



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2012-2016年中国移动微博行业市场调查及未来前景预测报告

# 一、调研说明

《2012-2016年中国移动微博行业市场调查及未来前景预测研究报告》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/190257.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

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

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。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年中国移动微博行业市场调查及未来前景预测研究报告》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。

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 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 2011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 2011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 2011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 2012-2016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

通过《2012-2016年中国移动微博行业市场调查及未来前景预测研究报告》，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。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/190257.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提供专业投资咨询报告、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。