



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2005-2006年中国即时通讯市场 及投资机会研究年度报告

## 一、调研说明

《2005-2006年中国即时通讯市场及投资机会研究年度报告》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/43347.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

**报告推荐** 2005年被定义为中国即时通讯发展的元年，市场竞争正处在最激烈的时期，除了老牌即时通讯厂商，各大门户网站和电信运营商也纷纷推出自己的产品，争夺市场份额。2005年全球即时通讯用户达9.2亿，中国即时通讯用户达到8500万，并且以年均25%的速度在增长。预计今后几年内，即时通讯将会超过电子邮件成为互联网用户最广泛使用的通讯手段。

毫无疑问，不论是业内的竞争厂商、广大用户还是各大媒体，他们的视线都或多或少的被淹没于即时通讯迅速崛起和复杂竞争所引起的硝烟之中。目前，即时通讯软件的安全性、专业化整合、互联互通的技术实现和互联互通后如何保持甚至加强产品的竞争力成为各厂商亟待解决的问题。此外，当今中国企业用户对即时通讯软件应用的管理并不规范，也导致了企业自身的安全存在诸多问题。

《2005 - 2006年中国即时通讯市场及投资机会研究年度报告》，试图将那些被宏观信息数据所淹没的即时通讯供应商带到深入细致的分析和客观理性的判断之上。该报告将着重分析即时通讯市场的相关问题并给出科学合理的解决方案。

历时10个月的深入研究，研究咨询专家共走访了数十个供应商和企业用户，在获取大量第一手权威信息的基础上，针对中国即时通讯市场规模、市场结构、发展趋势和供应商竞争力等多方面进行了精确独到的分析。

从多角度透视2005年的中国即时通讯市场，提供系统科学的竞争力评估方法，协助各供应商明确竞争地位并制定竞争策略，为企业级用户产品选择提供借鉴，对政府部门出台即时通讯甚至IT市场的相关政策提供支撑，同时为投资者和潜在进入者进入策略提供参考，是本报告的最大价值。

**报告亮点** \*通过广泛的调查研究，结合赛迪顾问自身的庞大数据库，展现最及时、最全面、最可靠的即时通讯市场数据资源。

\*通过详实的数据和可靠的信息，全面描述全球和中国即时通讯市场概况，深入分析用户消费行为，通过大量图表等表现形式，帮助企业更直观、更全面的了解即时通讯市场现状及发展态势。

\*通过对中国即时通讯市场主要竞争厂商进行竞争力评估和对垂直市场、平行市场的深入分析，更深一步探求市场竞争现状，使竞争厂商了解自己在竞争中的地位，同时为企业用户和政府用户的信息提供有价值的参考。

\*对目前即时通讯市场盈利模式和盈利状况进行详细分析，掌握即时通讯市场的投资机会，为投资者进入市场准确把握切入点，提供制定进入策略的决策支持，为主要市场竞争者找到未来业务发展重点和恰当模式。

\*在掌握投资机会的基础上，分析影响市场发展的内外部因素，预测市场未来发展趋势，针对即时通讯市场发展的瓶颈提出合理化建议，为市场竞争者制定正确的战略决策提供支持和借鉴。

研究对象 1

主要结论 1

## 一、2005年全球即时通讯市场现状与特点 3

### (一) 发展现状与特点 3

#### 1、全球即时通市场规模与增长 3

#### 2、市场特点 4

### (二) 重点国家和地区发展概要 5

#### 1、美国市场，MSN和雅虎互联互通抗衡AOL霸主地位 5

#### 2、日本VOIP 用户全球领先 6

#### 3、欧洲即时通讯产业，SKYPE发展显著 7

## 二、2005年中国即时通讯市场发展状况 8

### (一) 市场现状与特点 8

#### 1、市场规模与增长 8

#### 2、特点 9

### (二) 市场结构 12

#### 1、产品结构 12

#### 2、区域结构 14

#### 3、品牌结构 16

## 三、2005年中国即时通讯市场重点企业市场竞争力评价 20

### (一) 重点企业市场竞争力状况 20

#### 1、腾讯依旧领跑中国即时通讯市场 20

#### 2、微软MSN逐渐显现强大的竞争力 22

#### 3、新浪UC成功挤进个人应用三甲 23

#### 4、网易POPO打造多媒体即时通讯平台 24

#### 5、阿里巴巴 - 贸易通要作商务通讯霸主 25

#### 6、买卖通TM力求弥补用户需求 26

### (二) 重点企业竞争力综合评价 27

#### 1、竞争力指标评价体系 27

#### 2、重点企业竞争力状况 28

## 四、2006 - 2010年中国即时通讯市场用户消费行为分析 30

## (一) 个人用户 30

- 1、用户的基本属性分析 30
- 2、用户的消费习惯分析 32
- 3、潜在用户需求分析 32

## (二) 企业用户 33

- 1、基本属性分析 33
- 2、用户的消费习惯分析 33
- 3、潜在用户需求分析 35

## 五、中国即时通讯市场发展趋势分析及预测 37

### (一) 发展趋势 37

- 1、政策法规趋势 37
- 2、产品技术趋势 37
- 3、产品服务趋势 38
- 4、区域市场趋势 41

### (二) 市场预测 41

- 1、规模预测 41
- 2、结构预测 43

## 六、中国即时通讯市场投资机会分析 45

### (一) 盈利模式和盈利状况 45

- 1、即时通讯互联网增值业务 45
- 2、即时通讯无线与固网增值业务 46
- 3、即时通讯广告业务 46

### (二) 投资价值评估 47

- 1、指标体系 47
- 2、投资价值评估 48

### (三) 投资机会分析 49

- 1、企业应用 49
- 2、个人应用 50

## 七、建议 52

## (一) 对现有服务商 52

- 1、实施差异化战略 52
- 2、深入研究用户需求 53
- 3、与用户进行价值沟通 53

## (二) 对投资者 54

- 1、主攻即时通讯的企业应用 54
- 2、进入前要明确市场定位 54

## 报告说明 55

## 表目录

- 表1 重点企业级即时通讯产品概况 12
- 表2 重点个人级即时通讯产品概况 14
- 表3 2005年中国即时通讯区域结构分布 15
- 表4 中国重点即时通讯产品用户规模 18
- 表5 中国即时通讯重点企业和品牌 19
- 表6 赛迪顾问即时通讯企业竞争力评价体系 27
- 表7 中国个人即时通讯重点企业竞争力评估结果 28
- 表8 中国商用即时通讯企业竞争力评估结果 29
- 表9 投资价值评估指标体系 47
- 表10 个人应用和企业应用的投资价值评估 48

## 图目录

- 图1 2003 - 2005年全球即时通讯用户市场规模 3
- 图2 2005年全球用户市场结构 4
- 图3 2005年全球即时通讯发送量比例结构 4
- 图4 全美即时通讯市场份额 6
- 图5 2005 - 2008年即时通讯用户规模 8
- 图6 2005 - 2008年中国即时通讯市场规模 9
- 图7 2005年中国即时通讯市场个人及企业用户份额 10
- 图8 2005年中国即时通讯市场区域分布 15
- 图9 2005年中国即时通讯市场品牌结构 17
- 图10 腾讯主要业务盈利情况 20

图11	2005年中国即时通讯个人用户年龄结构	30
图12	2005年中国个人即时通讯用户的上网目的	31
图13	2005年中国即时通讯市场个人用户性别结构	31
图14	2005个人用户对即时通讯软件各项功能的使用情况	32
图15	2005年中国企业用户对即时通讯的使用倾向	33
图16	2005年中国企业用户即时通讯需求	34
图17	网站广告与即时通讯软件效果对比	34
图18	企业用户应用即时通讯软件领域比较	35
图19	企业用户和个人用户使用率比较	35
图20	2006 - 2010年全球即时通讯用户规模预测	42
图21	2006 - 2010年中国即时通讯用户规模预测	42
图22	2006 - 2010年中国即时通讯市场规模预测	43
图23	2006 - 2010年中国即时通讯市场结构预测	44
图24	2003 - 2005年中国即时通讯市场互联网增值服务盈利状况	45
图25	2003 - 2005年中国即时通讯市场无线与固网增值服务盈利状况	46
图26	2001 - 2005年腾讯广告收入规模与增长	47

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43347.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。