

2019-2025年中国社交软件行业市场竞争格局及投资战略咨询报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2019-2025年中国社交软件行业市场竞争格局及投资战略咨询报告》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.chyxx.com/research/201805/635984.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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，即社会上的交际往来。而通过网络来实现这一目的的软件便是社交软件。

交友范围中“只和熟人交往”占比最高达57.5%，此情况受调查群体使用的社交软件类型影响。主打熟人社交的微信、QQ的用户规模和用户活跃度远高于陌生人社交领域的陌陌。

使用社交软件的交友范围

交流方式的分布情况中，纯文字（占56.2%）、语音、视频（占49.3%）、图文并茂（占48.9%）占据前三名，朋友圈、QQ空间等对外发布用户动态的功能（占37.6%）排名较后。用户多数情况下是在进行即时沟通，朋友圈等功能显然不适用，而考虑到表达明确性、场景限制等情况，纯文字在交流中更优于语音、视频以及图文并茂。

交流方式的分布情况中，纯文字（占56.2%）、语音、视频（占49.3%）、图文并茂（占48.9%）占据前三名，朋友圈、QQ空间等对外发布用户动态的功能（占37.6%）排名较后。用户多数情况下是在进行即时沟通，朋友圈等功能显然不适用，而考虑到表达明确性、场景限制等情况，纯文字在交流中更优于语音、视频以及图文并茂。

智研咨询发布的《2019-2025年中国社交软件行业市场竞争格局及投资战略咨询报告》共二十章。首先介绍了中国社交软件行业市场发展环境、社交软件整体运行态势等，接着分析了中国社交软件行业市场运行的现状，然后介绍了社交软件市场竞争格局。随后，报告对社交软件做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国社交软件行业发展趋势与投资预测。您若想对社交软件产业有个系统的了解或者想投资中国社交软件行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一部分 规划背景篇

第一章 2019-2025年规划流程

1.1 对2012-2019年规划进行中期评估

1.1.1 发改委组织开展2012-2019年规划中期评估

1.1.2 各部委、各地方政府对2012-2019年规划实施情况进行评估

1.1.3 第三方以各自的视角和独立的分析提交评估报告

1.1.4 发改委深入基层实地调研并向全国人大财委会作专题汇报

1.1.5 国家发改委起草中期评估报告（附独立评估报告摘要）

1.2 前期研究

1.2.1 基础调查

- 1.2.2 信息搜集
- 1.2.3 课题研究
- 1.2.4 纳入规划重大项目论证
- 1.3 形成2019-2025年规划的《基本思路》
- 1.4 党中央《建议》起草阶段
- 1.5 通过《建议》
- 1.6 制定2019-2025年规划《纲要》
- 1.7 国家规划专家委员会论证
- 1.8 广泛听取内外部意见
- 1.9 全国人大审议并批准《纲要（草案）》
- 1.10 正式公布五年规划纲要
- 1.11 规划实施阶段

第二章 2012-2019年规划中期评估

- 2.1 《纲要》实施总体顺利
 - 2.1.1 经济增长超过预期目标
 - 2.1.2 经济结构调整取得新进展
 - 2.1.3 科技教育水平稳步提高
 - 2.1.4 资源节约环境保护力度加大
 - 2.1.5 人民生活水平不断提高
 - 2.1.6 社会事业和社会管理得到加强
 - 2.1.7 改革开放稳步推进
 - 2.1.8 其他重点任务进展顺利
 - (1) 能源消费强度控制指标
 - (2) 二氧化碳排放强度控制指标
 - (3) 能源消费结构优化指标
 - (4) 氮氧化物排放量下降指标
- 2.2 存在的主要问题和挑战
 - 2.2.1 结构优化升级进展缓慢
 - 2.2.2 环境污染形势严峻
 - 2.2.3 财政金融风险增大
 - 2.2.4 社会矛盾复杂多发
- 2.3 强化《纲要》实施的主要措施
 - 2.3.1 全面深化各项改革
 - 2.3.2 确保实现预期增长目标

- (1) 进一步健全宏观调控政策体系
- (2) 积极防控并妥善化解财政金融风险
- (3) 构建中长期内在稳定增长机制

2.3.3 加快推动产业结构升级

- (1) 加快发展现代农业
- (2) 加快推进现代产业体系建设
- (3) 积极培育动态比较优势
- (4) 完善产业政策实施机制
- (5) 优化产业发展空间布局

2.3.4 强化节能环保治理措施

- (1) 强力推进节能降耗
- (2) 加强突出环境问题治理
- (3) 完善资源节约和生态环境保护模式
- (4) 严格监管和执法

2.3.5 推进新型城镇化发展

- (1) 有序推进农业转移人口市民化
- (2) 优化城镇化布局和形态
- (3) 提高城市可持续发展能力
- (4) 推动城乡发展一体化

2.3.6 完善区域协调发展机制

- (1) 加快全国统一市场体系建设
- (2) 健全主体功能区战略和规划实施机制
- (3) 完善区域政策和区域规划体系

2.3.7 进一步强化社会建设

- (1) 大力推进基本公共服务均等化
- (2) 创新社会治理体制

第三章 2019-2025年规划工作进展

3.1 2014年2019-2025年规划的主要工作

3.1.1 做深做实前期研究

3.1.2 起草形成《基本思路》

3.1.3 启动相关规划编制工作

3.1.4 积极推进规划立法工作

3.2 2020年规划目标

3.2.1 2020年全面建成小康社会

3.2.2 2020年在重要领域和关键环节改革上取得决定性成果

3.2.3 2014-2020年国家新型城镇化规划目标

3.2.4 2014-2020年中国食物与营养发展纲要目标

3.2.5 2020年其他规划目标

第四章 2019-2025年规划热点问题研究

4.1 2019-2025年规划热点问题研究

4.1.1 环境指标

4.1.2 刺激政策

4.1.3 人口政策

4.1.4 京津冀

4.2 2019-2025年规划重点支持东部转型升级

4.2.1 东部地区将在2019-2025年担当更重要角色

4.2.2 区域协调发展列入调研

4.2.3 东部引领全国转型升级

4.3 各省针对性的2019-2025年课题研究

4.3.1 山西综合能源基地战略和承接产业转移

4.3.2 浙江海洋经济发展和金融业与实体经济联动发展思路

4.3.3 湖南长株潭城市群现代化

4.3.4 其他省市针对性的研究

4.4 2019-2025年规划前期研究重大课题

4.4.1 2019-2025年国际环境变化及对我国发展的影响

4.4.2 2019-2025年经济转型升级动力机制和制度环境研究

4.4.3 2019-2025年创新驱动的战略重点与创新型国家建设研究

4.4.4 2019-2025年推进教育现代化与人才强国、人力资源强国建设研究

4.4.5 2019-2025年经济结构调整的主攻方向和战略举措研究

4.4.6 2019-2025年扩大消费需求长效机制研究

4.4.7 2019-2025年工业结构升级与布局优化研究

4.4.8 2019-2025年现代农业发展战略与粮食安全战略研究

4.4.9 2019-2025年信息经济发展研究

4.4.10 2019-2025年战略性新兴产业发展研究

4.4.11 2019-2025年服务业发展重点和机制研究

4.4.12 2019-2025年住房保障体系与房地产健康发展研究

4.4.13 2019-2025年我国区域发展重点与区域协调发展机制研究

4.4.14 2019-2025年生态文明建设及制度研究

- 4.4.15 2019-2025年环境治理重点及模式创新研究
- 4.4.16 2019-2025年应对全球气候变化及绿色低碳发展研究
- 4.4.17 2019-2025年建设社会主义文化强国研究
- 4.4.18 2019-2025年人口发展战略和政策研究
- 4.4.19 2019-2025年健康保障发展问题研究
- 4.4.20 2019-2025年完善扶贫脱贫机制研究
- 4.4.21 2019-2025年国有企业改革和非公有制经济发展研究
- 4.4.22 2019-2025年公共服务重点和财政保障机制研究
- 4.4.23 2019-2025年完善金融市场体系和风险防范研究
- 4.4.24 2019-2025年对外开放战略及开放新格局研究
- 4.4.25 2019-2025年我国企业“走出去”发展战略研究

第五章 2019-2025年经济环境分析

5.1 2012-2019年中国经济成就

5.1.1 中国经济的不菲成就

5.1.2 中国经济的新符号

- (1) 第二大经济体
- (2) 人民币升值
- (3) 上海自贸区

5.2 2019-2025年世界经济发展形势

5.2.1 2019-2025年世界经济三重分化

5.2.2 2019-2025年地缘政治冲突对全球经济增长构成威胁

5.2.3 2019-2025年新兴市场提供全球经济增长的大部分

5.2.4 2019-2025年中国仍是世界经济增长引擎

5.3 2019-2025年中国经济发展形势

5.3.1 2019-2025年我国经济将长期趋好

5.3.2 2019-2025年我国经济发展环境分析与趋势研判

5.3.3 2019-2025年我国对外经济贸易预测

- (1) 2019-2025年我国劳动力结构预测
- (2) 2019-2025年我国贸易形式和利用外资方式预测
- (3) 2019-2025年我国自主创新结构预测
- (4) 2019-2025年我国产业体系预测
- (5) 2019-2025年我国产业竞争力预测
- (6) 2019-2025年我国经济国家化预测
- (7) 2019-2025年我国经济将面临的贸易障碍预测

- (8) 2019-2025年人民币区域化和国际化预测
- (9) 2019-2025年我国对外贸易与城市发展关系预测
- (10) 2019-2025年我国中小企业面临的外需环境预测

第二部分 行业分析篇

第六章 社交软件行业2019-2025年规划概述

6.1 社交软件行业定义及分类

6.1.1 行业定义

6.1.2 行业主要分类

6.1.3 行业特性及地位

6.2 社交软件行业统计标准

6.2.1 统计部门和统计口径

6.2.2 行业主要统计方法介绍

6.2.3 行业涵盖数据种类介绍

6.3 社交软件行业产业链分析

6.3.1 产业链结构分析

6.3.2 主要环节的增值空间

6.3.3 与上下游行业之间的关联性

6.3.4 行业产业链相关行业分析

6.4 2012-2019年社交软件行业发展回顾

6.4.1 2012-2019年社交软件行业运行情况

6.4.2 2012-2019年社交软件行业发展特点

6.4.3 2012-2019年社交软件行业发展成就

6.5 社交软件行业2019-2025年总体规划预判

6.5.1 社交软件行业2019-2025年规划主要目标

6.5.2 社交软件行业2019-2025年规划重点内容

6.5.3 社交软件行业2019-2025年规划热点问题

6.5.4 社交软件行业2019-2025年规划政策保障

第七章 2012-2019年社交软件行业总体发展状况

7.1 社交软件行业特性分析

7.2 社交软件产业特征与行业重要性

7.3 中国社交软件行业发展状况分析

7.3.1 中国社交软件行业发展阶段

7.3.2 中国社交软件行业发展总体概况

7.3.3 中国社交软件行业发展特点分析

7.3.4 中国社交软件行业商业模式分析

7.4 2012-2019年社交软件行业发展状况

7.4.1 2012-2019年社交软件行业发展成就分析

7.4.2 2012-2019年社交软件行业发展特点分析

7.4.3 2012-2019年中国社交软件企业发展分析

7.5 2012-2019年社交软件市场情况分析

7.5.1 2012-2019年中国社交软件市场总体概况

7.5.2 2012-2019年中国社交软件产品/服务市场发展分析

在样本最常使用的社交软件中，微信以82%的比例占据第一排名，其后依次是QQ（占53.6%）、新浪微博（占33.5%），腾讯系社交软件依然稳居国内社交应用软件前列。而微博、陌陌、贴吧及豆瓣等社交平台出现在调查结果中与调查人群年龄分布有密切关系，样本人群以80后和90后的青年人口为主（即年龄为19-38岁），占比72.6%，整体呈现年轻化特征，社交软件排名也因此表现出相应情况。

平时使用的社交软件

在社交软件最常使用功能分布中，即时通讯（占69%）、分享图片、心情（42%）占据前两位，这也是社交软件的最基础和最主要的功能。阅读学习（占40.4%）、游戏娱乐（占27.1%）、应用工具（占25.5%）则体现了社交软件功能的多样化，阅读学习排名较高的情况与调查中高收入人群占比高以及文化教育成为增加支出的首选的群体画像有较大联系

社交软件最常使用功能分布情况

7.6 2012-2019年中国社交软件市场价格走势分析

7.6.1 社交软件市场定价机制组成

7.6.2 社交软件市场价格影响因素

7.6.3 2012-2019年社交软件产品/服务价格走势分析

7.6.4 2019-2025年社交软件产品/服务价格走势预测

第八章 2012-2019年中国社交软件市场规模分析

8.1 2012-2019年中国社交软件市场规模分析

8.2 2012-2019年我国社交软件区域结构分析

8.3 2012-2019年中国社交软件区域市场规模

8.3.1 2012-2019年东北地区市场规模分析

8.3.2 2012-2019年华北地区市场规模分析

8.3.3 2012-2019年华东地区市场规模分析

8.3.4 2012-2019年华中地区市场规模分析

8.3.5 2012-2019年华南地区市场规模分析

8.3.6 2012-2019年西部地区市场规模分析

8.4 2019-2025年中国社交软件市场规模预测

8.4.1 2019-2025年中国社交软件市场总体规模预测

8.4.1 2019-2025年中国社交软件细分市场规模预测

第九章 2012-2019年中国社交软件行业整体运行指标分析

9.1 中国社交软件行业总体规模分析

9.1.1 企业数量结构分析

9.1.2 人员规模状况分析

9.1.3 行业资产规模分析

9.1.4 行业市场规模分析

9.2 中国社交软件行业产销情况分析

9.2.1 中国社交软件行业总产值

9.2.2 中国社交软件行业收入分析

9.3 中国社交软件行业财务指标总体分析

9.3.1 行业盈利能力分析

(1) 中国社交软件行业销售利润率

(2) 中国社交软件行业成本费用利润率

(3) 中国社交软件行业亏损面

9.3.2 行业偿债能力分析

9.3.3 行业营运能力分析

(1) 中国社交软件行业应收帐款周转率

(2) 中国社交软件行业总资产周转率

(3) 中国社交软件行业流动资产周转率

9.3.4 行业发展能力分析

(1) 中国社交软件行业总资产增长率

(2) 中国社交软件行业利润总额增长率

(3) 中国社交软件行业主营业务收入增长率

第十章 2019-2025年我国社交软件市场供需形势分析

10.1 我国社交软件市场供需分析

10.1.1 2012-2019年我国社交软件行业供给情况

(1) 我国社交软件行业供给分析

(2) 重点企业供给及占有份额

10.1.2 2012-2019年我国社交软件行业需求情况

- (1) 社交软件行业需求市场
- (2) 社交软件行业客户结构
- (3) 社交软件行业需求的地区差异
- 10.1.3 2012-2019年我国社交软件行业供需平衡分析
- 10.2 2019-2025年社交软件产品/服务市场应用及需求预测
- 10.2.1 2019-2025年社交软件产品/服务应用市场总体需求分析
 - (1) 2019-2025年社交软件产品/服务应用市场需求特征
 - (2) 2019-2025年社交软件产品/服务应用市场需求总规模
- 10.2.2 2019-2025年社交软件行业领域需求量预测
 - (1) 2019-2025年社交软件行业领域需求产品/服务功能预测
 - (2) 2019-2025年社交软件行业领域需求产品/服务市场格局预测
- 10.2.3 2019-2025年重点行业社交软件产品/服务需求分析预测

第十一章 2019-2025年社交软件行业重点省市发展分析

- 11.1 社交软件行业区域投资环境分析
 - 11.1.1 行业区域结构总体特征
 - 11.1.2 行业区域集中度分析
 - 11.1.3 行业地方政策汇总分析
- 11.2 行业重点区域运营情况分析
 - 11.2.1 华北地区社交软件行业运营情况分析
 - (1) 北京市社交软件行业运营情况分析
 - (2) 天津市社交软件行业运营情况分析
 - (3) 河北省社交软件行业运营情况分析
 - (4) 山西省社交软件行业运营情况分析
 - (5) 内蒙古社交软件行业运营情况分析
 - 11.2.2 华南地区社交软件行业运营情况分析
 - (1) 广东省社交软件行业运营情况分析
 - (2) 广西区社交软件行业运营情况分析
 - (3) 海南省社交软件行业运营情况分析
 - 11.2.3 华东地区社交软件行业运营情况分析
 - (1) 上海市社交软件行业运营情况分析
 - (2) 江苏省社交软件行业运营情况分析
 - (3) 浙江省社交软件行业运营情况分析
 - (4) 山东省社交软件行业运营情况分析
 - (5) 福建省社交软件行业运营情况分析

- (6) 江西省社交软件行业运营情况分析
- (7) 安徽省社交软件行业运营情况分析
- 11.2.4 华中地区社交软件行业运营情况分析
 - (1) 湖南省社交软件行业运营情况分析
 - (2) 湖北省社交软件行业运营情况分析
 - (3) 河南省社交软件行业运营情况分析
- 11.2.5 西北地区社交软件行业运营情况分析
 - (1) 陕西省社交软件行业运营情况分析
 - (2) 甘肃省社交软件行业运营情况分析
 - (3) 宁夏区社交软件行业运营情况分析
 - (4) 新疆区社交软件行业运营情况分析
- 11.2.6 西南地区社交软件行业运营情况分析
 - (1) 重庆市社交软件行业运营情况分析
 - (2) 四川省社交软件行业运营情况分析
 - (3) 贵州省社交软件行业运营情况分析
 - (4) 云南省社交软件行业运营情况分析
- 11.2.7 东北地区社交软件行业运营情况分析
 - (1) 黑龙江社交软件行业运营情况分析
 - (2) 吉林省社交软件行业运营情况分析
 - (3) 辽宁省社交软件行业运营情况分析
- 11.3 社交软件行业区域投资前景分析
 - 11.3.1 华北地区省市社交软件投资前景
 - 11.3.2 华南地区省市社交软件投资前景
 - 11.3.3 华东地区省市社交软件投资前景
 - 11.3.4 华中地区省市社交软件投资前景
 - 11.3.5 西北地区省市社交软件投资前景
 - 11.3.6 西南地区省市社交软件投资前景
 - 11.3.7 东北地区省市社交软件投资前景

第三部分 企业策略篇

第十二章 2019-2025年社交软件行业产业结构调整分析

- 12.1 社交软件产业结构分析
 - 12.1.1 市场细分充分程度分析
 - 12.1.2 各细分市场领先企业排名
 - 12.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

12.1.4 领先企业的结构分析

12.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

12.2.1 产业价值链的构成

12.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

12.3 2019-2025年产业结构发展预测

12.3.1 产业结构调整指导政策分析

12.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

12.3.3 社交软件行业参与国际竞争的战略市场定位

12.3.4 2019-2025年产业结构调整方向分析

第十三章 2012-2019年社交软件行业标杆企业经营分析

13.1 社交软件行业企业总体发展概况

13.2 社交软件行业企业经营状况分析

13.2.1 微博

(1) 企业发展概况

(2) 企业优劣势分析

(3) 企业主营业务分析

(4) 企业商业模式分析

(5) 2012-2019年经营业绩分析

(6) 2012-2019年经营数据指标

(7) 2019-2025年发展战略规划

(8) 企业最新发展动向分析

13.2.2 陌陌

(1) 企业发展概况

(2) 企业优劣势分析

(3) 企业主营业务分析

(4) 企业商业模式分析

(5) 2012-2019年经营业绩分析

(6) 2012-2019年经营数据指标

(7) 2019-2025年发展战略规划

(8) 企业最新发展动向分析

13.2.3 贴吧

(1) 企业发展概况

(2) 企业优劣势分析

(3) 企业主营业务分析

- (4) 企业商业模式分析
- (5) 2012-2019年经营业绩分析
- (6) 2012-2019年经营数据指标
- (7) 2019-2025年发展战略规划
- (8) 企业最新发展动向分析

13.2.4 豆瓣

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业优劣势分析
- (3) 企业主营业务分析
- (4) 企业商业模式分析
- (5) 2012-2019年经营业绩分析
- (6) 2012-2019年经营数据指标
- (7) 2019-2025年发展战略规划
- (8) 企业最新发展动向分析

13.2.5 新浪微博

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业优劣势分析
- (3) 企业主营业务分析
- (4) 企业商业模式分析
- (5) 2012-2019年经营业绩分析
- (6) 2012-2019年经营数据指标
- (7) 2019-2025年发展战略规划
- (8) 企业最新发展动向分析

第十四章 2019-2025年中国社交软件行业市场竞争格局分析

14.1 行业总体市场竞争状况分析

14.1.1 社交软件行业竞争结构分析

- (1) 现有企业间竞争
- (2) 潜在进入者分析
- (3) 替代品威胁分析
- (4) 供应商议价能力
- (5) 客户议价能力

14.1.2 社交软件行业企业竞争格局分析

- (1) 社交软件行业集中度
- (2) 社交软件行业竞争程度

- (3) 社交软件企业与品牌数量
- 14.1.3 社交软件行业SWOT分析
 - (1) 社交软件行业优势分析
 - (2) 社交软件行业劣势分析
 - (3) 社交软件行业机会分析
 - (4) 社交软件行业威胁分析
- 14.2 2012-2019年中国社交软件行业竞争格局综述
 - 14.2.1 社交软件行业竞争概况
 - 14.2.2 中国社交软件行业竞争力分析
 - (1) 中国社交软件行业竞争力剖析
 - (2) 中国社交软件企业市场竞争的优势
 - (3) 民企、外企、国企比较分析
 - 14.2.3 中国社交软件产品/服务竞争力优势分析
 - 14.2.4 社交软件行业主要企业竞争力分析
- 14.3 2019-2025年中国社交软件行业竞争格局及策略
 - 14.3.1 社交软件行业竞争概况
 - (1) 中国社交软件产业竞争形态分析
 - (2) 竞争加剧推动中国社交软件业步入并购时代
 - (3) 中国社交软件市场竞争持续升温
 - 14.3.2 中国社交软件行业竞争力分析
 - (1) 中国社交软件行业竞争力剖析
 - (2) 中国主流社交软件企业规模迅速提升
 - (3) 中国中小社交软件企业核心竞争力分析
 - 14.3.3 中国社交软件企业竞争策略分析
 - (1) 提高社交软件企业核心竞争力的对策
 - (2) 影响社交软件企业核心竞争力的因素及提升途径
 - (3) 提高社交软件企业竞争力的策略
 - (4) 建议

第十五章 2019-2025年中国社交软件行业企业发展策略分析

- 15.1 社交软件企业面临的困境及对策
 - 15.1.1 中国社交软件行业发展的主要困境
 - 15.1.2 我国社交软件企业开展国际化经营的困扰
 - 15.1.3 社交软件国际化的对策及风险规避
 - 15.1.4 重点社交软件企业面临的困境及对策

15.1.5 中小社交软件企业发展困境及策略分析

15.2 中国社交软件行业存在的问题及对策

15.2.1 中国社交软件行业存在的问题

15.2.2 社交软件行业发展的建议对策

- (1) 把握国家投资的契机
- (2) 竞争性战略联盟的实施
- (3) 企业自身应对策略

15.2.3 市场的重点客户战略实施

- (1) 实施重点客户战略的必要性
- (2) 合理确立重点客户
- (3) 重点客户战略管理
- (4) 重点客户管理功能

第四部分 投资规划篇

第十六章 中国社交软件行业2019-2025年规划及趋势预测

16.1 2019-2025年社交软件市场趋势分析

16.1.1 2012-2019年中国社交软件市场趋势总结

16.1.2 2019-2025年中国社交软件发展趋势预测

- (1) 产业集中度趋势分析
- (2) 2019-2025年行业发展趋势

16.2 2019-2025年社交软件行业发展预测分析

16.2.1 2019-2025年社交软件发展分析

16.2.2 2019-2025年社交软件行业技术开发方向

16.2.3 总体行业2019-2025年整体规划及预测

16.3 2019-2025年社交软件市场预测

16.3.1 2019-2025年社交软件行业市场规模预测

16.3.2 2019-2025年国内社交软件市场需求预测

16.3.3 2019-2025年国内社交软件市场供给预测

16.3.4 2019-2025年国内社交软件价格走势预测

16.4 中国社交软件行业2019-2025年发展规划

16.4.1 2019-2025年市场形势及需求预测

16.4.2 2019-2025年发展战略与指导思想

16.4.3 2019-2025年发展规划目标

16.4.4 2019-2025年发展重点及主要任务

16.4.5 政策性建议和措施意见

16.5 2019-2025年规划将为社交软件行业找到新的增长点

第十七章 2019-2025年中国社交软件行业投资价值分析评估

17.1 社交软件行业投资特性分析

17.1.1 社交软件行业进入壁垒分析

17.1.2 社交软件行业盈利模式分析

17.1.3 社交软件行业盈利因素分析

17.2 2019-2025年社交软件行业发展的影响因素

17.2.1 有利因素

17.2.2 不利因素

17.3 2019-2025年社交软件行业投资价值评估分析

17.3.1 行业投资效益分析

17.3.2 产业发展的空白点分析

17.3.3 投资回报率比较高的投资方向

17.3.4 新进入者应注意的障碍因素

第十八章 2019-2025年中国社交软件行业投资机会与风险防范

18.1 社交软件行业投融资情况

18.1.1 行业资金渠道分析

18.1.2 固定资产投资分析

18.1.3 兼并重组情况分析

18.1.4 社交软件行业投资现状分析

(1) 社交软件产业投资经历的阶段

(2) 2013年社交软件行业投资状况回顾

(3) 2013年中国社交软件行业风险投资状况

(4) 2014年我国社交软件行业的投资态势

18.2 2019-2025年社交软件行业投资机会

18.2.1 社交软件产业链投资机会

18.2.2 社交软件细分市场投资机会

18.2.3 社交软件重点区域投资机会

18.2.4 社交软件行业投资机遇

18.2.5 投资项目及可以投资的模式

18.3 2019-2025年社交软件行业投资风险及防范

18.3.1 政策风险及防范

18.3.2 技术风险及防范

- 18.3.3 供求风险及防范
- 18.3.4 宏观经济波动风险及防范
- 18.3.5 关联产业风险及防范
- 18.3.6 结构风险及防范
- 18.3.7 其他风险及防范
- 18.4 中国社交软件行业投资建议
- 18.4.1 社交软件行业未来发展方向
- 18.4.2 中国社交软件企业融资分析
- 18.4.3 投资建议

第十九章 2019-2025年中国社交软件行业前景与投资战略规划

- 19.1 社交软件行业发展前景分析
- 19.1.1 社交软件市场发展前景分析
- 19.1.2 中国社交软件市场蕴藏的商机
- 19.2 社交软件行业投资特性分析
- 19.2.1 社交软件行业进入壁垒分析
- 19.2.2 社交软件行业投资风险分析
- 19.3 社交软件行业投资战略规划
- 19.3.1 社交软件行业投资机会分析
 - (1) 中国社交软件生产将成为全球投资重点
 - (2) 我国社交软件行业面临高速增长的良机
 - (3) 国产社交软件进军国际市场的条件与机遇
- 19.3.2 社交软件企业战略布局建议
- 19.3.3 社交软件行业投资重点建议

第二十章 中国社交软件行业研究结论(ZYGXH)

- 20.1 社交软件行业研究结论
- 20.2 社交软件行业投资价值评估
- 20.3 社交软件行业2019-2025年投资建议
- 20.3.1 行业发展策略建议
- 20.3.2 行业投资方向建议
- 20.3.3 行业投资方式建议(ZYGXH)

图表目录：

图表1：社交软件行业生命周期

图表2：社交软件行业产业链结构

图表3：2012-2019年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表4：2012-2019年工业增加值及同比增长速度（单位：亿元，%）

图表5：2012-2019年中国固定资产投资额及同比增长速度（单位：亿元，%）

图表6：2012-2019年中国居民消费价格指数

图表7：2012-2019年居民消费价格比上年涨跌幅度（单位：%）

图表8：2012-2019年中国制造业采购经理指数变化情况

图表9：2012-2019年中国货币供应量增速月度走势（单位：%）

图表10：2012-2019年中国本外币存款月度情况（单位：亿元）

图表11：2012-2019年全球社交软件行业市场规模

图表12：2012-2019年中国社交软件行业市场规模

图表13：2012-2019年社交软件行业重要数据指标比较

图表14：2012-2019年中国社交软件市场占全球份额比较

图表15：2012-2019年社交软件行业销售收入

图表16：2012-2019年社交软件行业利润总额

图表17：2012-2019年社交软件行业资产总计

图表18：2012-2019年社交软件行业负债总计

图表19：2012-2019年社交软件行业竞争力分析

图表20：2012-2019年社交软件市场价格走势

图表21：2012-2019年社交软件行业主营业务收入

图表22：2012-2019年社交软件行业主营业务成本

图表23：2012-2019年社交软件行业销售费用分析

图表24：2012-2019年社交软件行业管理费用分析

图表25：2012-2019年社交软件行业财务费用分析

图表26：2012-2019年社交软件行业销售毛利率分析

图表27：2012-2019年社交软件行业销售利润率分析

图表28：2012-2019年社交软件行业成本费用利润率分析

图表29：2012-2019年社交软件行业总资产利润率分析

图表30：2019-2025年社交软件行业销售收入预测

图表31：2019-2025年社交软件行业主营业务收入预测

图表32：2019-2025年社交软件行业主营业务成本预测

图表33：2019-2025年社交软件行业总资产预测

图表34：2019-2025年社交软件行业利润总额预测

图表35：2019-2025年社交软件市场规模预测

图表36：2019-2025年社交软件行业竞争格局预测

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201805/635984.html>