

2015-2020年中国移动微博 行业前景研究与投资风险报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2015-2020年中国移动微博行业前景研究与投资风险报告》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.abaogao.com/b/hulianwang/W9189404QT.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

第一章 微博产业基础概述

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

第二章 2014年中国微博行业市场发展环境分析

第一节 2014年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP(季度更新)

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业发展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、中国汇率调整（人民币升值）

八、对外贸易&进出口

第二节 2014年中国微博行业政策环境分析

一、微博政策分析

二、相关政策影响分析

第三节 2014年中国微博行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四节 2014年中国微博行业技术环境分析

第三章 2014年中国微博行业运行形势分析

第一节 2014年中国微博行业价值分析

一、微博商业价值分析

二、微博社会价值分析

第二节 2014年中国微博行业动态分析

一、中国微博发展历史及演变

二、中国微博发展状况

三、2014年中国微博行业产品竞争概况

第三节 2014年中国微博行业发展存在问题分析

第四章 2014年中国新浪微博产品及竞争领域分析

第一节 2014年中国新浪微博产品分析

一、加紧盈利化步伐

二、开始平台化建设

三、媒体特征突出

四、社交特征明显

五、微博营销成热门

第二节 微博产品的竞争领域分析

一、SNS社交网络服务

二、传统新闻媒体

三、LBS基于位置的服务

第五章 2014年中国微博产业运行态势深度研究

第一节 微博产业发展现状分析

一、微博产业整体发展分析

二、微博产业在国外发展状况分析

三、微博产业在国内发展状况分析

第二节 微博产业发展影响因素分析

- 一、微博产业发展的阻碍因素
- 二、微博产业发展的推动因素

第六章 2014年中国微博产业商业模式与营销影响力分析

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

第四节 微博营销影响力分析

- 一、微博营销概述
- 二、微博营销基本原则
- 三、微博营销模式分析
- 四、微博营销影响力分析

第七章 2014年中国微博用户特征与微博其他产品分析

第一节 2014年中国微博用户特征分析

- 一、2014年中国微博用户属性调查
- 二、2014年中国微博用户使用特征分析

第二节 其他微博产品分析

- 一、腾讯微博分析
- 二、网易微博分析
- 三、KFC微博营销案例分析
- 四、凡客诚品微博营销案例分析

第八章 2014年中国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

第九章 2014年中国微博产业市场动态分析

第一节 2014年中国微博产业市场概述

- 一、微薄营销跨入细分时代
- 二、微博剧颠覆娱乐产业传统模式
- 三、腾讯微博或将正式推出英文版本

第二节 2014年中国微博产业市场动态分析

- 一、利润微薄刺激中国家具产业转型
- 二、鞋服等企业微博营销逐渐走上产业化道路

第十章 2015-2020年中国微博产业发展前景分析

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

图表目录：

图表：微博按服务商性质分类

图表：按微博用户性质分类

图表：微博基本功能

图表：自媒体三大特性

图表：微博的传播特性分析

图表：信息裂变式传播结构图

图表：信息传播聚合分析

图表：用户交互模式示意图

图表：微博商业价值的受众对象

图表：2011.12-2013.12微博用户数量以及使用率

图表：新浪微博核心布局图

图表：腾讯微博产品解析图

图表：微博产业链构成示意图

图表：前向和后向盈利模式

图表：微博营销模式图解

图表：微博影响力构架图

图表：微博产业发展趋势

图表：2013-2014年中国货币供应量月度走势图

图表：2001-2014年6月中国外汇储备走势图

图表：1990-2014年央行存款利率调整统计表

图表：1990-2014年央行贷款利率调整统计表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2008.12-2013.12手机网民数以及增长率

图表：2007至2014年中国微博发展历史和格局分析

图表：2013至2014年中国微博用户规模走势

图表：2008-2014年中国网民和手机网民规模状况与发展预测

图表：2014年中国四家微博运营用户量和浏览时长市场份额分布

图表：2013至2014年新浪微博与twitter日均独立访客量走势

图表：新浪微博产品四大属性分析

图表：新浪微博生态系统图

图表：2014年中国微博用户对微博各功能使用率统计

图表：2014年中国微博营销四大价值

图表：2013至2014年中国SNS网站与微博网站关注度走势对比

图表：2013至2014中国微博用户规模走势

图表：2014年中国微博用户月收入分布

图表：2014年中国微博用户职业调查

图表：2014年中国微博用户性别调查

图表：2014年中国微博用户年龄群分布

图表：2014年中国微博用户教育背景分布

图表：2014年中国微博用户关注和被关注的人群划分

图表：2014年第2季度监测：日均24小时微博发布量走势

图表：2014中国用户不选择微博的原因分析

图表：2014年中国微博用户发布信息的渠道分布

图表：2014年中国微博用户转发内容分类排行

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/W9189404QT.html>