



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2010-2015年中国网络社区行业市场分析与发展前景咨询报告

## 一、调研说明

《2010-2015年中国网络社区行业市场分析与发展前景咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/155356.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.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、摘要、目录、图表

### 第一章 网络社区基础概述

#### 第一节 网络社区服务形式体现

一、BBS/论坛

二、贴吧

三、公告栏

四、群组讨论

五、在线聊天

六、交友

七、个人空间

八、无线增值服务

#### 第二节 网络社区服务涉及领域

#### 第三节 网络社区发展概况

一、网络社区发展历程

二、网络社区产业链

### 第二章 2009-2010年中国论坛行业运行环境解析

#### 第一节 2009-2010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、2010年中国宏观经济发展预测分析

#### 第二节 2009-2010年中国论坛行业社会环境分析

一、中国人口规模及结构分析

二、中国人口学历分析

三、中国互联网普及与用状况

四、中国网民规模分析

#### 第三节 2009-2010年中国网络社区运营软硬件环境情况分析

一、网络社区使用的博客软件中X-Space比重最高

二、没有安装使用CMS软件的社区比例超过40%

三、五成以上站长赞同在社区中加入第三方插件

四、社区中域名的使用以.com和.cn为主

五、网络社区最主要使用Windows作为主机服务器操作系统

## 六、站长了解最新技术的渠道以社区软件提供商官方社区最多

### 第三章 2009-2010年全球网络社区服务业运行透析

#### 第一节 2009-2010年全球网络社区服务业运行环境

##### 一、全球经济现状及影响分析

##### 二、全球互联网产业发展及影响分析

#### 第二节 2009-2010年全球网络社区服务业运行总况

##### 一、全球网络社区服务业特点分析

##### 二、全球知名网络社区成功运作的启示

##### 三、全球"活"在网络社区网民规模

##### 四、商业网络社区的规划与管理

#### 第三节 2010-2015年全球网络社区服务业趋势探析

### 第四章 2009-2010年中国网络社区发展新格局透析

#### 第一节 2009-2010年中国社区网站运行概况

##### 一、网络社区特点分析

##### 二、社区网站发展新进展

##### 三、网络社区类型分布及新增网络社区比重

##### 四、2009年社区营销现状分析

##### 五、社区网站运营关键因素分析

#### 第二节 2009-2010年中国网络社区运营状况分析

##### 一、管理人员人数有所提高

##### 二、资金缺乏仍是网络社区发展的最大难点

##### 三、社区站长使用百度和Google的比例不相上下

##### 四、搜索类广告使用比例最大

##### 五、网络社区收入整体有所提升

##### 六、中国社区站长属性情况

#### 第三节 2009-2010年中国社区网站盈利模式和论坛运营外包分析

##### 一、社区网站盈利模式探讨

##### 二、社区发展盈利状况分析

##### 三、社区论坛托管赢利模式分析

##### 四、论坛运营外包分析

#### 第四节 2009-2010年中国网络社区运营存在的问题探讨

### 第五章 2009-2010年中国网络社区细分运作分析——大型网络社区

#### 第一节 2009-2010年中国大型网络社区现状综述

- 一、用户规模持续稳增，社区已成主流应用
- 二、UGC成核心资源，社区建设内容为王
- 三、社区媒体价值凸显，多种模式合作共赢
- 四、服务/功能更为广泛，目标受众进一步细分

#### 第二节 2009-2010年中国大型网络社区典型企业分析

- 一、天涯
- 二、猫扑
- 三、西祠胡同

### 第六章 2009-2010年中国网络社区细分运作分析——中小论坛社区

#### 第一节 2009-2010年中国中小论坛社区基本情况

- 一、中小论坛社区成立时间
- 二、中小论坛社区类型分布
- 三、中小论坛社区管理人员
- 四、中小论坛社区盈利情况

#### 第二节 2009-2010年中国社区第三方搜索引擎使用情况分析

- 一、社区倾向在自己网站投放的广告类型
- 二、社区整体收入情况

### 第七章 2009-2010年中国用户参与网络社区行为调研

#### 第一节 用户基本属性分析

- 一、用户基本情况同整体网民对比
- 二、社区网民年龄分布情况
- 三、社区网民的职业分布情况

#### 第二节 用户行为调研分析

- 一、用户社区访问时间调研
- 二、用户登陆社区目的的调研
- 三、用户感兴趣的产品中排行

四、用户最常使用的社区功能

五、用户使用BBS服务最为看重的两大要素

## 第八章 2009-2010年中国网络社区热点领域透析——论坛（BBS）

### 第一节 论坛行业概述

一、论坛的分类与特性

二、BBS的功能与应用

三、BBS的推广

四、BBS的构建的方式

### 第二节 2009-2010年我国论坛市场动态分析

一、中美两高校围绕"绿色"举办全球论坛

二、论坛行业景气度分析

三、其它产业论坛动态分析

### 第三节 2009-2010年我国论坛行业的发展情况

一、大小论坛生存现状分析

二、2009年中国BBS论坛数量分析

三、BBS网络社会群体的总体结构特

四、我国校园论坛发展情况分析

### 第四节 2010-2015年我国论坛前景预测分析

## 第九章 2009-2010年中国网络社区热点领域透析——无线增值服务

### 第一节 2009-2010年中国无线增值服务行业产业链发展态势分析

一、无线增值行业规范仍在继续

二、CP下游延伸以获得更高利润

三、运营商控制主导SP及产业链发展方向

1、SP与运营商合作签约受制于运营商

2、SP增值业务分成比例受制于运营商财经

3、SP与运营商竞合关系将继续存在

### 第二节 2009-2010年中国无线增值业务盈利模式分析

一、SP与运营商分成模式分析

二、SP与CP分成比例分析

### 第三节 2009-2010年中国无线增值服务行业运行现状综述

- 一、无线增值业务处于发展初级阶段
- 二、无线增值市场稳定增长
- 三、新型增值业务增长空间大
- 四、短信业务平稳增长
- 五、彩铃、彩信及手机游戏等新型业务快速增长

#### 第四节 2009-2010年中国无线增值热点业务透析

- 一、短信
- 二、彩信
- 三、彩铃
- 四、IVR
- 五、WAP
- 六、KJAVA/BREW
- 七、PDA

#### 第五节 2010-2015年中国无线增值服务行业前景预测分析

### 第十章 2010-2015年中国网络社区前景预测分析

#### 第一节 2010-2015年中国网络社区发展趋势分析

- 一、网络社区多媒体化
  - 1、网络社区多媒体特征
  - 2、长尾社区凝聚成新媒体
  - 3、社区新媒体的独特价值
- 二、网络社区SNS化趋势明显
  - 1、SNS成网络社区未来发展方向
  - 2、SNS将成为未来网站建设的重要组成
  - 3、中国网站SNS服务用户交互行为分析

#### 第二节 2010-2015年中国网络社区盈利预测分析

### 第十一章 2010-2015年中国网络社区产业投资战略研究

#### 第一节 2010-2015年中国网络社区行业投资概况

- 一、网络社区行业投资特性
- 二、网络社区具有良好的投资价值
- 三、网络社区投资环境分析

## 第二节 2010-2015年中国网络社区投资机会分析

### 一、网络社区投资热点分析

### 二、网络社区投资吸引力分析

## 第三节 2010-2015年中国网络社区投资风险及防范

### 一、技术风险分析

### 二、金融风险分析

### 三、政策风险分析

### 四、竞争风险分析

## 图表目录: (部分)

图表：2005-2009年国内生产总值

图表：2005-2009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：2005-2009年年末国家外汇储备

图表：2005-2009年财政收入

图表：2005-2009年全社会固定资产投资

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2010年一季度中国三产业增加值结构图

图表：2008-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2000-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表：2005-2010年我国社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2009年我国财政收入支出走势图

图表：2009年1月-2010年4月人民币兑美元汇率中间价

图表：2010年4月人民币汇率中间价对照表

图表：2009年1月-2010年3月中国货币供应量统计表 单位：亿元



图表：2009年1月-2010年3月中国货币供应量的增速走势图

图表：2001-2009年中国外汇储备走势图

图表：2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表：2008年12月23日人民币利率调整表

图表：2007-2008年央行历次调整利率时间及幅度表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2009年中国就业人数走势图

图表：2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：1978-2009年中国城镇化率走势图

图表：2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2009年中国网络社区的营收分布

图表：2002-2011年中国搜索引擎用户覆盖率

图表：网络营销发展历程

图表：网络社区平台化设置

图表：网络社区开通SNS服务比例

图表：目前没有提供SNS服务的网络社区未来计划

图表：中国网络社区当前或计划安装的SNS软件

图表：网民经常使用的社会化网络（SNS）站点的服务/功能

图表：中国网民加入的社交网络（SNS）圈子数量

图表：中国网民拥有的社交网络（SNS）好友数量

图表：2009年中国社区网民平均每天花费在网络社区的时间

图表：中国网民经常登陆的论坛数量

图表：2009年中国网民使用社区论坛的主要目的

图表：网民在论坛BBS上询问信息的产品/服务倾向性

图表：2009年中国社区网民经常使用的社区论坛（BBS）的功能

图表：影响社区网民使用社区论坛（BBS）的最重要因素

图表：社区网民年龄分布

图表：2009年中国社区网民职业分布情况

图表：中国网络社区成立时间分布

图表：中国网络社区类型分布TOP10

图表：2009年中国网络社区运营人员人数分布

图表：2009年中国网络社区发展的难点和瓶颈

图表：2009年中国网络社区第三方搜索引擎使用情况

图表：2009年中国网络社区站长倾向的广告类型

图表：2009年中国网络社区的营收分布

图表：未来12个月中国社区站长考虑资本介入的倾向性

图表：社区站长性别比例

图表：社区站长年龄分布

图表：社区站长学历分布

图表：社区站长职业分布

图表：社区站长月收入分布

图表：天涯发展标志性事件及评析

图表：天涯社区产品

图表：天涯社区盈利模式

图表：猫扑发展标志性事件及评析

图表：猫扑产品体系

图表：猫扑盈利模式

图表：西祠胡同发展标志性事件及评析

图表：西祠胡同产品体系

图表：西祠胡同盈利模式

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/155356.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。