

2009-2010年中国即时通讯 行业市场研究及投资发展预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2009-2010年中国即时通讯行业市场研究及投资发展预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200906/18220.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

第一章 2008-2009年中国即时通讯行业市场发展环境分析

一、2008-2009年中国经济发展环境分析

- (一) 2009年第一季度中国宏观经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2008-2009年中国即时通讯市场政策环境分析

- (一) 互联网信息服务管理办法
- (二) 相关行业政策
- (三) 法律法规

三、2008-2009年中国即时通讯市场社会环境分析

- (一) 电脑及互联网的普及
- (二) 信息时代来临

第二章 即时通讯相关概述

一、即时通讯的界定

二、即时通讯的分类

- (一) 电话即时通讯手机
- (二) 网站即时通讯

三、即时通讯软体

四、PC即时通信向手机客服端转移特点

五、即时通讯的安全问题

第三章 2008-2009年全球即时通讯行业整体运营状况分析

一、2008-2009年全球即时通讯行业市场运行格局

- (一) 全球即时通讯市场特征分析
- (二) 全球即时通讯市场发展动态分析
- (三) 国际即时通讯市场MSN运行走势
- (四) 全球15家运营商瞄上即时通讯

二、2008-2009年全球即时通讯品牌主要国家分析

- (一) 美国即时通信市场运行状况
- (二) 日本即时通信产业运行格局
- (三) 欧洲手机即时通信用户数高速增长

三、2009-2012年全球即时通讯行业发展趋势分析

第四章 2008-2009年中国即时通讯行业市场运行态势剖析

一、2008-2009年中国即时通讯行业发展动态分析

(一) 火科技:263正式推出企业即时通讯软件

(二) 多用途聊天软件Pidgin 2.5.6发布

二、2008-2009年中国即时通讯市场发展现状分析

(一) 中国即时通讯迈入新纪元

(二) 中国网络即时通讯全球第一

(三) 即时通讯软件转舵

(四) 国内EIM产品应用进入成熟期

三、2008-2009年中国及时通讯技术分析

(一) 即时通讯技术突飞猛进

(二) 中国及时通讯技术新进展

四、2008-2009年中国即时通讯产业存在的问题

第五章 2008-2009年中国即时通讯业市场规模分析

一、即时通讯业市场运营特点分析

二、2008-2009年中国即时通讯业市场规模

(一) 08年即时通讯用户规模超2亿

(二) 即时通讯活跃账户数达5.1亿

(三) 1季度中国即时通讯市场累计注册账户数达16.1亿

三、中国企业邮箱产业规模超6亿

四、企业即时通讯平台GKE与RTX

五、09年一季度中国即时通讯市场总体依然保持稳定

第六章 2008-2009年中国即时通讯行业应用状况分析

一、个人即时通讯

(一) 个人即时通讯相关介绍

(二) 个人即时通讯市场分析

(三) 个人即时通讯网络安全现状及问题

二、商务即时通讯

(一) 商务即时通讯相关概述

(二) 即时通讯10强分析

(三) 中国商务即时通讯的前景分析

三、企业即时通讯

- (一) 2008年企业即时通讯发展三大特点
- (二) 08年中国企业即时通讯市场终端用户达2236万
- (三) 企业即时通讯市场爆发在即
- (四) 腾讯发布企业即时通讯新方案
- (五) 08年企业即时通讯市场三大发展趋

四、行业即时通讯

- (一) 行业即时通讯阐述
- (二) 腾讯积极开拓行业即时通讯市场
- (三) 物流行业即时通讯软件分析

第七章 2008-2009年中国即使通讯市场深度调研

一、中国即时通讯用户特征分析

- (一) 男女性别比例
- (二) 即时通讯用户的职业结构
- (三) 即时通讯用户仍然以低收入状况
- (四) 受教育程度

二、中国即时通讯用户使用习惯分析

- (一) 用户使用即时通讯软件的频率分析
- (二) 用户最常用的即使通讯软件
- (三) 用户使用即时通讯软件的目的

三、影响用户选择即时通讯工具的因素分析

四、中国即时通讯用户使用安全防护措施情况

第八章 2008-2009年中国即时通讯市场竞争格局透析

一、2008-2009年中国即时通讯市场竞争格局

- (一) 即时通讯市场竞争将日益激烈
- (二) 中国即时通讯竞争新焦点聚

二、2008-2009年中国即时通讯市场竞争动态分析

- (一) 腾讯与MSM商务办公应用之争
- (二) 门户网站即时通讯免费短信大战
- (三) 大电信运营商与IDG强势进军即时通讯市场

三、中国即时通讯行业竞争中存的问题

四、2009-2012年中国即时通讯行业竞争趋势分析

第九章 国内外即时通讯重点企业分析

- 一、腾讯
- 二、微软
- 三、TOM-Skype
- 四、新浪
- 五、网易
- 六、淘宝
- 七、阿里巴巴
- 八、Yahoo

第十章 2009-2012年中国即时通讯行业发展趋势及投资分析

一、2009-2012年中国即时通讯行业发展前景分析

- (一) 中国即时通讯市场发展展望
- (二) 未来中国即时通讯软件市场前景分析
- (三) 即时通讯技术的巨大潜力

二、2009-2012年中国即时通讯行业发展趋势分析

- (一) 即时通讯的发展趋势
- (二) 即时通讯软件三大趋势探析

三、2009-2012年中国即时通讯行业市场预测分析

- (一) 2009年中国移动即时通信市场规模将超过50亿元
- (二) 即时通讯市场同时在线人数增长预测
- (三) 电子邮件必将被即时通讯取代

四、2009-2012年中国即时通讯行业投资分析

- (一) 中国即时通讯行业投资环境分析
- (二) 中国即时通讯行业投资机会分析
- (三) 中国即时通讯行业投资风险分析

图表目录（部分）：

图表：2007-2009年国内生产总值实际增长率（当季）

图表：2007-2009年三大产业增加值增长率（累计）

图表：2007-2009年工业增加值增长率（当月）

图表：2007-2009年城镇投资和房地产开发投资增速反弹

图表：2007-2009年社会消费品零售总额增长率

图表：2007-2009年居民消费价格指数与工业品出厂价格指数走势图

图表：2007-2009年进出口总值增长走势图

图表：2007-2009年货币供应量增长走势图

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200906/18220.html>