

中国企业社交网络行业市场深度调研及前景趋势与投资发展研究报告(2026-2031版)

报告简介

企业社交网络(ESN)是一种专门为企业而设计的社交媒体平台，旨在促进员工之间的沟通、协作和知识共享。这种网络将成熟的社交网络技术应用于企业组织内部，使员工能够通过类似社交网络的方式进行工作和自我管理，以实现高效、透明、便捷的沟通与协作。

本报告由中道泰和的资深专家和研究人员通过长期周密的市场调研，参考国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、51行业报告网、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过与国际同步的市场研究工具、理论和模型撰写而成。全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个企业社交网络行业的市场走向和发展趋势。

本报告专业!权威!报告根据企业社交网络行业的发展轨迹及多年的实践经验，对中国企业社交网络行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国企业社交网络行业将面临的机遇与挑战，对企业社交网络行业未来的发展趋势及前景作出审慎分析与预测。是企业社交网络企业、学术科研单位、投资企业准确了解行业最新发展动态，把握市场机会，正确制定企业发展战略的必备参考工具，极具参考价值!

报告目录

第一章 企业社交网络相关概述

第一节 社交网络介绍

一、社交网络的相关概念

二、社交网络的理论基础

三、社交网络的核心要素

四、社交网络的三次浪潮

五、社交网站的盈利模式

第二节 企业社交网络简介

一、企业社交网络的内涵

二、企业社交网络的用途

三、企业社交工具兴起的原因

第三节 web2.0环境下企业的各种关系

一、企业与客户之间的关系

二、企业与员工之间的关系

三、企业与其他客体之间的关系

第四节 社交网络在企业信息化中的应用

一、客户关系管理

二、内部知识管理

三、企业精准营销

第二章 2021-2026年全球企业社交网络行业发展分析

第一节 全球企业社交网络行业的发展背景

一、世界经济整体运行特征

二、全球互联网的应用水平

三、互联网和新传媒的特点

四、全球移动互联网发展变革

五、移动智能终端市场规模扩张

六、国外社交网络的发展与演变

第二节 2021-2026年全球企业社交网络行业现状分析

一、社交网络市场用户规模

二、企业社交网络发展提速

三、企业社交网络厂商类型

四、企业社交网络渐趋成熟

五、企业社交网络市场格局

六、企业社交网络产品升级

七、企业社交网络典型模式

第三节 全球企业社交网络发展面临的问题

一、企业社交网络的问题与挑战

二、企业社交网络的应用效果待证实

三、企业严重低估社交网络的功用

四、制约企业社交网络推广的阻力

五、企业开发社交网络政策的误区

第四节 全球企业社交网络的发展策略

一、成功企业社交网络的基本要素

二、企业社交网络选型考虑因素

三、运用社交网站促进管理的策略

四、企业有效利用社交网络的经验

五、部署企业社交网络的注意事项

第三章 中国企业社交网络行业的发展环境

第一节 经济环境分析

- 一、中国宏观经济运行状况
- 二、中国宏观经济发展趋势
- 三、中国信息化发展水平分析
- 四、中国大企业发展规模及特点

第二节 互联网行业发展状况

- 一、中国互联网行业的发展历程
- 二、中国移动互联网的发展状况
- 三、国内企业互联网的应用状况
- 四、企业电子商务及网络营销状况

第三节 社交网络行业发展状况

- 一、中国成为全球最大社交网络市场
- 二、中国社交网络行业发展特点
- 三、基于公众市场的社交网络发展
- 四、中国社交网站的研究与演进过程

第四节 行业环境分析

- 一、企业信息化进入2.0时代
- 二、传统管理模式向社交模式转型
- 三、企业社交网络为企业带来竞争优势
- 四、企业社交工具的积极作用显著

第四章 2021-2026年中国企业社交网络行业发展分析

第一节 2021-2026年中国企业社交网络行业发展综述

一、企业社交网络不断推陈出新

二、2021-2026年企业社交网络发展状况

三、2021-2026年企业社交网络发展状况

四、2021-2026年企业社交网络发展状况

第二节 2021-2026年中国企业社交网络市场结构分析

一、市场规模

二、行业结构

三、品牌结构

四、产品特点

五、新进入者

第三节 2021-2026年中国主要企业社交软件比较分析

一、信鸽

二、微部落

三、tita

四、明道

五、推事本

六、云之家

第四节 2021-2026年企业社交网络渠道营销分析

一、企业对于sns的使用程度调查

二、社交平台帮助企业寻找商机

三、社交网络开启企业外部宣传新窗口

四、企业社交网络需整合内部与外部

五、手机微博与企业社交网络功能分析

六、开心网与人人网的swot分析

七、腾讯空间与有圈网的swot分析

第五节 2021-2026年中国企业社交网络的用户需求分析

一、当前企业应用情况

二、对产品价值的认知

三、产品功能需求分析

四、对定价模式的偏好

第五章 企业社交网络的商业价值和应用案例

第一节 管理挑战

一、加强战略执行力

二、提升全员沟通效率

三、提高项目管理效率

第二节 人力资源

一、改善劳动力管理

二、促进跨地区交流协作

三、提升企业培训效果

第三节 市场营销

一、公共关系管理

二、客户社区管理

三、市场活动执行优化

第四节 销售管理

一、竞争对手情报管理

二、销售过程支持

三、渠道伙伴社区

第五节 客户服务

一、总部支持中心

二、便捷的客户调研

三、多产品线业务咨询衔接

第六节 文化建设

一、企业文化氛围营造

二、员工互助互爱

三、员工生活社交平台

第七节 分享协作

一、加强外部协作

二、打造学习型组织

三、快速获取知识

第六章 2021-2026年企业社交网络行业竞争状况剖析

第一节 2021-2026年企业社交网络市场竞争格局

一、企业社交网络平台模式

二、抢占企业社交市场

三、企业社交网络市场并购动态

四、企业社交网络市场竞争格局

五、本土企业竞争力分析

第二节 企业邮箱与企业社交网络的竞争分析

- 一、企业邮箱的优势分析
- 二、中国企业邮箱市场规模
- 三、主要企业邮箱产品介绍
- 四、外包企业邮箱市场格局
- 五、企业邮箱的主要特性
- 六、企业邮箱的发展机遇
- 七、企业邮箱市场发展趋势

第三节 oa系统与企业社交网络的竞争分析

- 一、oa系统与企业社交网络对比
- 二、企业社交与oa产品竞争分析
- 三、oa市场产品技术创新方向
- 四、oa软件移动与社交化趋势

第四节 企业社交网络企业的竞争策略

- 一、企业社交网络厂商的竞争策略
- 二、企业社交网络厂商的发展途径
- 三、厂商建立竞争壁垒的措施分析

第七章 全球主要企业社交网络公司及产品分析

第一节 微软(microsoft)

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况
- 三、产品介绍

四、平台商业模式

第二节 ibm

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、产品介绍

四、平台商业模式

第三节 甲骨文(oracle)

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、产品介绍

四、平台商业模式

第四节 sap

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、产品介绍

四、平台商业模式

第五节 salesforce

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、产品介绍

四、平台商业模式

第六节 google

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、产品介绍

四、平台商业模式

第八章 中国主要企业社交网络公司及产品分析

第一节 八百客

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、财务状况分析

四、企业社交网络业务

第二节 金蝶

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、财务状况分析

四、企业社交网络业务

第三节 用友

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、财务状况分析

四、企业社交网络业务

第四节 明道

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、财务状况分析

四、企业社交网络业务

第五节 华美宏大

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、财务状况分析

四、企业社交网络业务

第六节 北森

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、财务状况分析

四、企业社交网络业务

第七节 纷享科技

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、财务状况分析

四、企业社交网络业务

第八节 腾讯

一、企业发展概况

二、企业经营状况

三、财务状况分析

四、企业社交网络业务

第九章 2026-2031年中国企业社交网络行业投资分析

第一节 企业社交网络领域的投资状况

一、全球风险投资与并购规模

二、社交媒体行业风险投资规模

三、国际巨头收购布局企业社交网络

四、中国企业社交网络的投融资状况

第二节 企业社交网络行业的投资机会洞察

一、企业社交网络带来商业机会

二、企业社交网络移动领域潜力巨大

三、企业社交网络市场受益企业分析

第三节 企业社交网络行业的投资风险与规避

一、企业社交网络的投资风险

二、国内企业社交网络产品误区

三、企业社交网络发展仍处初级阶段

四、企业社交网络的投资建议

第十章 2026-2031年企业社交网络行业的前景及趋势预测

第一节 市场影响因素分析

一、竞争格局

二、驱动力

三、阻碍因素

第二节 2026-2031年社交网络的发展趋势分析

一、全球社交网络的发展新态势

二、社交产品的发展方向

三、社交网络的深度挖掘

四、社交网络电子商务化

第三节 2026-2031年企业社交网络的发展前景

一、企业社交网络发展正当时

二、企业社交网络发展前景乐观

三、企业社交网络未来发展形势

四、移动式企业社交平台前景广阔

第四节 2026-2031年企业社交网络市场前景预测

一、2026-2031年中国企业社交网络市场规模预测

二、2026-2031年全球企业社交软件收入规模预测

三、2026-2031年社交平台全球市场用户数量预测

第五节 2026-2031年中国企业社交网络市场趋势分析

一、产品

二、技术

三、应用

图表目录

图表：六度分隔理论

图表：friendster现在已转型成为在线游戏社区

图表：myspace音乐类垂直社区

图表：互联网广告主要分类

图表：使用企业社交软件的益处

图表：2021-2026年世界工业生产月度增速走势情况

图表：2021-2026年三大经济体零售额同比增长率情况

图表：2021-2026年世界贸易量月度增长情况

图表：2021-2026年世界、发达国家和发展中国家消费价格上涨情况

图表：2021-2026年美国、日本和欧元区失业率情况

图表：2021-2026年全球智能手机分销量图

图表：美国社交网络发展

图表：日本社交网站mixi页面访问量

图表：美国社交媒体

图表：美国社交网络新功能

图表：企业组织的去中心化

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

报告编号：565114

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20240416/565114.shtml>

在线订购：[点击这里](#)