

# 2017-2022年中国微博产业 市场调研及发展战略研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国微博产业市场调研及发展战略研究报告》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/201612/139370.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

微博（Weibo），即微型博客（MicroBlog）的简称，也即是博客的一种，是一种通过关注机制分享简短实时信息的广播式的社交网络平台。

微博是一个基于用户关系信息分享、传播以及获取的平台。用户可以通过WEB、WAP等各种客户端组建个人社区，以140字（包括标点符号）的文字更新信息，并实现即时分享。微博的关注机制分为可单向、可双向两种。

微博作为一种分享和交流平台，其更注重时效性和随意性。微博客更能表达出每时每刻的思想和最新动态，而博客则更偏重于梳理自己在一段时间内的所见、所闻、所感。因微博而诞生出微小说这种小说体裁。

2014年3月27日晚间，在中国微博领域一枝独秀的新浪微博宣布改名为“微博”，并推出了新的LOGO标识，新浪色彩逐步淡化。

微博包括新浪微博，腾讯微博，网易微博，搜狐微博等等，但如若没有特别说明，微博就是指新浪微博。

报告目录;

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

一、年龄

## 二、学历

## 三、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

### 第四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2016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

## 第六章中国微博用户调研分析

### 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

第二节2014-2016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分析

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2017-2022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

更多图表见正文。。。

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201612/139370.html>