



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年论坛行业竞争格局 与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年论坛行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/98037.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

互联网正成为舆论形成的新型重要大众媒介，也成为民意表达的新的平台。中国互联网的舆论平台已经十分发达。几乎每个门户网站都设有BBS论坛，中国目前约拥有130万个BBS论坛，数量为全球第一。与发达国家的网民相比，中国的网民更年轻，25岁以下网民占到51%，30岁以下的网民占到70%左右，年轻人成为网民的主力军，他们更乐于对社会、文化、经济方面的话题发表自己的看法。在这些年轻网民中，拥有大专及大专以上学历的占到40%，较高的学历决定了他们参与网络话题的热情较高，发言的质量也较高。具有社交网络和博客双重功能的“网络社区”，已成为全球互联网用户的新宠。据调查，网络社区的登录人数达全球互联网用户的2/3（67%），超过电子邮件，成为全球第四大受欢迎的互联网服务。其发展速度是其它四大互联网服务（搜索、门户网站、电脑软件和电子邮件）的两倍。据调查，38.8%的网民经常访问社区中的论坛BBS，用户规模达到9822万人，论坛BBS仍是网络社区的主要应用之一。在2.53亿网民中，网络社区中的论坛/BBS访问率为38.8%，用户规模接近1亿，达到9822万人，是中国互联网十大应用之一。中国论坛/BBS的普及率极高，从门户到行业网站，从地区门户到个人站点，几乎80%以上网站均拥有独立的论坛BBS。网络社区为用户粘性较高的网络服务，未来社区的发展还有很大的上升空间。

目前，中国的论坛行业尚处于初步发展时期。纵观世界经济论坛、《财富》全球论坛和博鳌亚洲论坛，这些国际著名论坛的成功经验可供中国论坛业参考借鉴。首先，建立优秀的论坛品牌形象。论坛品牌形象的建立分为两个阶段：初始品牌形象建立阶段和长期品牌形象培育阶段。其次，培育长期品牌形象的成功要素。在论坛的长期品牌形象培育阶段，其关键成功因素，一是为会员或参与者带来关键利益，二是论坛议题对全球、区域或行业的重要意义。最后，论坛商业盈利模式和网络论坛的盈利模式有所不同，但收入主要有3种来源：会员会费、会议赞助费、参会费。论坛的盈利能力需要一个逐步培养的过程。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、国家经济信息中心、中国互联网协会、以及国内外知名论坛如博鳌亚洲论坛、亚洲财富论坛、天涯虚拟社区、猫扑网等提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国论坛行业进行了分析研究。报告对我国论坛行业的发展概况、发展环境、发展现状和知名论坛等情况作了详细的分析，报告还重点研究了我国网络社区行业发展现状和趋势格局。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为论坛行业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。报告同时对论坛赢利方式及行业政策制定和欲进入的投资集团提供了准确的情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 论坛行业发展概述

第一节 论坛行业概述

一、论坛的定义

二、论坛的特性

第二节 论坛的主要特点及分类

一、论坛的特点

二、论坛的分类

第三节 论坛的发展概况

一、BBS的发展历史

二、BBS在中国发展概况

三、BBS的构建的方式

第二章 国外论坛行业发展分析

第一节 国际论坛行业发展轨迹综述

一、国际论坛行业发展历程

二、国际论坛行业发展问题

三、国际论坛发展现状及趋势

第二节 2008年全球论坛发展分析

一、2008年全球论坛市场状况

二、2008年全球论坛市场结构

三、2008年全球论坛市场规模

第三节 2009年全球论坛发展分析

一、2009年全球论坛市场状况

二、2009年全球论坛市场结构

三、2009年全球论坛市场规模

第三章 我国论坛行业发展现状

第一节 2008年我国论坛市场发展现状

一、2008年我国论坛市场发展分析

二、2009年我国论坛市场发展分析

三、2009年论坛行业景气状况分析

第二节 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、2009年BBS发展状况调查分析

四、2009年国内BBS的现状与展望

第三节 论坛群体的发展特征

一、BBS网络社会群体的总体结构特

二、论坛群体成员地位的形成

三、论坛群体内部人际交往特征

第四节 校园论坛发展情况

一、校园论坛特点及结构分析

二、校园BBS营销分析

三、校园论坛分区发展前景

第五节 世界知名论坛成功运作的启示

一、建立优秀的论坛品牌形象

二、培育长期品牌形象的成功要素

三、论坛商业盈利模式

第四章 网络社区发展分析

第一节 社区网站发展概况

一、社区网站的发展历程

二、社区网站运营关键因素分析

三、社区网站的发展过程分析

第二节 网络社区发展现状

一、网络社区发展概况

二、2008年网络社区格局分析

三、2008年社区深度用户发展分析

四、2009年网络社区发展态势

五、2009年社区营销现状及未来展望

第三节 中国校园社区发展调查分析

- 一、中国大学生市场前景分析
- 二、脸谱网 (Facebook) 分析
- 三、中国的校园社区现状
- 四、SNS社区分析
- 五、开放注册分析
- 六、盈利模式分析

第二部分 行业竞争格局

第五章 论坛行业竞争格局分析

第一节 中国论坛行业结构分析

- 一、行业的省份分布概况
- 二、行业销售集中度分析
- 三、行业利润集中度分析
- 四、行业规模集中度分析

第二节 中国论坛产业竞争状况

- 一、我国论坛行业品类竞争现状
- 二、我国论坛企业的竞争力分析
- 三、中国论坛行业并购重组状况
- 四、我国论坛行业并购整合分析

第三节 论坛行业竞争格局分析

- 一、2008年国内外论坛竞争分析
- 二、2008年我国论坛市场竞争分析
- 三、2008年我国论坛市场集中度分析
- 四、2009年国内主要论坛企业动向

第六章 论坛企业竞争策略分析

第一节 论坛市场竞争策略分析

- 一、2009年论坛市场增长潜力分析
- 二、2009年论坛主要潜力品种分析
- 三、现有论坛产品竞争策略分析
- 四、潜力论坛品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 论坛企业竞争策略分析

- 一、金融危机对论坛行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后论坛行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国论坛市场竞争趋势
- 四、2009-2012年论坛行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年论坛行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年论坛企业竞争策略分析

第七章 世界论坛重点企业发展分析

第一节 博鳌亚洲论坛

- 一、博鳌亚洲论坛概况
- 二、博鳌亚洲论坛章程
- 三、2009年论坛动态
- 四、2008年博鳌亚洲论坛亮点分析

第二节 亚洲财富论坛

- 一、亚洲财富论坛概况
- 二、亚洲财富论坛业务分析

第三节 世界经济论坛（达沃斯论坛）

- 一、世界经济论坛概况
- 二、世界经济论坛的影响力

第四节 天涯虚拟社区

- 一、论坛概况
- 二、论坛竞争力
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第五节 猫扑网

- 一、论坛概况
- 二、论坛竞争力
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第六节 网易论坛

- 一、论坛概况
- 二、论坛竞争力
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第七节 大旗网 211

- 一、论坛概况
- 二、论坛竞争力
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第八节 中华网论坛 218

- 一、论坛概况
- 二、论坛竞争力
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第九节 奇虎论坛 227

- 一、论坛概况
- 二、论坛竞争力
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第十节 西祠胡同 231

- 一、论坛概况
- 二、论坛竞争力
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第十一节 新华网论坛 246

- 一、论坛概况
- 二、论坛竞争力
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第八章 论坛行业发展趋势分析

第一节 网络社区发展趋势

- 一、中国社区网站创新发展趋势
- 二、2009-2012年中国社区网站发展趋势
- 三、2009-2012年网络社区发展趋势
- 四、未来网络社区的发展方向

第二节 论坛发展的动力趋势分析

- 一、精英文化
- 二、人气力量
- 三、特色吸引
- 四、斑竹和板油
- 五、生活方式

第三节 2009-2012年中国论坛市场趋势分析

- 一、2008-2009年我国论坛市场趋势总结
- 二、2009-2012年我国论坛发展趋势分析
- 三、2009-2012年我国论坛市场发展空间
- 四、2009-2012年我国论坛产业政策趋向

第九章 论坛的赢利模式及发展策略

第一节 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

第二节 论坛的盈利模式分析

- 一、论坛的赢利模式类型分析
- 二、论坛盈利的有效实用模式
- 三、论坛盈利的新方向

第三节 论坛发展基本策略分析

- 一、论坛发展策略之诚信策略
- 二、论坛发展之领导班子策略
- 三、论坛发展之宣传策略
- 四、论坛发展之推广战略

五、论坛发展之营销策略

第四部分 投资战略研究

第十章 论坛行业投资现状分析

第一节 2008年论坛行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1季度论坛行业投资情况分析

- 一、2009年1季度总体投资及结构
- 二、2009年1季度投资规模情况
- 三、2009年1季度投资增速情况
- 四、2009年1季度分行业投资分析
- 五、2009年1季度分地区投资分析
- 六、2009年1季度外商投资情况

第十一章 论坛行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年论坛行业政策环境
- 二、2009年国内宏观政策对其影响
- 三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2009年社会环境发展分析
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第四节 电子产业振兴规划

- 一、电子产业振兴规划概述
- 二、电子产业振兴规划细则
- 三、电子产业振兴规划三大任务
- 四、电子产业振兴规划六大工程
- 五、电子产业振兴规划十项措施
- 六、电子产业振兴规划的意义与作用
- 七、电子产业振兴规划对论坛行业的影响

第十二章 论坛行业投资机会与风险

第一节 论坛行业投资效益分析

- 一、2008-2009年论坛行业投资状况分析
- 二、2009-2012年论坛行业投资效益分析
- 三、2009-2012年论坛行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年论坛行业的投资方向
- 五、2009-2012年论坛行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响论坛行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响论坛行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响论坛行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响论坛行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国论坛行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国论坛行业发展面临的机遇分析

第三节 论坛行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年论坛行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年论坛行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年论坛行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年论坛行业技术风险及控制策略
- 五、2009-2012年论坛同业竞争风险及控制策略
- 六、2009-2012年论坛行业其他风险及控制策略

第十三章 论坛行业投资战略研究

第一节 论坛行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国论坛品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、论坛实施品牌战略的意义

三、论坛企业品牌的现状分析

四、我国论坛企业的品牌战略

五、论坛品牌战略管理的策略

第三节 论坛行业投资战略研究

一、2009年电子产业行业投资战略

二、2009年论坛行业投资战略

三、2009-2012年论坛行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：最近几年论坛市场规模

图表：2008年全球论坛市场结构分布

图表：2007-2009年全球论坛市场增长情况

图表：2007-2009年中国论坛市场增长率

图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2008年居民消费价格涨跌幅度

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2008年年末国家外汇储备

图表：2004-2008年税收收入及其增长速度

图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2008年工业增加值及其增长速度

图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2008年年末电话用户数

图表：2008年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2008年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2008年年末各类教育招生人数

图表：2008年人口数及其构成

图表：2004-2008年农村居民村收入及其增长速度

图表：2004-2008年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009年1-3月工业生产主要指标

图表：2008-2009年3月全国居民消费价格指数

图表：2008-2009年3月工业品出厂价格指数

图表：2008年1-12月主要行业累计亏损总额同比增长显著上升

图表：2008年1-12月主要行业累计从业人员同比增长回落

图表：2005-2009年3月中国网民人数增长情况

图表：2005-2009年3月中国互联网普及率

图表：2005-2009年3月全球部分国家互联网普及率比较

图表：2009年3月网民性别结构

图表：2009年3月和2008年12月分性别互联网普及率比较

图表：2009年3月网民年龄结构

图表：2008年上半年各年龄段网民增长量

图表：2009年3月网民学历结构

图表：2009年3月网民职业结构

图表：2009年3月网民收入结构

图表：2009年3月学生网民与非学生网民个人月收入分布对比

图表：2009年3月互联网基础资源数量增长情况

图表：2009年3月中国IPv4地址数量增长情况

图表：2009年3月中国分类域名数

图表：2009年3月CN域名数量增长情况

图表：2009年3月中国分类CN域名数

图表：2009年3月中国网站数量增长情况

图表：2009年3月中国分类网站数

图表：2009年3月中国国际出口带宽增长情况

图表：2009年3月八家骨干网的国际出口带宽

图表：2008年网民上网设备情况

图表：2008年网民上网地点情况

图表：2009年3月网吧网民与总体网民年龄对比

图表：2008年网民最经常上网的地点

图表：2009年3月网民每周上网时长

图表：2009年3月网民每周上网时长

图表：2009年3月网民上网时长历时对比

图表：2009年3月家庭上网接入费用

图表：2009年3月网民在网吧的月均上网费用

图表：2009年3月中国手机有效卡数增长情况

图表：2009年3月中国使用手机上网的网民数量变化情况

图表：2009年3月使用手机上网的网民与总体网民年龄结构对比

图表：2009年3月网络应用使用率和用户规模

图表：2009年3月和2008年12月网络应用使用率排名变化

图表：2009年3月搜索引擎使用率和变化情况

图表：2009年3月电子邮件使用率和变化情况

图表：2009年3月即时通信使用率和变化情况

图表：2009年3月网络新闻阅读率和变化情况

图表：2009年3月博客/个人空间更新率变化情况

图表：2009年3月网络音乐使用率和变化情况

图表：2009年3月网络游戏使用率和变化情况

图表：2009年3月玩家每周花在角色扮演类网络游戏上的时间

图表：2009年3月玩家每周花在角色扮演类网络游戏上的平均时长

图表：2009年3月网络购物使用率和变化情况

图表：2009年3月网上支付使用率变化情况

图表：2009年3月网络社区相关网络应用使用情况

图表：2009年3月网上金融/网上求职/网上教育使用率

图表：2009年3月互联网对网民各方面帮助程度得分

图表：2009年3月认为互联网非常有帮助和有帮助的网民比例

图表：2009年3月互联网对网民各方面帮助程度打分情况分布

图表：2009年3月网民对互联网信任度得分

图表：2009年3月认为互联网非常可信和可信的网民比例

图表：2009年3月网民对互联网信任度打分情况分布

图表：2009年3月网民对互联网心理依赖度得分

图表：2009年3月非常同意和同意对互联网有一定依赖的网民比例

图表：2009年3月网民对互联网心理依赖度打分情况分布

图表：中国大陆地区与港澳台地区IPv4地址数

图表：IPv4地址分配单位表

图表：中国大陆与港澳台地区IPv6地址数

图表：中国大陆地区IPv6地址分配表

图表：表A4各省IPv4地址数

图表：分省域名数和分省CN域名数

图表：分省网站数

图表：中国.CN下的分类网站数

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/98037.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。