



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国网络社区发展市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008年中国网络社区发展市场分析及发展趋势研究报告》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/41125.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

网络社区经过多年的发展，用户规模保持稳定增长，已经成为主流网络应用之一；同时，社区的营销价值也开始显现。艾瑞咨询认为，目前中国网络社区的发展有以下几个特点：

- 1、 UGC成核心资源，社区建设以内容为王；
- 2、 社会化进程加速，社区进入人际时代，SNS成为网络社区未来发展趋势；
- 3、 社区服务和功能进一步完善，进一步满足细分用户不同需求；
- 4、 社区营销价值凸显，盈利模式逐渐清晰。

【 目录 】

Page4——I. 研究背景

Page5——II . 研究方法

Page6——III . 概念定义

Page7—— . 报告摘要

Page8——V.报告正文

Page8——1. 网络社区发展概况

Page——1.1.网络社区发展历程

Page10——1.2. 网络社区产业链

Page12——2. 大型网络社区发展分析

Page12——2.1. 大型网络社区发展特点

Page12——2.1.1. 用户规模持续稳增，社区已成主流应用

Page14——2.1.2. UGC成核心资源，社区建设内容为王

Page15——2.1.3. 社区媒体价值凸显，多种模式合作共赢

Page15——2.1.4. 服务/功能更为广泛，目标受众进一步细分

Page16——2.2. 大型网络社区典型企业分析

Page16——2.2.1. 天涯

Page19——2.2.2. 猫扑

Page22——2.2.3. 西祠胡同

Page25——3. 中小论坛社区发展分析

Page25——3.1. 中小论坛社区基本情况

Page25——3.1.1. 中小论坛社区成立时间

Page27——3.1.2. 中小论坛社区类型分布

Page28——3.1.3. 中小论坛社区管理人员

Page29——3.2. 中小论坛社区盈利情况

Page29——3.2.1. 社区第三方搜索引擎使用情况

Page31——3.2.2. 社区倾向在自己网站投放的广告类型

Page32——3.2.3. 社区整体收入情况

Page33——4. 网络社区发展趋势

Page33——4.1. 网络社区多媒体化

Page33——4.1.1. 网络社区多媒体特征

Page34——4.1.2. 长尾社区凝聚成新媒体

Page35——4.1.3. 社区新媒体的独特价值

Page36——4.2. 网络社区SNS化趋势明显

Page36——4.2.1. SNS成网络社区未来发展方向

Page40——4.2.2. SNS将成为未来网站建设的重要组成

Page43——4.2.3. 中国网站SNS服务用户交互行为分析

Page46——附录一. 2007年用户部分调研数据

Page46——5. 用户参与网络社区行为分析

Page46——5.1. 用户社区访问时间较长

Page47——5.2. 用户登陆社区论坛行为分析

Page48——5.3. 用户登陆社区网站首要目的是寻找解决问题办法

Page49——5.4. 用户感兴趣的产品中数码产品类居首位

Page50——5.5. 用户最常使用的社区功能

Page51——5.6. 信息的专业性和更新速度是用户使用BBS服务最为看重的两大要素

Page52——6. 用户基本属性分析

Page52——6.1. 用户基本情况同整体网民对比

Page53——6.2. 社区网民年龄分布情况

Page54——6.3. 社区网民的职业分布情况

Page55——附录二. 2007年站长部分调研数据

Page55——7. 网络社区基本情况

Page55——7.1. 新增网络社区比重大

Page56——7.2. 网络社区类型分布

Page57——8. 网络社区运营软硬件环境情况

Page57——8.1. 网络社区使用的博客软件中X-Space比重最高

Page58——8.2. 没有安装使用CMS软件的社区比例超过40%

Page59——8.3. 五成以上站长赞同在社区中加入第三方插件

Page60——8.4. 社区中域名的使用以.com和.cn为主

Page61——8.5. 网络社区最主要使用Windows作为主机服务器操作系统

Page62——8.6. 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

Page63——9. 网络社区运营状况

Page63——9.1. 管理人员人数有所提高

Page64——9.2. 资金缺乏仍是网络社区发展的最大难点

Page65——9.3. 社区站长使用百度和Google的比例不相上下

Page66——9.4. 搜索类广告使用比例最大

Page67——9.5. 网络社区收入整体有所提升

Page69——10. 中国社区站长属性情况

Page74——法律声明

图目录

Page32——图3- 8 20 08年中国网络社区的营收分布

Page34——图4- 12002-2011年中国搜索引擎用户覆盖率

Page35——图4- 2网络营销发展历程

Page37	——图4- 3网络社区平台化设置
Page40	——图4- 4网络社区开通SNS服务比例
Page41	——图4- 5目前没有提供SNS服务的网络社区未来计划
Page42	——图4- 6中国网络社区当前或计划安装的SNS软件
Page43	——图4- 7网民经常使用的社会化网络（SNS）站点的服务/功能
Page44	——图4- 8中国网民加入的社交网络（SNS）圈子数量
Page45	——图4- 9中国网民拥有的社交网络（SNS）好友数量
Page46	——图5- 1 2008年中国社区网民平均每天花费在网络社区的时间
Page47	——图5- 2 中国网民经常登陆的论坛数量
Page48	——图5- 3 2008年中国网民使用社区论坛的主要目的
Page49	——图5- 4 网民在论坛BBS上询问信息的产品/服务倾向性
Page50	——图5- 5 2008年中国社区网民经常使用的社区论坛（BBS）的功能
Page51	——图5- 6 影响社区网民使用社区论坛（BBS）的最重要因素
Page53	——图6- 1 社区网民年龄分布
Page54	——图6- 2 2008年中国社区网民职业分布情况
Page55	——图7- 1 中国网络社区成立时间分布
Page56	——图7- 2 中国网络社区类型分布TOP10
Page63	——图9- 1 2008年中国网络社区运营人员人数分布
Page64	——图9- 2 2008年中国网络社区发展的难点和瓶颈
Page65	——图9- 3 2008年中国网络社区第三方搜索引擎使用情况
Page66	——图9- 4 2008年中国网络社区站长倾向的广告类型
Page67	——图9- 5 2008年中国网络社区的营收分布
Page68	——图9- 6 未来12个月中国社区站长考虑资本介入的倾向性
Page69	——图10- 1 社区站长性别比例
Page70	——图10- 2 社区站长年龄分布
Page71	——图10- 3 社区站长学历分布
Page72	——图10- 4 社区站长职业分布
Page73	——图10- 5 社区站长月收入分布

表目录

Page16	——表2- 1天涯发展标志性事件及评析
Page17	——表2- 2天涯社区产品

Page18	——表2- 3天涯社区盈利模式
Page19	——表2- 4猫扑发展标志性事件及评析
Page20	——表2- 5猫扑产品体系
Page21	——表2- 6猫扑盈利模式
Page22	——表2- 7西祠胡同发展标志性事件及评析
Page23	——表2- 8西祠胡同产品体系
Page24	——表2- 9西祠胡同盈利模式

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/41125.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）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。