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：<http://baogao.chinabaogao.com/jisuanji/134718134718.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

SNS社交网站近两年发展得如火如荼，伴随着网上农场等游戏的普及，越来越多的人在不知不觉中熟悉了SNS社交网站。SNS即社会性网络服务，旨在帮助人们建立社会性网络的互联网应用服务，目前网民所熟知的以人人网、51网、开心网等为代表的网站，都是当前国内SNS网站中典型的一类。俗称社交网站的SNS网站如今正在中国的互联网生活里发力，艾瑞的调查显示，目前已成为国内最大SNS网站的人人网月度活跃用户数已近一亿，这显示了社交类网站在网民中的巨大吸引力。

中国报告网发布的《中国SNS行业市场分析预测及投资价值评估报告（2012-2016）》共十一章。首先介绍了中国SNS行业的概念，接着分析了中国SNS行业发展环境，然后对中国SNS行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国SNS行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国SNS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 世界SNS行业发展状况分析

第一节 世界SNS行业运行分析

一、世界SNS行业运行现状分析

二、世界SNS行业技术分析

三、世界SNS行业用户分析

第二节 世界主要国家SNS行业行业发展情况分析

一、美国

二、日本

三、欧洲部分国家

第三节 2012-2016年世界SNS行业发展趋势分析

第二章 中国SNS行业市场发展环境分析（PEST分析法）

第一节 国内宏观经济环境分析

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 中国SNS市场政策环境分析

一、国家政策的干预

二、《全国人大常委会关于维护互联网安全的决定》

三、互联网政策影响分析

第三节 中国SNS行业社会环境分析

一、网民人数分析

二、互联网发展

第三章中国SNS行业最新运行动态解析

第一节中国SNS行业运行概述

一、手机SNS软件PingCo将完成新融资

二、SNS的三种“人X人”模式分析

三、SNS外企涌入中国市场

四、SNS引高端品牌营销变革

第二节中国SNS行业市场动态分析

一、国内SNS市场饱和度分析

二、海外SNS社交市场冰火两重天

三、SNS对搜索引擎优化的6大好处

四、人人网拟赴美IPO 资本市场或再掀SNS热潮

五、《全球移动SNS市场研究报告》发布

第三节中国SNS行业发展存在问题分析

第四章 中国SNS市场商业模式分析

第一节 SNS价值链

第二节 中国SNS行业商业模式

一、传统交友网站商业模式

二、传统社区网站商业模式

三、SNS商业模式

第三节中国SNS行业盈利状况分析

第四节 SNS带给顾客的特殊价值描绘

第五章中SNS的主要营销策略分析

第一节中国SNS行业定价分析

第二节 与创造了信息本身及服务本身的产业伙伴结盟

一、与电信运营商结盟

二、与银行结盟

三、与有形产品供货商、交易安全保险商结盟

四、与个人信息创造者结盟

五、与SNS应用程序及服务商结盟

第三节中国SNS行业地点选择分析

第四节中国SNS行业促销方式分析

第五节 举例

第六节 中国SNS行业赚钱模式

第六章 中国SNS行业技术与服务观察分析

第一节 中国SNS行业经营特点分析

第二节 SNS与这些应用对比时的独特性

一、传统即时通信(聊天)

二、视频及语音通信

三、网络游戏

四、与GOOGLE竞争

五、与EBAY竞争

第三节 中国SNS带来的崭新应用

一、SNS P2P网络电视

二、SNS P2P内容收费化

三、SNS P2P个人信息中心

四、SNS P2P企业工作流中心

五、SNS P2P基础硬件市场

第四节 SNS基础网络技术对大规模网络应用的特殊优势

第五节 与SNS相关的重量级言论

第六节 与SNS相关的市场大事件

第七章 中国SNS市场需求特征分析

第一节 休闲类SNS用户分析

一、基本属性特征

二、对SNS的需求特征

三、消费习惯分析

第二节 商务类SNS用户分析

一、基本属性特征

二、对SNS的需求特征

三、消费习惯分析

第八章 中国SNS行业市场与竞争力分析

第一节 中国SNS的市场定位

一、QQ用户

二、网络游戏

三、网络电话

四、新浪网

五、GOOGLE搜索引擎

六、EBAY拍卖网站

七、研究结论

第二节 中国SNS市场总印象

第九章 中国SNS的发展与主要网站及产品分析

第一节 平台类

一、腾讯

二、百度

三、阿里巴巴

四、一起网

第二节 商务类

一、诺邻

二、天际

三、联络家

四、海内

五、5G

六、落伍者

第三节 文化类：

一、王家人

二、蜂巢网

三、友宝网

四、foface

五、生日网

六、互联家

第四节 工具类：——广告人精锐人脉

第五节 地方类

一、西屯儿网

二、有快乐

第六节 情感类

一、世纪佳缘

二、天生一对

第七节 社群类

一、宅啦网

二、驴友录

第八节 校园与娱乐类

一、同学

二、爱情公寓

三、开心网

第九节 由电信运营商管理的SNS站点

一、中国移动139社区

二、中国联通“新势力”网站

第十节 目前国内主流的SNS产品供应商:

一、UCS

二、Ucenter Home

三、Thinksns

四、OpenPNE中文

五、Openkaku

六、ChSNS

第十章 2012-2016年中国SNS行业发展趋势分析

第一节 2012-2016年中国SNS市场发展潜力

一、规模和增长

二、成长性分析

三、市场预测

第二节 从风行看垂直SNS的发展趋势

第三节 2012-2016年中国SNS市场行业市场需求预测分析

一、中国网民人数增长分析

二、互联网发展趋势预测分析

第十一章 2012-2016年中国SNS行业投机机会与风险分析

第一节 2012-2016年中国SNS市场投资机会分析

一、我们的投资机会指标体系

二、市场投资机会和盈利前景预测

第二节 2012-2016年中国SNS投资风险与专家建议分析

一、投资风险

二、专家建议

第三节 SNS网站如何制胜

一、靠先机

二、靠战略

三、靠创新

四、靠功能和技术

五、靠团队和经验

六、靠资金

七、靠市场推广

图表目录：（部分）

图表：2006-2010年国内生产总值

图表：2006-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2010年年末国家外汇储备

图表：2006-2010年财政收入

图表：2006-2010年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2010年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：中国网民人数分析

图表：中国互联网发展

图表：通行的SNS的商业模式

图表：报告研究内容

图表：SNS的经营策略

图表：中国SNS产业链现状示意图

图表：中国SNS产业链存在的问题

图表：中国SNS产业链的发展趋势

图表：2005-2008年中国网络经济市场规模统计

图表：互联网对网民各方面的帮助度得分情况

图表：马斯洛的需求层次理论示意图

图表：2005-2008年中国网民数量统计示意图

图表：互联网对网民各方面的帮助占比情况

图表：2005-2008年中国SNS市场注册用户规模统计

图表：2005-2008年中国社区网站市场规模统计

图表：SNS市场成长的六大关键因素示意图

图表：SNS市场的八大分类及代表性企业

图表：微观经济学各种市场结构的特点分析

图表：2005-2008年中国国内SNS行业主要投融资案例

图表：近年来国外部分主要SNS投融资及并购案例

图表：国内SNS网站用户性别构成

图表：国内SNS网站用户年龄分布

图表：国内SNS网站男女用户年龄

图表：网民获取信息渠道比例

- 图表：SNS网站的用户对各功能的整体使用状况分析
- 图表：中国SNS网站用户的需求动机分布
- 图表：MySpace的广告市场开发维护策略
- 图表：2008年9月美国社交网站用户访问比例TOP10
- 图表：MySpace在中国SNS市场的核心竞争力SWOT分析
- 图表：Face Book的功能设置
- 图表：Facebook在中国SNS市场的核心竞争力SWOT分析
- 图表：Cyworld在中国SNS市场的核心竞争力SWOT分析
- 图表：Cyworld在SNS市场的核心竞争力SWOT分析
- 图表：平台类SNS的发展现状对比
- 图表：主要平台类SNS的功能设计对比
- 图表：主要平台类SNS的市场定位对比
- 图表：主要平台类SNS的用户规模对比
- 图表：主要平台类SNS的全球网络流量的百分比（ALEXA数据2008年11月26日）
- 图表：主要平台类SNS的核心竞争力对比
- 图表：中国典型的商务类SNS
- 图表：中国典型的商务类SNS的功能设计对比
- 图表：中国典型的商务类SNS的市场定位对比
- 图表：中国典型的商务类SNS用户规模对比
- 图表：中国典型的商务类SNS的流量对比
- 图表：中国典型的商务类SNS的核心竞争力对比
- 图表：主要文化类SNS分布
- 图表：主要文化类SNS的功能设置对比
- 图表：主要文化类SNS的市场定位对比
- 图表：主要文化类SNS的用户规模对比
- 图表：主要文化类SNS的流量对比
- 图表：主要文化类SNS的核心竞争力和发展建议对比
- 图表：精锐城市的页面布局 and 主要功能
- 图表：精锐城市的个人用户页面布局及功能
- 图表：精锐城市的市场定位与用户规模
- 图表：精锐城市（zhicity.com）网站的流量图（2008年11月26日）
- 图表：西屯儿网的页面功能和风格
- 图表：西屯儿网的注册用户界面及主要功能
- 图表：典型的地方性SNS的用户规模对比
- 图表：典型的地方性SNS的流量对比

- 图表：主要情感类SNS的概述
- 图表：主要情感类SNS的功能对比
- 图表：主要情感类SNS的市场定位对比分析
- 图表：主要情感类SNS的用户规模对比分析
- 图表：主要平台类SNS的全球网络流量的百分比（ALEXA数据2008年11月26日）
- 图表：典型情感类SNS的核心竞争力分析
- 图表：主要的社群类SNS概述
- 图表：主要的社群类SNS功能对比
- 图表：主要的社群类SNS的市场定位对比
- 图表：主要的社群类SNS的用户规模对比
- 图表：主要平台类SNS的全球网络流量的百分比（ALEXA数据2008年11月26日）
- 图表：主要的社群类SNS的核心竞争力对比
- 图表：典型的校园及娱乐类SNS网站概述
- 图表：典型的校园及娱乐类SNS网站功能设计对比
- 图表：典型的校园及娱乐类SNS网站市场定位对比
- 图表：典型的校园及娱乐类SNS网站用户规模对比
- 图表：主要平台类SNS的全球网络流量的百分比（ALEXA数据2008年11月26日）
- 图表：典型的校园及娱乐类SNS网站核心竞争力对比
- 图表：中国SNS市场SWOT分析一览表
- 图表：中国SNS领域目前比较明显的盈利来源说明
- 图表：2012-2016年中国网络经济市场规模预测
- 图表：2012-2016年中国SNS市场注册用户规模预测
- 图表：2012-2016年中国社区网站市场规模预测
- 图表：2012-2016年中国网民人数增长分析
- 图表：2012-2016年互联网发展趋势预测分析
- 图表：略.....

《中国SNS行业市场分析预测及投资价值评估报告（2012-2016）》系统全面的调研了SNS的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jisuanji/134718134718.html>