

移动IM产品及用户专题研究报告2015

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws



易观智库长期致力于互联网产业的深度研究，位置服务&终端行业是其中最为重要的研究领域之一。

研究报告包括以下：

2014年我们已产出本行业报告：

- ✓ 中国手机安全市场年度综合报告（2014）
- ✓ 中国位置服务市场年度综合报告（2014）
- ✓ 中国手机浏览器市场年度综合报告（2014）
- ✓ 中国智能电视市场年度综合报告（2014）
- ✓ 中国平板电视线上销售研究报告2014
- ✓ 中国智能路由器市场专题研究报告2014
- ✓ 中国移动电视市场发展专题研究报告2014
- ✓ 中国IC元器件电子商务市场专题研究报告2014
- ✓ 中国打车APP市场专题研究报告2014
- ✓ 中国代驾APP市场专题研究报告2014
- ✓ 中国虚拟运营市场与竞争分析展望专题研究报告2014
- ✓ 中国公共WIFI市场专题研究报告2014

2015年我们将产出本行业报告：

- ☆ 中国手机安全市场年度综合报告2015
- ☆ 中国手机浏览器市场年度综合报告2015
- ☆ 中国位置服务市场年度综合报告2015
- ☆ 中国商业WiFi市场年度综合报告2015
- ☆ 中国城市交通O2O专题研究报告2015
- ☆ 中国拼车APP市场专题研究报告2015
- ☆ 中国专车APP市场专题研究报告2015
- ✓ 中国IM市场发展研究专题研究报告2015
- ✓ 中国智能手机刷机软件用户行为分析报告2015
- ✓ 中国手机地图导航竞品分析报告2015
- ✓ 中国手机客户端邮箱市场发展专题研究报告2015
- ✓ 中国车联网产业链研究专题报告2015

欲了解位置服务&终端行业的更多内容，
请访问易观智库官网：www.analysys.cn 或 致电客服：4006-515-715

目录

- 1 中国移动IM产品发展历程
- 2 平台类IM产品及用户发展分析
- 3 垂直类IM产品及用户发展分析
- 4 IM云产品及用户发展分析



移动IM产品发展历程



移动IM产品四大发展趋势



市场用户认知度不断提升，各类APP开发者和公司都意识到需顺应应用社交化浪潮。



社交功能不断创新，除了原本常规的社交功能之外，移动IM产品还需要不断根据用户的需求变化创新社交功能。



与公司管理工具深度融合，未来企业级应用不断社交化，移动社交产品需要根据公司管理工具进行灵活高效融合。



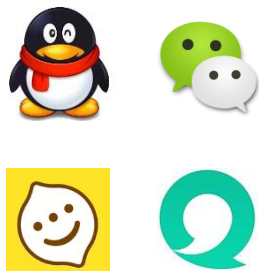
中小企业市场是主流，中小企业专注战略发展问题而在IT等技术问题上借助外部力量，移动社交厂商应主攻中小企业。

目录

- 1 中国移动IM产品发展历程
- 2 平台类IM产品及用户发展分析
- 3 垂直类IM产品及用户发展分析
- 4 IM云产品及用户发展分析



移动IM平台类产品特点分析



用户

移动IM平台类产品定位于大众用户，无细分用户人群。

基础功能

用户间发送文字及语音消息等即时通讯功能，用户间文字及图片社交功能。

O2O

基于平台及用户，对接服务厂商，提供基于实时位置信息的线下服务。

游戏

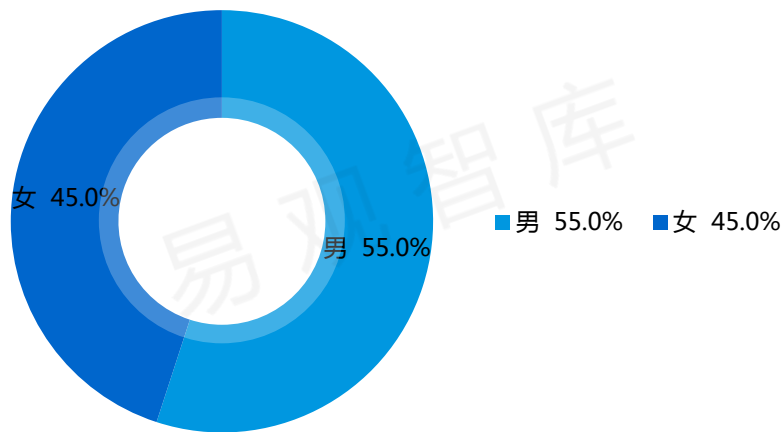
依托庞大的用户基数及社交属性，形成游戏分发及游戏分享的平台。

平台对接

为第三方提供账号体系、支付、位置信息等接口，第三方可在平台上开展业务、提供服务。

代表企业--微信用户属性分析

2015年第1季度微信用户性别结构

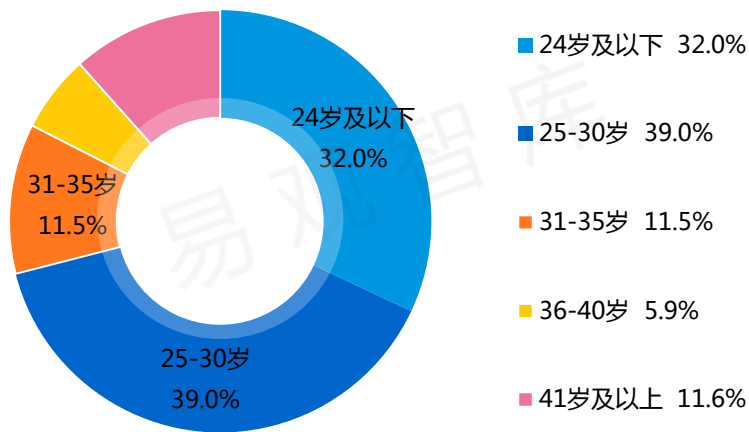


说明：基于2015年第1季度(易观智库.中国数字消费用户雷达)261万移动端活跃数字消费者的移动互联网行为监测结果。中国数字消费用户雷达采用易观智库自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

2015年第1季度微信用户年龄结构



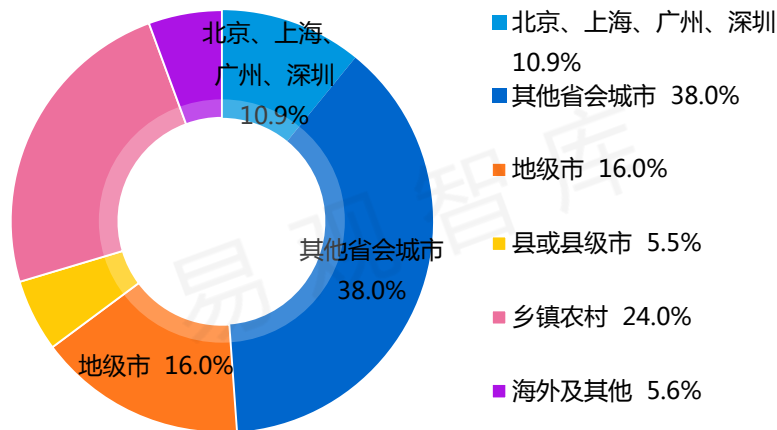
说明：基于2015年第1季度(易观智库.中国数字消费用户雷达)261万移动端活跃数字消费者的移动互联网行为监测结果。中国数字消费用户雷达采用易观智库自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

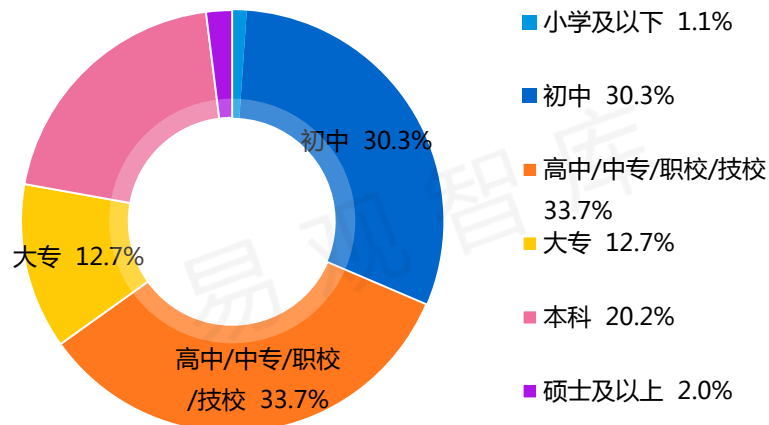
代表企业--微信用户属性分析

2015年第1季度微信用户地域结构



说明：基于2015年第1季度(易观智库.中国数字消费用户雷达)261万移动端活跃数字消费者的移动互联网行为监测结果。中国数字消费用户雷达采用易观智库自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

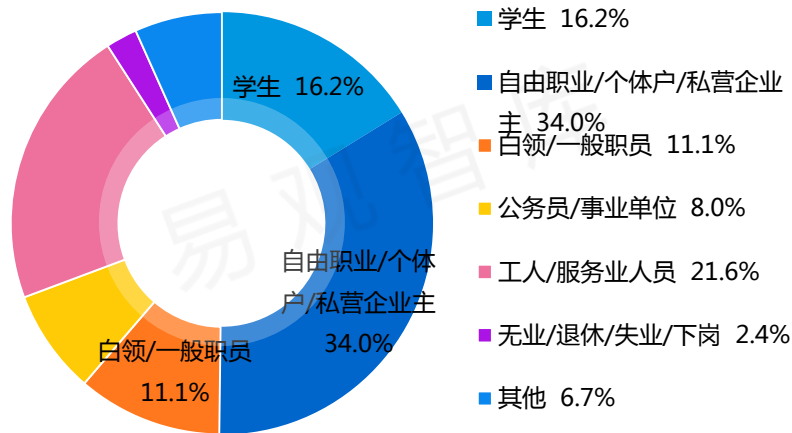
2015年第1季度微信用户学历结构



说明：基于2015年第1季度(易观智库.中国数字消费用户雷达)261万移动端活跃数字消费者的移动互联网行为监测结果。中国数字消费用户雷达采用易观智库自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

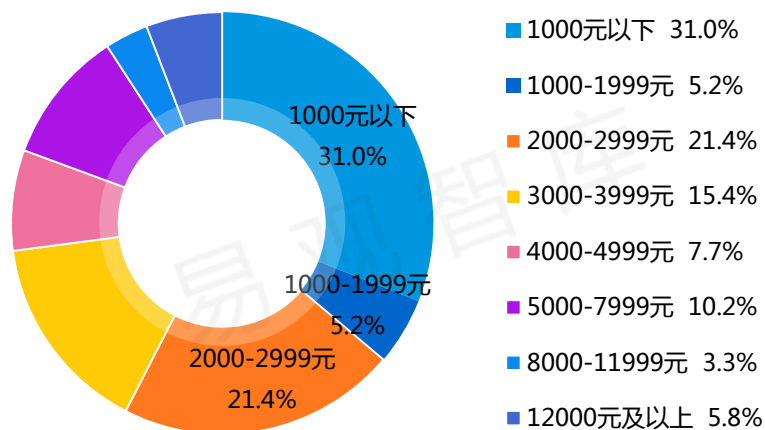
代表企业--微信用户属性分析

2015年第1季度微信用户职业结构



说明：基于2015年第1季度(易观智库.中国数字消费用户雷达)261万移动端活跃数字消费者的移动互联网行为监测结果。中国数字消费用户雷达采用易观智库自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

2015年第1季度微信用户收入结构



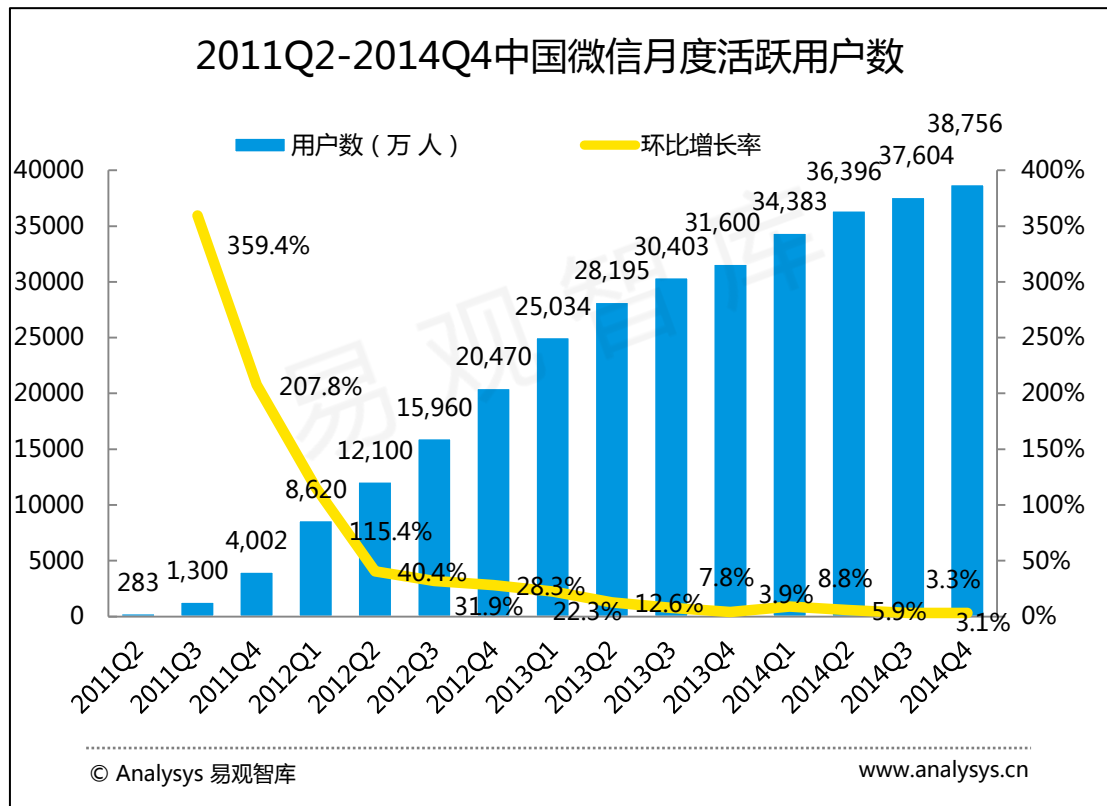
说明：基于2015年第1季度(易观智库.中国数字消费用户雷达)261万移动端活跃数字消费者的移动互联网行为监测结果。中国数字消费用户雷达采用易观智库自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

代表企业--微信用户属性分析

微信用户属性分析



代表企业--微信月活跃用户发展趋势



微信自2011年1月推出以来，月活跃用户数达到5000万只用了一年的时间，达到1亿月活跃用户的时间为16个月。截止到2014年第4季度，微信月活跃用户数保持在3.8亿人左右，用户规模基本稳定。

目录

- 1 中国移动IM产品发展历程
- 2 平台类IM产品及用户发展分析
- 3 垂直类IM产品及用户发展分析
- 4 IM云产品及用户发展分析



垂直类产品典型产品



名称	陌陌
诞生时间	2011年
产品特点	陌生人社交
用户特性	年轻人为主



名称	旺信
诞生时间	2012年
产品特点	购物聊天
用户特性	买卖双方



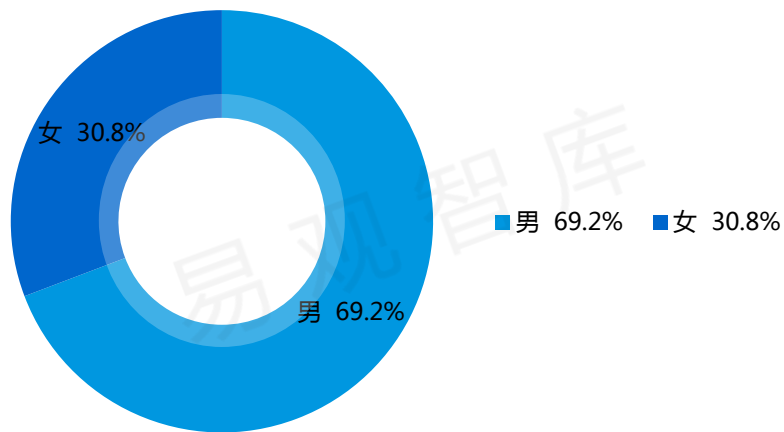
名称	手机YY
诞生时间	2011年
产品特点	游戏娱乐
用户特性	游戏娱乐人群



名称	脉脉
诞生时间	2013年
产品特点	职场交流
用户特性	职场人士

代表企业--陌陌用户属性分析

2015年第1季度陌陌用户性别结构

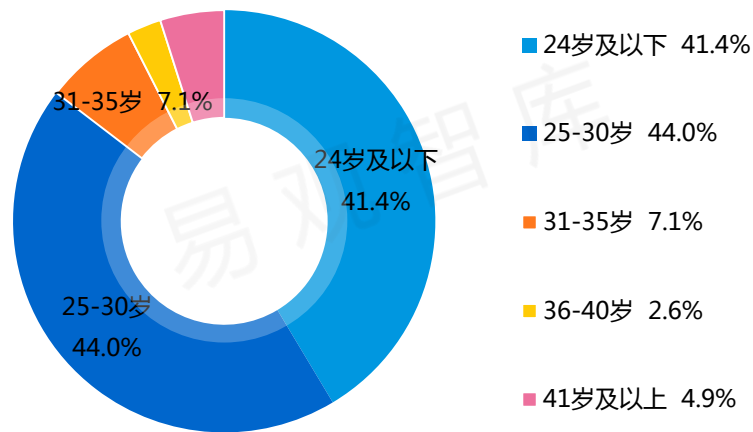


说明：基于2015年第1季度(易观智库·中国数字消费用户雷达)261万移动端活跃数字消费者的移动互联网行为监测结果。中国数字消费用户雷达采用易观智库自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

2015年第1季度陌陌用户年龄结构



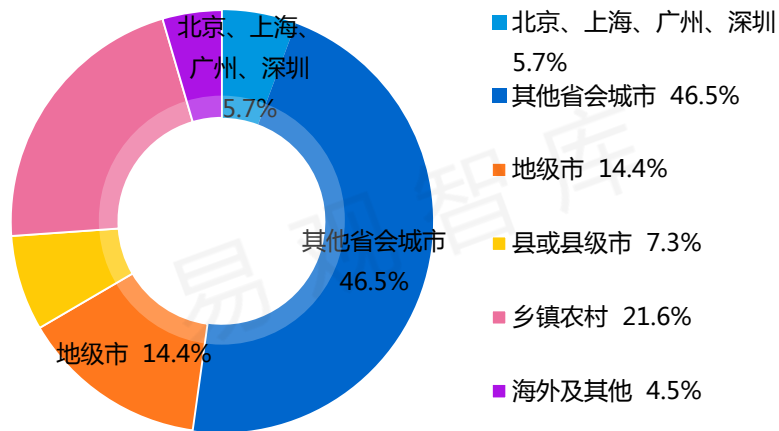
说明：基于2015年第1季度(易观智库·中国数字消费用户雷达)261万移动端活跃数字消费者的移动互联网行为监测结果。中国数字消费用户雷达采用易观智库自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

© Analysys 易观智库

www.analysys.cn

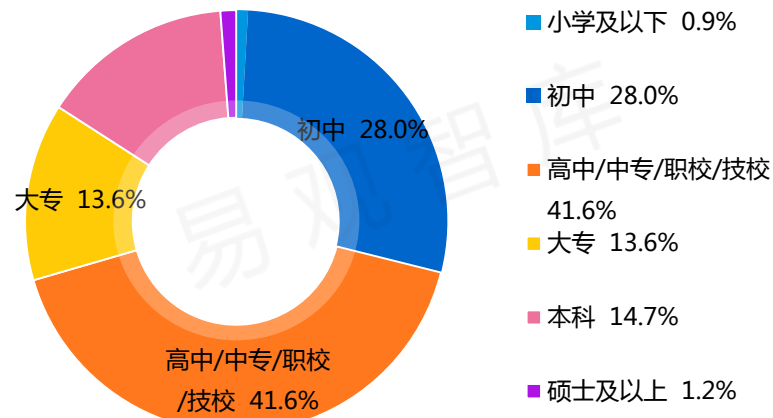
代表企业--陌陌用户属性分析

2015年第1季度陌陌用户地域结构



说明：基于2015年第1季度(易观智库·中国数字消费用户雷达)261万移动端活跃数字消费者的移动互联网行为监测结果。中国数字消费用户雷达采用易观智库自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

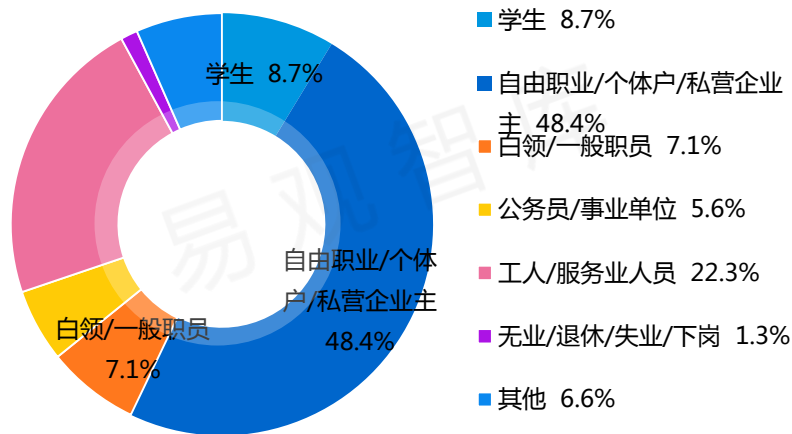
2015年第1季度陌陌用户学历结构



说明：基于2015年第1季度(易观智库·中国数字消费用户雷达)261万移动端活跃数字消费者的移动互联网行为监测结果。中国数字消费用户雷达采用易观智库自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

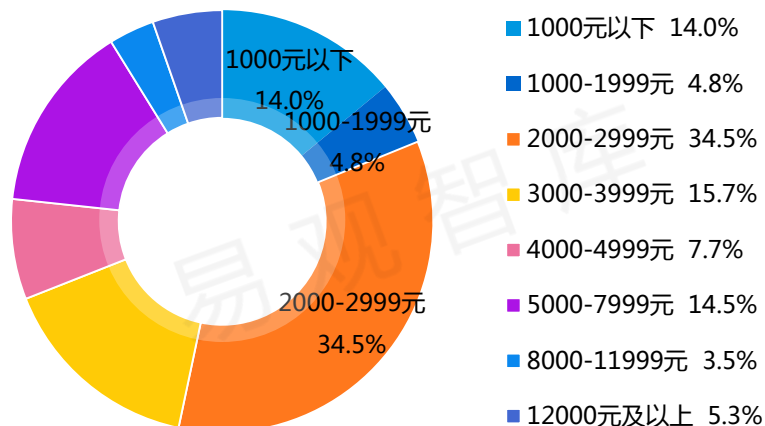
代表企业--陌陌用户属性分析

2015年第1季度陌陌用户职业结构



说明：基于2015年第1季度(易观智库.中国数字消费用户雷达)261万移动端活跃数字消费者的移动互联网行为监测结果。中国数字消费用户雷达采用易观智库自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

2015年第1季度陌陌用户收入结构



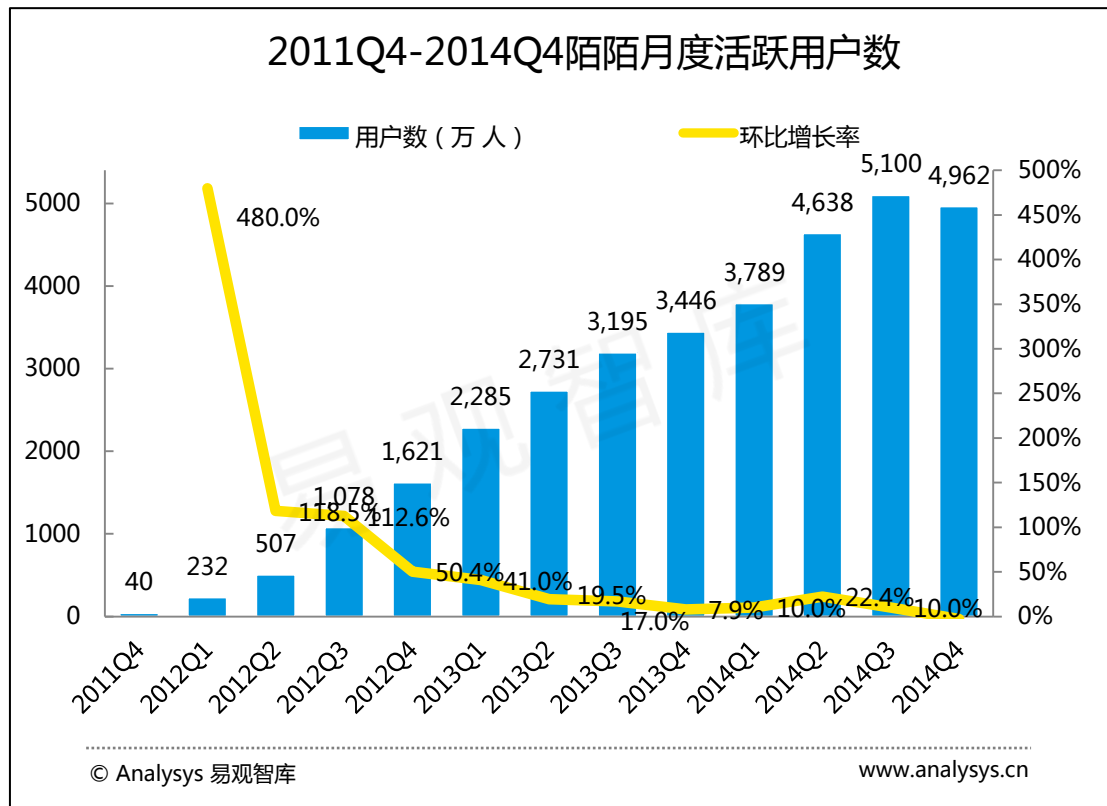
说明：基于2015年第1季度(易观智库.中国数字消费用户雷达)261万移动端活跃数字消费者的移动互联网行为监测结果。中国数字消费用户雷达采用易观智库自主研发的enfoTech技术，帮助您有效了解数字消费者在智能手机上的行为轨迹。

代表企业--陌陌用户属性分析

陌陌用户属性分析



代表企业--陌陌月活跃用户发展趋势



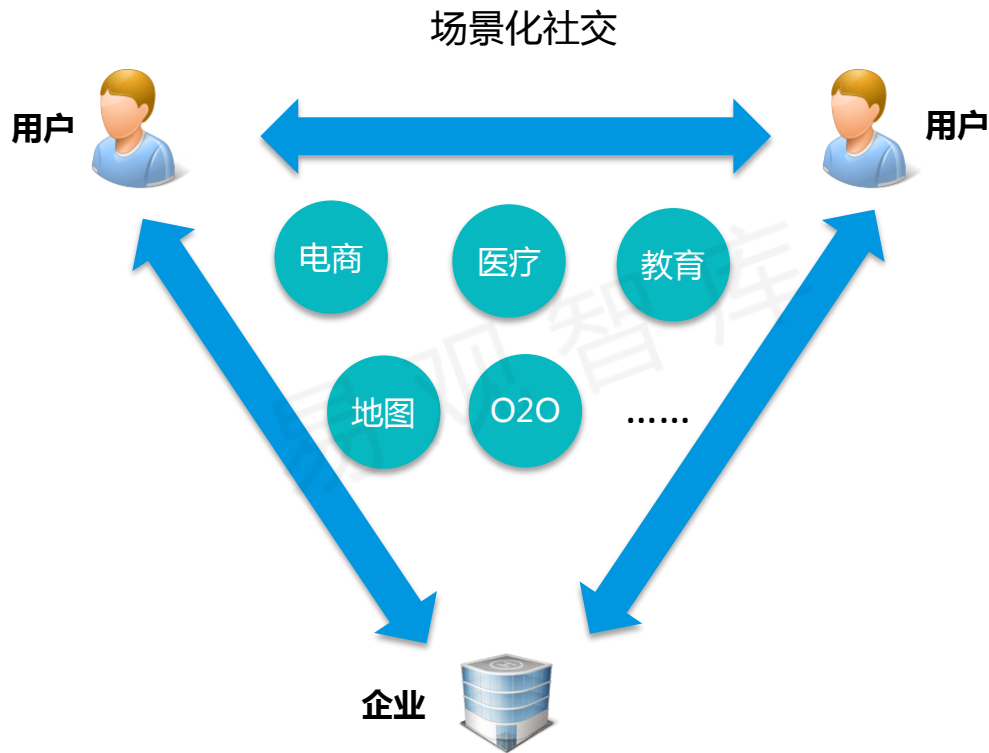
陌陌作为移动垂直类IM产品的代表，其用户来源更细分，用户规模也相对更垂直，陌陌自2011年8月发布，月活跃用户数在2014年第3季度达到5000万。截止到2014年第4季度，陌陌月活跃用户数保持在5000万人左右，用户规模基本稳定。

目录

- 1 中国移动IM产品发展历程
- 2 平台类IM产品及用户发展分析
- 3 垂直类IM产品及用户发展分析
- 4 IM云产品及用户发展分析

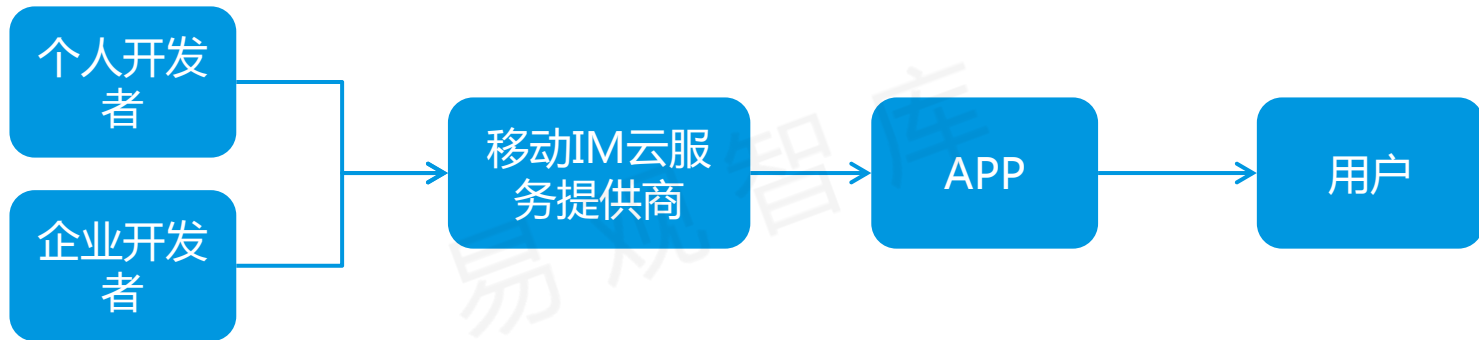


场景化社交引领移动IM新潮流



随着移动互联网的发展，用户对于社交的需求更加个性化、社交化，IM云服务将实现各类APP用户之间的无缝沟通，为用户提供基于电商、金融、医疗和O2O等各类场景的社交。

移动IM云服务一步实现APP社交化



无需购买服务器及存储、无需客户端开发、无需维护等

社交功能交由专业的第三方，开发者只需聚焦于核心业务

快速布置社交功能

个性化定制社交功能

移动IM云产品分析

移动IM云功能介绍



单聊功能

支持发送语音、图片、表情、文字、位置、名片、附件



实时音视频

基于网络提供点对点实时视频、语音通话功能



群聊功能

支持多人群聊功能，具有完善的群组权限管理



客服平台

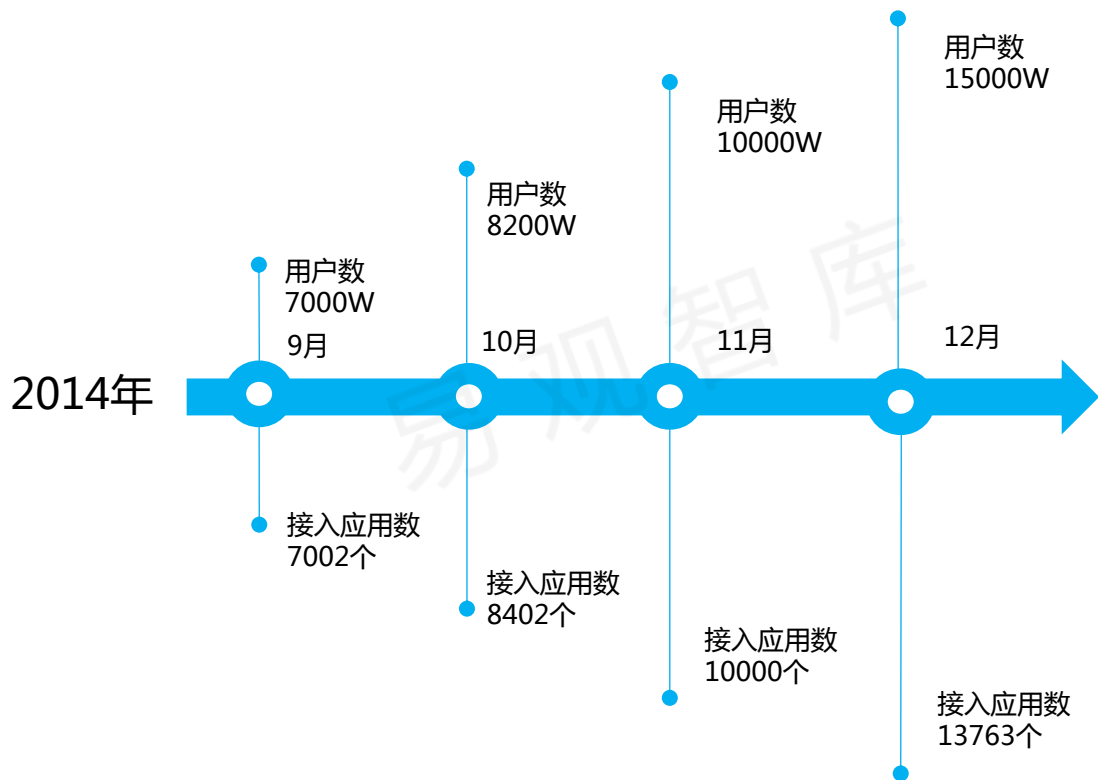
为企业提供客服服务体系



多平台

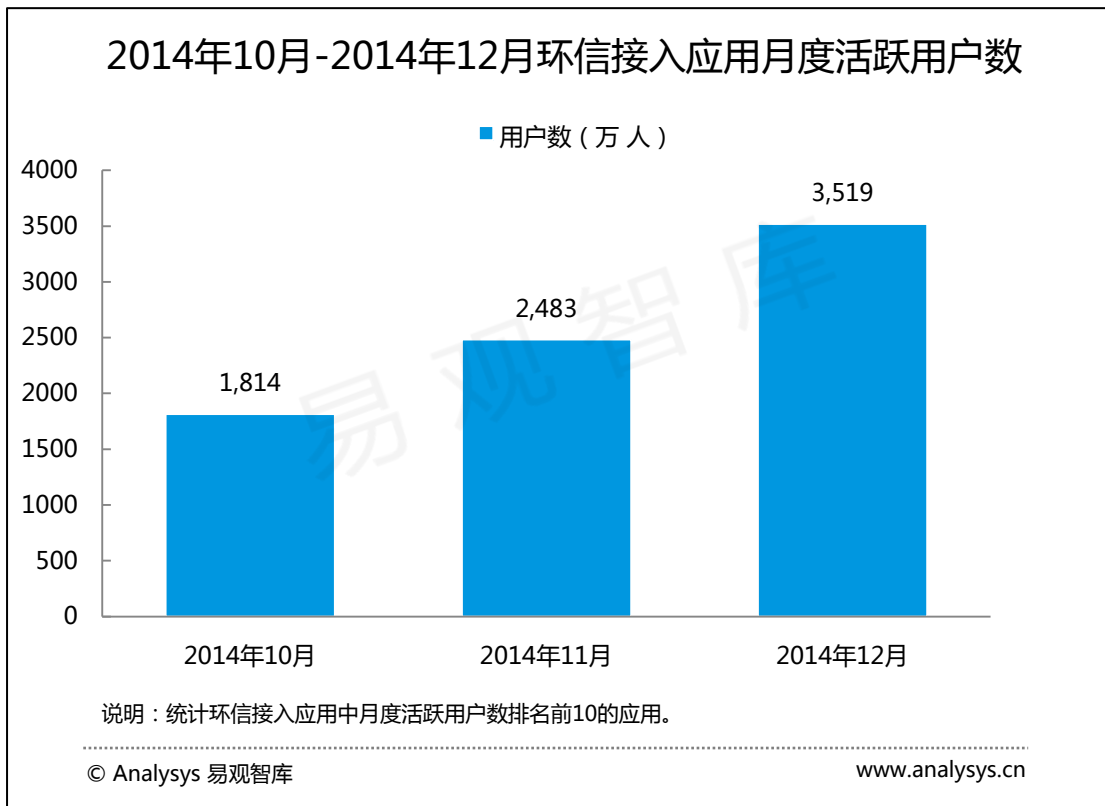
支持多平台登录及使用

代表企业--环信用户发展趋势



环信作为移动IM云产品的代表，其用户来源于接入应用，环信自2014年6月发布，用户规模达到7000万用了3个月的时间。截止到2014第4季度，环信用户规模为1.5亿人左右，接入应用数13763个，预计用户规模将持续高速增长。

代表企业--环信接入应用月活用户发展趋势



截止2014年年底使用环信IM云服务应用数达到13763个，2014年10月用户数前10的应用共有1814万月活跃用户，到2014年12月，用户数前10的应用共有3519万月活跃用户。

易观智库·互联网通 产品说明书

助力企业找到属于自己的“互联网+”

客户热线：4006-515-715

网址：www.analysys.cn

- 易观国际2007年首次提出“互联网化”概念，2012年首次提出“互联网+”概念。
- 易观智库是易观国际旗下的中国卓越的互联网大数据产品和分析公司。通过大数据的产品、工具和分析，助力企业在线业务的成长。
- 易观智库常年为互联网企业、品牌企业、投资机构、政府等，提供可信、可靠、有效的数据产品和服务，已成为企业了解市场、提升创新力和决策力的首选服务商。

欲了解“互联网+”更多内容，请您搜索百度词条：

互联网+

编辑

“互联网+”是创新2.0下的互联网与传统行业融合发展的新形态、新业态，是知识社会创新2.0推动下的互联网形态演进及其催生的经济社会发展新形态。“互联网+”代表一种新的经济形态，即充分发挥互联网在生产要素配置中的优化和集成作用，将互联网的创新成果深度融合于经济社会各领域之中，提升实体经济的创新力和生产力，形成更广泛的以互联网为基础设施和实现工具的经济发展新形态。“互联网+”行动计划将重点促进以云计算、物联网、大数据为代表的新一代信息技术与现代制造业、生产性服务业等的融合创新，发展壮大新兴业态，打造新的产业增长点，为大众创业、万众创新提供环境，为产业智能化提供支撑，增强新的经济发展动力，促进国民经济体制增效升级。

“互联网+”是对创新2.0时代新一代信息技术与创新2.0相互作用共同演化推进经济社会发展新形态的高度概括。

中文名

互联网+

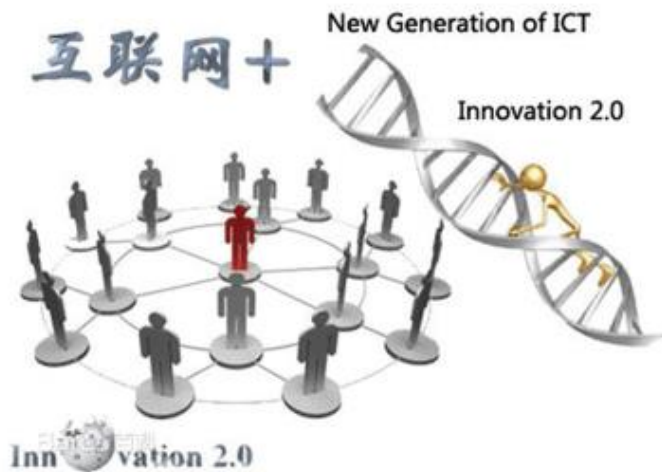
背景

易观国际在2012年11月首次提出

网址：www.analysys.cn

客户热线：4006-515-715

微博：@易观智库



互联网通是一款反映中国互联网经济发展的信息分析产品，依托各种行业研究的前瞻性和专业性，帮助企业快速看清“互联网+”的趋势。提前布局，减少试错，有效推进业务发展。

- ◆ 帮助企业快速了解互联网各行业的生态环境、关键政策、产业链、发展趋势、投融资等方面的信息；
- ◆ 帮助企业快速了解市场的竞争格局、竞争环境、竞争态势、竞争策略；
- ◆ 自2000年至今，深耕互联网各领域，收录深度研究报告5000多份，其中覆盖厂商超过1万余家。

我们的客户（部分）

- ◆ 中国上市公司500强企业：中国移动、中国电信、中国联通、中国工商银行、中国建设银行、中国银行、中国交通银行、联想集团、苏宁电器、招商银行、北汽福田、TCL集团、国美电器、民生银行、上海浦发银行、兴业银行、蒙牛乳业、天音通信、海尔集团、百联集团、海信集团、九阳、天津泰达、苏泊尔、百度、腾讯、阿里巴巴.....
- ◆ 中国各大电商平台：京东、淘宝、天猫、国美、苏宁、唯品会、当当网.....
- ◆ 中国各大媒体平台：腾讯新闻、百度新闻、新浪新闻、网易新闻、凤凰网、搜狐新闻、今日头条.....
- ◆ 中国各大视频网站：优酷土豆、腾讯、搜狐、爱奇艺、PPTV、风行.....
- ◆ 中国各大智能终端厂商：三星、联想、华为、小米、乐视.....
- ◆ 中国各大银行：工商银行、建设银行、中国银行、招商银行、交通银行、民生银行、中信银行、上海浦发银行.....
- ◆ 中国政府研究机构：网管办、网信办、社科院、统计局、商务部.....
- ◆ 各大投资机构：瑞信、摩根士丹利、花旗、中金、麦格理、瑞士银行、光大证券、德意志银行、美林证券、华泰证券.....

产品定价

易观智库.互联网通

账号类型			报告采购	启航版 (8.8万 / 年)	全胜版 (19.8万 / 年)
账号与安全	账号数		无	1个	3个
	每增加一个账号的费用		无	5000元 / 个	3000元 / 个
	加密方式		无	证书加密	证书加密
订阅服务	订阅	EDM - 市场警示	全年	全年	全年
	订阅	EDM - 行业报告简版推送	全年	全年	全年
报告库	浏览 / 下载	收费报告 - 厂商案例分析	28800元 / 份	互联网 + 概念相关的8份报告	易观智库该年度所有产出报告
		收费报告 - 行业专题报告	35800元 / 份		
		收费报告 - 季度数据报告	48800元 / 份		
		收费报告 - 综合年度报告	58800元 / 份		
客户服务	培训 - 产品功能		无	1次 / 年	2次 / 年

说明：

- 1、报价有效期：2015年06月30日
- 2、更多增值服务，请致电4006-515-715

大数据 大价值



- eCR-中国网购商品雷达
- eUR-中国数字消费用户雷达
- eBI-中国互联网商情
- eIR-中国创新应用雷达