

2022-2027年中国社交网络行业市场全景评估及发展战略规划报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国社交网络行业市场全景评估及发展战略规划报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/media/756022.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

社交网络也就是社交网络服务，社交网络服务亦称社交网站，主要作用是为一群拥有相同兴趣与活动的人创建在线社区。这类服务往往是基于互联网，为用户提供各种联系、交流的交互通路，如电子邮件、即时通信服务等。此类网站通常通过朋友，一传十、十传百地把网络展延开去，就像树叶的脉络，华语地区一般称之为“社交网站”。

社交网络市场规模发展主要由社会化营销及社交增值服务两大部分的发展驱动。随着数据领域的技术发展和应用，社会化营销通过精准洞察为用户提供更有价值的信息，大大提高投放效率，愈发受到广告主的青睐。另一方面，随着用户付费习惯的养成和社交平台数字内容的不断丰富，社交增值服务收入也不断增长。据统计，2019年中国社交网络市场规模为1442.7亿元，同比上涨16.17%，年均复合增速为36.00%，增长速度趋于平缓，预计到2022年，中国社交网络市场规模为2495.2亿元。

2015-2022年中国社交网络市场规模及增速

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第1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

1.2美国社交网络行业发展现状及趋势

1.3英国社交网络行业发展现状及趋势

1.4日本社交网络行业发展现状及趋势

第2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

中国社交网络用户规模庞大且逐年增加。据统计2019年中国社交网络用户规模已然达到8.62亿人，预计2022年中国社交网络用户整体突破10亿人。中国社交网络软件已有一定用户基础，随着5G时代的来临，产品的创新有望带动社交价值进一步的释放。

2016-2022年中国社交网络用户规模及增速

2.2.2 行业用户渠道与使用频率分析

2.2.3 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 社交网络排名分析

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3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4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5章：国内外社交网络行业重点企业分析

5.1 国外领先社交网站经营分析

5.1.1 Facebook

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

5.1.2 YouTube

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

5.1.3 Twitter

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

5.1.4 MySpace

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

5.1.5 Line

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

5.1.6 LinkedIn

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

5.2 国内领先社交网站经营分析

5.2.1 微信

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

5.2.2陌陌

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

5.2.3新浪微博

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

5.2.4雪球

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

5.2.5豆瓣

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

5.2.6世纪佳缘

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

5.2.7格子云

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

5.2.8探探

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

5.2.9脉脉

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

5.2.10朋友印象

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第6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「AKLZQ」

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社交网络各领域投融资分析

6.2.7社交网络各领域融资案例

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1：2017-2021年全球社交网络规模及预测（单位：亿美元）

图表2：2017-2021年全球社交网络行业用户规模及预测（单位：亿人，%）

图表3：2017-2021年全球移动社交网络行业用户规模变化情况及预测（单位：亿元，%）

图表4：2021年全球社交媒体排名（按活跃用户数量）（单位：百万人）

图表5：2017-2021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6：2017-2021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7：2017-2021年美国各年龄段社交网络使用率变化情况（单位：%）

图表8：美国互联网用户在线时间分布（单位：%）

图表9：Facebook在美国社交中的用户粘性最强

图表10：2021年美国成年人在社交网络平台获取新闻百分比（单位：%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/media/756022.html>