

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

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>