

## 2024-2029年中国社交网络行业深度分析与投资前景预测报告

## 报告简介

中道泰和通过对社交网络行业长期跟踪监测，分析社交网络行业需求、供给、经营特性、获取能力、产业链和价值链等多方面的内容，整合行业、市场、企业、用户等多层面数据和信息资源，为客户提供深度的社交网络行业研究报告，以专业的研究方法帮助客户深入的了解社交网络行业，发现投资价值和投资机会，规避经营风险，提高管理和运营能力。社交网络行业报告是从事社交网络行业投资之前，对社交网络行业相关各种因素进行具体调查、研究、分析，评估项目可行性、效果效益程度，提出建设性意见建议对策等，为社交网络行业投资决策者和主管机关审批的研究性报告。以阐述对社交网络行业的理论认识为主要内容，重在研究社交网络行业本质及规律性认识的研究。社交网络行业研究报告持续提供高价值服务，是企业了解各行业当前最新发展动向、把握市场机会、做出正确投资和明确企业发展方向不可多得的精品资料。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，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、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、国内外相关报刊杂志的基础信息以及社交网络专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国社交网络的行业现状、市场各类经营指标的情况、重点企业状况、区域市场发展情况等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对社交网络业务的发展进行详尽深入的分析，并根据社交网络行业的政策经济发展环境对社交网络行业潜在的风险和防范建议进行分析。最后提出研究者对社交网络行业的研究观点，以供投资决策者参考。

## 报告目录

## 第一章 全球社交网络行业发展现状及趋势

## 1.1 全球社交网络行业发展现状及趋势

## 1.1.1 全球社交网络市场规模分析

## 1.1.2 全球社交网络用户规模分析

## 1.1.3 全球社交网络排名分析

## 1.1.4 全球社交网络发展趋势分析

(1)主流社交网络用户增幅持续下降

(2)长尾社交应用继续涌现并快速增长

(3)从用户量剧增到广告收入剧增

(4)社交购物将广泛普及

(5)FacebookLive将使流媒体直播成为主流

(6)社交媒体客服质量显著提升

1.2 美国社交网络行业发展现状及趋势

1.2.1 美国社交网络市场规模分析

1.2.2 美国社交网络用户规模分析

1.2.3 美国社交网络渗透率分析

1.2.4 美国社交网络用户粘性分析

1.2.5 美国社交网络盈利模式分析

(1)网络广告

(2)用户付费

1.2.6 美国社交网络广告支出市场地位

1.2.7 美国社交网络发展趋势分析

(1)社交媒体将继续作为重要新闻信源

(2)年轻用户青睐“阅后即焚”App

(3)社交平台增长不再一往无前——Facebook四年无显著增长

1.3 英国社交网络行业发展现状及趋势

1.3.1 英国社交网络市场规模分析

1.3.2 英国社交网络用户规模分析

1.3.3 英国社交网络渗透率分析

1.3.4 英国社交网络用户粘性分析

1.3.5 英国社交网络盈利模式分析

1.3.6 英国社交网络广告支出市场地位

1.3.7 英国社交网络发展趋势分析

1.4 日本社交网络行业发展现状及趋势

1.4.1 日本社交网络市场规模分析

1.4.2 日本社交网络用户规模分析

1.4.3 日本社交网络渗透率分析

1.4.4 日本社交网络用户粘性分析

1.4.5 日本社交网络盈利模式分析

1.4.6 日本社交网络发展趋势分析

## 第二章 中国社交网络行业发展现状分析

### 2.1 中国社交网络行业整体现状分析

2.1.1 行业发展现状分析

2.1.2 行业市场规模分析

2.1.3 行业发展有利因素

(1)互联网产业的飞速发展

(2)国家宏观经济环境的驱动

(3)文化多元化的推动

(4)智能手机的普及

### 2.2 中国社交网络行业用户分析

2.2.1 行业用户规模分析

2.2.2 行业用户渠道分析

2.2.3 用户使用频率分析

2.2.4 行业用户粘性分析

### 2.3 中国PC端移动端社交网络分析

2.3.1 PC端社交网络市场分析

(1)PC端社交网络发展现状分析

(2)PC端社交网络用户特征分析

(3)PC端社交网络典型产品分析

2.3.2 移动端社交网络市场分析

(1)移动端社交网络发展现状分析

(2)移动端社交网络用户特征分析

(3)移动端社交网络典型APP分析

2.3.3 PC端移动端社交网络优劣势对比

2.3.4 PC端移动端社交网络盈利模式分析

2.3.5 PC端移动端发展趋势分析

2.4 中国社交网络行业市场竞争分析

2.4.1 社交网络梯队分析

2.4.2 社交网络第一梯队竞争分析

2.4.3 社交网络第二梯队竞争分析

2.4.4 社交网络第三梯队竞争分析

第三章 中国社交网络行业盈利模式分析

3.1 中国社交网络行业盈利点分析

3.1.1 广告收入

3.1.2 用户付费

3.1.3 APP应用开发经营者利润分成

3.1.4 电信运营商、手机厂商利润分成

3.2 中国社交网络行业盈利模式分析

3.2.1 会员收费模式

3.2.2 增值服务模式

3.2.3 入口模式

3.2.4 其他模式

### 3.3 中国社交网络行业盈利方向预测

## 第四章 中国社交网络行业细分市场发展潜力分析

### 4.1 社交网络行业细分市场结构

#### 4.1.1 个人消费社交市场

#### 4.1.2 企业社交市场

### 4.2 综合社交细分领域发展潜力分析

#### 4.2.1 综合社交用户规模分析

#### 4.2.2 综合社交用户粘性分析

#### 4.2.3 综合社交典型APP分析

#### 4.2.4 综合社交盈利模式分析

#### 4.2.5 综合社交盈利能力分析

#### 4.2.6 综合社交发展趋势分析

#### 4.2.7 综合社交发展潜力分析

### 4.3 陌生人社交细分领域发展潜力分析

#### 4.3.1 陌生人社交用户规模分析

#### 4.3.2 陌生人社交用户粘性分析

#### 4.3.3 陌生人社交典型APP分析

#### 4.3.4 陌生人社交盈利模式分析

#### 4.3.5 陌生人社交盈利能力分析

#### 4.3.6 陌生人社交企业融资案例

#### 4.3.7 陌生人社交发展趋势分析

#### 4.3.8 陌生人社交发展潜力分析

### 4.4 兴趣社交细分领域发展潜力分析

#### 4.4.1 兴趣社交用户规模分析

4.4.2 兴趣社交用户粘性分析

4.4.3 兴趣社交典型APP分析

4.4.4 兴趣社交盈利模式分析

4.4.5 兴趣社交企业融资案例

4.4.6 兴趣社交发展潜力分析

4.5 婚恋交友细分领域发展潜力分析

4.5.1 婚恋交友用户规模分析

4.5.2 婚恋交友用户粘性分析

4.5.3 婚恋交友典型APP分析

4.5.4 婚恋交友盈利模式分析

4.5.5 婚恋交友盈利能力分析

4.5.6 婚恋交友企业融资案例

4.5.7 婚恋交友发展趋势分析

4.5.8 婚恋交友发展潜力分析

第五章 国内外社交网络行业代表企业分析

5.1 国外领先社交网站经营分析

5.1.1 Facebook

(1)企业基本情况

(2)企业产品/服务结构

(3)企业市场定位分析

(4)企业盈利模式分析

(5)企业用户规模分析

(6)企业用户地区分布

(7)企业营业收入分析

- (8)企业市场占有率分析
- (9)企业融资路径分析
- (10)企业发展方向与战略

#### 5.1.2 YouTube

- (1)企业基本情况
- (2)企业产品/服务结构
- (3)企业市场定位分析
- (4)企业盈利模式分析
- (5)企业用户规模分析
- (6)企业市场占有率分析
- (7)企业融资路径分析
- (8)企业发展方向与战略

#### 5.1.3 Twitter

- (1)企业基本情况
- (2)企业产品/服务结构
- (3)企业市场定位分析
- (4)企业盈利模式分析
- (5)企业用户规模分析
- (6)企业用户地区分布
- (7)企业营业收入分析
- (8)企业融资路径分析
- (9)企业发展方向与战略

#### 5.1.4 MySpace

- (1)企业基本情况

- (2)企业产品/服务结构
- (3)企业市场定位分析
- (4)企业盈利模式分析
- (5)企业用户规模分析
- (6)企业融资路径分析
- (7)企业发展方向与战略

#### 5.1.5 Line

- (1)企业基本情况
- (2)企业产品/服务特点
- (3)企业市场定位分析
- (4)企业盈利模式分析
- (5)企业用户规模分析
- (6)企业用户地区分布
- (7)企业营业收入分析
- (8)企业融资路径分析
- (9)企业发展方向与战略

#### 5.1.6 LinkedIn

- (1)企业基本情况
- (2)企业产品/服务
- (3)企业市场定位分析
- (4)企业盈利模式分析
- (5)企业用户规模分析
- (6)企业用户地区分布
- (7)企业营业收入分析



(8)企业发展方向与战略

## 5.2 国内领先社交网站经营分析

### 5.2.1 微信

(1)企业基本情况

(2)企业产品/服务结构

(3)企业市场定位分析

(4)企业盈利模式分析

(5)企业用户规模分析

(6)企业用户地区分布

(7)企业市场占有率分析

(8)企业融资路径分析

(9)企业发展方向与战略

### 5.2.2 陌陌

(1)企业基本情况

(2)企业产品/服务结构

(3)企业市场定位分析

(4)企业盈利模式分析

(5)企业用户规模分析

(6)企业用户地区分布

(7)企业营业收入分析

(8)企业融资路径分析

(9)企业发展方向与战略

### 5.2.3 新浪微博

(1)企业基本情况

- (2)企业产品/服务分析
- (3)企业市场定位分析
- (4)企业盈利模式分析
- (5)企业用户规模分析
- (6)企业用户地区分布
- (7)企业营业收入分析
- (8)企业融资路径分析
- (9)企业发展方向与战略

#### 5.2.4 雪球

- (1)企业基本情况
- (2)企业产品/服务结构
- (3)企业市场定位分析
- (4)企业盈利模式分析
- (5)企业用户规模分析
- (6)企业用户地区分布
- (7)企业融资路径分析
- (8)企业发展方向与战略

#### 5.2.5 豆瓣

- (1)企业基本情况
- (2)企业产品/服务结构
- (3)企业市场定位分析
- (4)企业盈利模式分析
- (5)企业用户规模分析
- (6)企业用户地区分布

(7)企业营业收入分析

(8)企业融资路径分析

(9)企业发展方向与战略

#### 5.2.6 世纪佳缘

(1)企业基本情况

(2)企业产品/服务

(3)企业市场定位分析

(4)企业盈利模式分析

(5)企业用户规模分析

(6)企业用户地区分布

(7)企业营业收入分析

(8)企业融资路径分析

#### 5.2.7 格子云

(1)企业基本情况

(2)企业产品/服务情况

(3)企业市场定位分析

(4)企业盈利模式分析

(5)企业用户规模分析

(6)企业用户地区分布

(7)企业发展趋势与机会

#### 5.2.8 探探

(1)企业基本情况

(2)企业产品/服务功能

(3)企业市场定位分析

- (4)企业盈利模式分析
- (5)企业用户规模分析
- (6)企业用户地区分布
- (7)企业APP系统版本结构
- (8)企业营业收入分析
- (9)企业融资路径分析
- (10)企业发展方向与战略

#### 5.2.9 脉脉

- (1)企业基本情况
- (2)企业产品/服务情况
- (3)企业市场定位分析
- (4)企业盈利模式分析
- (5)企业用户规模分析
- (6)企业用户地区分布
- (7)企业使用活跃度分析
- (8)企业APP系统版本结构
- (9)企业营业收入分析
- (10)企业融资路径分析
- (11)企业发展方向与战略

#### 5.2.10 朋友印象

- (1)企业基本情况
- (2)企业产品/服务结构
- (3)企业市场定位分析
- (4)企业盈利模式分析

- (5)企业用户规模分析
- (6)企业用户地区分布
- (7)企业APP系统版本结构
- (8)企业融资路径分析
- (9)企业发展方向与战略

#### 5.2.11 请吃饭

- (1)企业基本情况
- (2)企业产品/服务结构
- (3)企业市场定位分析
- (4)企业盈利模式分析
- (5)企业用户地区分布
- (6)企业APP系统版本结构
- (7)企业融资路径分析
- (8)企业发展方向与战略

#### 5.2.12 对面

- (1)企业基本情况
- (2)企业产品/服务结构
- (3)企业市场定位分析
- (4)企业盈利模式分析
- (5)企业用户规模分析
- (6)企业用户地区分布
- (7)企业使用活跃度分析
- (8)企业APP系统版本结构
- (9)企业营业收入分析

(10)企业发展方向与战略

#### 5.2.13 遇见

(1)企业基本情况

(2)企业产品/服务功能

(3)企业市场定位分析

(4)企业盈利模式分析

(5)企业用户规模分析

(6)企业用户地区分布

(7)企业APP系统版本结构

(8)企业发展方向与战略

#### 5.2.14 比邻

(1)企业基本情况

(2)企业产品/服务结构

(3)企业市场定位分析

(4)企业盈利模式分析

(5)企业用户规模分析

(6)企业用户地区分布

(7)企业使用活跃度分析

(8)企业APP系统版本结构

(9)企业融资路径分析

(10)企业发展方向与战略

#### 5.2.15 知乎

(1)企业基本情况

(2)企业产品/服务结构

- (3)企业市场定位分析
- (4)企业盈利模式分析
- (5)企业用户规模分析
- (6)企业用户地区分布
- (7)企业使用活跃度分析
- (8)企业APP系统版本结构
- (9)企业营业收入分析
- (10)企业融资路径分析

#### 5.2.16 分答

- (1)企业基本情况
- (2)企业产品/服务结构
- (3)企业市场定位分析
- (4)企业盈利模式分析
- (5)企业用户规模分析
- (6)企业用户地区分布
- (7)企业使用活跃度分析
- (8)企业APP系统版本结构
- (9)企业融资路径分析
- (10)企业发展方向与战略

### 第六章 中国社交网络行业发展前景与投资机会分析

#### 6.1 中国社交网络发展趋势及前景

##### 6.1.1 社交网络发展趋势分析

- (1)主流社交网络垂直化发展
- (2)大数据在社交网络的应用

(3) 社交网络平台电子商务化

6.1.2 社交网络发展前景预测

6.2 中国社交网络市场投资现状分析

6.2.1 社交网络投资规模分析

6.2.2 社交网络行业投资主体分析

6.2.3 社交网络行业投资轮次分析

6.2.4 社交网络行业投资地区分析

6.2.5 社交网络行业投资方式分析

6.2.6 社交网络细分领域投资分析

6.2.7 社交网络行业投资案例分析

6.2.8 我国社交网络投资应注意的问题

(1) 行业隐私安全备受质疑

(2) 社交网站同质化现象突出持续盈利能力不明显

(3) 行业竞争加剧

(4) 企业估值虚高

(5) 投资方式有待创新

6.2.9 社交网络行业投资趋势预测

6.3 中国社交网络市场投资机会分析

6.3.1 社交网络投资机会分析

(1) 社交网络产业链方面的投资机会

(2) 社交网络内容方面的投资机会

6.3.2 社交网络投资方向建议

图表目录

图表：2019-2023年全球社交网络行业市场规模及预测(单位：亿美元，%)



- 图表：2024-2029年全球社交网络行业用户规模变化情况及预测(单位：亿人，%)
- 图表：2024-2029年全球移动社交网络行业用户规模变化情况及预测(单位：亿人，%)
- 图表：全球社交网络排名(按活跃用户数量)(单位：百万人)
- 图表：2017上半年主要社交网站会员数量增长及活跃用户数量增长情况(单位：%)
- 图表：2019-2023年美国社交网络行业市场规模变化情况及预测(单位：亿美元，%)
- 图表：2019-2023年美国社交网络行业用户规模变化及预测(单位：百万人)
- 图表：2019-2023年美国社交网络渗透率变化情况(单位：%)
- 图表：2019-2023年美国各年龄段社交网络使用率变化情况(单位：%)
- 图表：美国互联网用户在线时间分布(单位：%)
- 图表：Facebook在美国社交中的用户粘性最强
- 图表：2019-2023年facebook广告收益及其移动广告在总广告收益中的占比(单位：亿元，%)
- 图表：2019-2023年把Facebook和Twitter作为新闻来源的比例(单位：%)
- 图表：2019-2023年把Facebook和Twitter作为新闻来源的比例(单位：%)
- 图表：2019-2023年美国人消息类App的使用占比(单位：%)
- 图表：2019-2023年美国人五大社交平台用户增长变化情况(单位：%)
- 图表：2019-2023年英国社交网络行业市场规模变化情况及预测(单位：亿美元，%)
- 图表：2024-2029年英国社交网络行业用户规模变化情况及预测(单位：万人，%)
- 图表：2019-2023年各年龄段英国社交网络用户账户数量(单位：个)
- 图表：2019-2023年不同年龄段英国社交网络用户使用社交网站的目的(单位：%)
- 图表：2019-2023年日本社交网络行业市场规模变化情况及预测(单位：亿美元，%)
- 图表：2024-2029年日本社交网络行业用户规模变化情况及预测(单位：万人，%)
- 图表：日本社交网络使用率(单位：%)
- 图表：2019-2023年日本社交网络新用户注册率(单位：%)
- 图表：2019-2023年12月-2019-2023年6月典型社交应用使用率(单位：%)

- 图表：2019-2023年中国社交网络行业市场规模变化(单位：亿元)
- 图表：2019-2023年中国社交广告规模及预测(单位：亿元，%)
- 图表：2019-2023年6月-2019-2023年6月中国网民规模和互联网普及率(单位：亿人，%)
- 图表：2019-2023年中国手机网民规模及增速(单位：亿人，%)
- 图表：2019-2023年网民网络接入情况(单位：%)
- 图表：2019-2023年中国国内生产总值及其增长预测(单位：亿元，%)
- 图表：2019-2023年中国智能手机出货量(单位：百万部)
- 图表：2019-2023年中国社交应用用户规模(单位：亿人，%)
- 图表：2019-2023年中国社交网络PC端月度覆盖人数(单位：亿人)
- 图表：2019-2023年中国社交网络移动端月度覆盖人数(单位：亿人)
- 图表：2019-2023年中国社交网络PC端月度总使用次数(单位：亿次)
- 图表：2019-2023年中国社交网络移动端月度总使用次数(单位：亿次)
- 图表：2019-2023年3月-2019-2023年12月中国社交网络PC端与移动端使用情况对比(单位：万人，次，万小时，%)
- 图表：中国社交网络发展历程
- 图表：典型移动端社交平台基本介绍
- 图表：PC端移动端社交网络优劣势对比
- 图表：2019-2023年中国社交网络梯队结构
- 图表：个人消费社交网络市场分类
- 图表：2019-2023年9月-2019-2023年7月微博应用用户使用时长(单位：分钟)
- 图表：综合社交典型APP分析
- 图表：新浪微博的盈利模式与现状
- 图表：2017-2017Q2中国陌生人社交应用用户规模(单位：亿人，%)
- 图表：2019-2023年上半年中国陌生人社交软件用户知名度分布(单位：%)

图表：2019-2023年上半年中国陌生人社交软件活跃用户分布(单位：%)

图表：陌生人社交典型APP分析

图表：不同APP用户对O2O兴趣活动的参与情况

图表：百度贴吧介绍

图表：2019-2023年4月-2019-2023年12月中国网络婚恋交友服务PC端月度覆盖人数增长趋势(单位：万人，%)

图表：2019-2023年4月-2019-2023年12月中国网络婚恋交友服务移动端月度覆盖人数增长趋势(单位：万人，%)

图表：2019-2023年4月-2019-2023年12月中国网络婚恋交友服务PC端月度浏览时长增长趋势(单位：万小时，%)

图表：2019-2023年4月-2019-2023年12月中国网络婚恋交友服务PC端月度访问次数增长趋势(单位：亿次，%)

图表：2019-2023年4月-2019-2023年12月中国网络婚恋交友服务移动端月度总使用次数(单位：亿次，%)

图表：中国网络婚恋交友服务核心企业介绍

图表：中国婚恋交友社交盈利模式分析

图表：Facebook基本信息表

图表：Facebook的产品功能服务

图表：Facebook的盈利模式

图表：2019-2023年facebook日活跃用户数量变动情况(单位：百万人)

图表：facebook在世界主要地区市场分布情况(单位：%)

图表：2019-2023年facebook营业收入变动情况(单位：亿美元)

图表：YouTube基本信息表

图表：YouTube的产品结构

图表：Twitter基本信息表

图表：Twitter的产品服务

图表：推特的五种盈利模式

图表：推特的注册用户数量发展情况(单位：亿人)

图表：推特的注册用户分布情况(单位：%)

图表：推特的融资历程

图表：MySpace基本信息表

图表：MySpace的产品服务内容

图表：Line基本信息表

图表：Line的产品服务特点

图表：Line的产盈利模式

图表：Line的用户地区分布(单位：%)

图表：领英基本信息表

图表：LinkedIn的产品情况

图表：LinkedIn的盈利模式

图表：LinkedIn的用户地区分布

图表：2019-2023年LinkedIn营业收入情况

图表：微信基本信息表

图表：微信业务能力简况表

图表：微信产品/服务情况

图表：微信的市场定位

图表：微信的赢利点分析

图表：2019-2023年微信用户规模变化(单位：亿人)

图表：微信用户规模TGI指标TOP10城市

图表：到2019-2023年末微信用户地区分布情况(单位：%)

图表：微信发展的八大趋向

图表：微信发展的十大战略调整

图表：陌陌基本信息表

图表：陌陌业务能力简况表

图表：陌陌的产品结构

图表：陌陌的LBS

图表：陌陌的盈利模式

图表：2019-2023年微信用户规模变化(单位：万人)

图表：分省份陌陌用户地区分布情况

图表：分省份陌陌用户地区分布情况

图表：2019-2023年陌陌营业收入情况(单位：万美元)

图表：陌陌2019-2023年第三季度分产品营业收入情况

图表：新浪微博基本信息表

图表：新浪微博业务能力简况表

图表：新浪微博产品服务功能

图表：新浪微博市场定位分析

图表：新浪微博盈利模式分析

图表：2019-2023年新浪微博用户规模情况分析(单位：亿人)

图表：新浪微博用户按区域分布情况(单位：%)

图表：新浪微博用户按省份分布情况(单位：%)

图表：2019-2023年新浪微博营业收入情况(单位：百万美元)

图表：雪球基本信息表

图表：雪球业务能力简况表

图表：雪球的服务详情

图表：雪球软件的产品服务特点详情

图表：雪球盈利模式分析

图表：雪球用户地区分布(单位：%)

图表：雪球的融资历程

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : [kf@51baogao.cn](mailto:kf@51baogao.cn)

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170506/72965.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)