2026-2031年中国社交网络行业发展趋势预判与投资规划分析报告

目 录

CONTENTS

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）主流社交网络用户增幅持续下降
（2）长尾社交应用继续涌现并快速增长
（3）从用户量剧增到广告收入剧增
（4）社交购物将广泛普及
（5）FacebookLive将使流媒体直播成为主流
（6）社交媒体客服质量显著提升
1.2 美国社交网络行业发展现状及趋势
1.2.1 美国社交网络市场规模分析
1.2.2 美国社交网络用户规模分析
1.2.3 美国社交网络渗透率分析
1.2.4 美国社交网络用户粘性分析
1.2.5 美国社交网络盈利模式分析
（1）网络广告
（2）用户付费
1.2.6 美国社交网络广告支出市场地位
1.2.7 美国社交网络发展趋势分析
（1）社交媒体将继续作为重要新闻信源
（2）年轻用户青睐“阅后即焚”App
（3）新闻业是社交媒体攻坚新重点——Facebook 一马当先
1.3 英国社交网络行业发展现状及趋势
1.3.1 英国社交网络市场规模分析
1.3.2 英国社交网络用户规模分析
1.3.3 英国社交网络渗透率分析
1.3.4 英国社交网络用户粘性分析
1.3.5 英国社交网络盈利模式分析
1.3.6 英国社交网络广告市场情况
1.3.7 英国社交网络发展趋势分析
1.4 日本社交网络行业发展现状及趋势
1.4.1 日本社交网络市场规模分析
1.4.2 日本社交网络用户规模分析
1.4.3 日本社交网络渗透率分析
1.4.4 日本社交网络用户粘性分析
1.4.5 日本社交网络盈利模式分析
1.4.6 日本社交网络发展趋势分析
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

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）企业基本情况
（2）企业产品/服务结构
（3）企业市场定位分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业用户规模分析
（6）企业用户地区分布
（7）企业营业收入分析
（8）企业市场占有率分析
（9）企业融资路径分析
（10）企业发展方向与战略
5.1.2 YouTube
（1）企业基本情况
（2）企业产品/服务结构
（3）企业市场定位分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业用户规模分析
（6）企业市场占有率分析
（7）企业融资路径分析
（8）企业发展方向与战略
5.1.3 Twitter
（1）企业基本情况
（2）企业产品/服务结构
（3）企业市场定位分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业用户规模分析
（6）企业用户地区分布
（7）企业营业收入分析
（8）企业融资路径分析
（9）企业发展方向与战略
5.1.4 MySpace
（1）企业基本情况
（2）企业产品/服务结构
（3）企业市场定位分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业用户规模分析
（6）企业融资路径分析
（7）企业发展方向与战略
5.1.5 Line
（1）企业基本情况
（2）企业产品/服务特点
（3）企业市场定位分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业用户规模分析
（6）企业用户地区分布
（7）企业营业收入分析
（8）企业融资路径分析
（9）企业发展方向与战略

5.1.6 LinkedIn
（1）企业基本情况
（2）企业产品/服务
（3）企业市场定位分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业用户规模分析
（6）企业用户地区分布
（7）企业营业收入分析
（8）企业发展方向与战略
5.2 国内领先社交网站经营分析
5.2.1 微信
（1）企业基本情况
（2）企业产品/服务结构
（3）企业市场定位分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业用户规模分析
（6）微信用户情况分析
（7）企业市场占有率分析
（8）企业融资路径分析
（9）企业发展方向与战略
5.2.2 陌陌
（1）企业基本情况
（2）企业产品/服务结构
（3）企业市场定位分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业用户规模分析
（6）企业用户地区分布
（7）企业营业收入分析
（8）企业融资路径分析
（9）企业发展方向与战略
5.2.3 新浪微博
（1）企业基本情况
（2）企业产品/服务分析
（3）企业市场定位分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业用户规模分析
（6）企业用户地区分布
（7）企业营业收入分析
（8）企业融资路径分析
（9）企业发展方向与战略
5.2.4 雪球
（1）企业基本情况
（2）企业产品/服务结构
（3）企业市场定位分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业用户规模分析
（6）企业用户地区分布
（7）企业融资路径分析
（8）企业发展方向与战略
5.2.5 豆瓣
（1）企业基本情况
（2）企业产品/服务结构
（3）企业市场定位分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业用户规模分析
（6）企业用户地区分布
（7）企业营业收入分析
（8）企业融资路径分析
（9）企业发展方向与战略

5.2.6 世纪佳缘
（1）企业基本情况
（2）企业产品/服务
（3）企业市场定位分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业用户规模分析
（6）企业用户地区分布
（7）企业营业收入分析
（8）企业融资路径分析
5.2.7 格子云
（1）企业基本情况
（2）企业产品/服务情况
（3）企业市场定位分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业用户规模分析
（6）企业用户地区分布
（7）企业发展趋势与机会
5.2.8 探探
（1）企业基本情况
（2）企业产品/服务功能
（3）企业市场定位分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业用户规模分析
（6）企业用户地区分布
（7）企业APP系统版本结构
（8）企业营业收入分析
（9）企业融资路径分析
（10）企业发展方向与战略
5.2.9 脉脉
（1）企业基本情况
（2）企业产品/服务情况
（3）企业市场定位分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业用户规模分析
（6）企业用户地区分布
（7）企业使用活跃度分析
（8）企业APP系统版本结构
（9）企业营业收入分析
（10）企业融资路径分析
（11）企业发展方向与战略
5.2.10 朋友印象
（1）企业基本情况
（2）企业产品/服务结构
（3）企业市场定位分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业用户规模分析
（6）企业用户地区分布
（7）企业融资路径分析
（8）企业发展方向与战略
5.2.11 请吃饭
（1）企业基本情况
（2）企业产品/服务结构
（3）企业市场定位分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业用户地区分布
（6）企业APP系统版本结构
（7）企业融资路径分析
（8）企业发展方向与战略
5.2.12 对面

（1）企业基本情况
（2）企业产品/服务结构
（3）企业市场定位分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业用户规模分析
（6）企业用户地区分布
（7）企业使用活跃度分析
（8）企业APP系统版本结构
（9）企业营业收入分析
（10）企业发展方向与战略
5.2.13 遇见
（1）企业基本情况
（2）企业产品/服务功能
（3）企业市场定位分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业用户规模分析
（6）企业用户地区分布
（7）企业APP系统版本结构
（8）企业发展方向与战略
5.2.14 比邻
（1）企业基本情况
（2）企业产品/服务结构
（3）企业市场定位分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业用户规模分析
（6）企业用户地区分布
（7）企业使用活跃度分析
（8）企业APP系统版本结构
（9）企业融资路径分析
（10）企业发展方向与战略
5.2.15 知乎
（1）企业基本情况
（2）企业产品/服务结构
（3）企业市场定位分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业用户规模分析
（6）企业用户地区分布
（7）企业使用活跃度分析
（8）企业APP系统版本结构
（9）企业营业收入分析
（10）企业融资路径分析
5.2.16 分答
（1）企业基本情况
（2）企业产品/服务结构
（3）企业市场定位分析
（4）企业盈利模式分析
（5）企业用户规模分析
（6）企业用户地区分布
（7）企业使用活跃度分析
（8）企业APP系统版本结构
（9）企业融资路径分析
（10）企业发展方向与战略
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
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1：2020-2025年全球社交网络规模及预测（单位：亿美元）
图表2：2020-2025年全球社交网络行业用户规模及预测（单位：亿人，%）
图表3：2020-2025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4：2025年一季度全球社交媒体排名（按活跃用户数量）（单位：百万人）
图表5：2020-2025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6：2020-2025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7：2020-2025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10：2025年美国成年人在社交网络平台获取新闻百分比（单位：%）
图表11：2025年各社交网站用户覆盖率（单位：%）
图表12：2020-2025年美国人使用社交媒体使用情况分析（单位：%）
图表13：2026-2031年英国社交网络行业市场规模预测（单位：亿美元，%）
图表14：2020-2025年英国社交网络行业用户规模变化情况及预测（单位：万人，%）
图表15：2025年英国互联网使用人群分类（单位：%）
图表16：2021-2025年各年龄段英国社交网络用户账户数量（单位：个）
图表17：英国社交网络用户使用原因分析（单位：%）
图表18：2026-2031年日本社交网络行业市场规模预测（单位：亿美元，%）
图表19：2020-2025年日本社交网络行业用户规模变化情况及预测（单位：万人，%）
图表20：2026-2031年日本移动互联网渗透率情况及预测图（单位：%）
图表21：2025年日本社交应用排行榜（单位：%）
图表22：2025年中国社交应用使用率排名（单位：%）
图表23：2020-2025年中国社交网络行业市场规模变化（单位：亿元，%）
图表24：2020-2025年中国网民规模和互联网普及率（单位：亿人，%）
图表25：2020-2025年中国手机网民规模及增速（单位：亿人，%）
图表26：2020-2025年中国GDP增长趋势图（单位：%）
图表27：2020-2025年中国智能手机出货量（单位：亿部）
图表28：2025年中国社交应用使用率分析（%）
图表29：2020-2025年中国手机网民规模及占网民比例（单位：万人，%）
图表30：2025年五类APP用户使用时段分布（单位：）
图表31：中国社交网络发展历程
图表32：典型移动端社交平台基本介绍
图表33：PC端&移动端社交网络优劣势对比

图表34：2025年排名前十的中国社交网络（单位：%，次）
图表35：社交网络梯队划分
图表36：个人消费社交网络市场分类
图表37：2021-2025年微博应用用户使用时长（单位：分钟）
图表38：综合社交典型APP分析
图表39：新浪微博的盈利模式与现状
图表40：2020-2025年中国陌生人社交应用用户规模（单位：亿人，%）
图表41：2025年中国陌生人社交软件活跃度排行（单位： %）
图表42：陌生人社交典型APP分析
图表43：各类社交媒体对用户影响的积极程度评分
图表44：百度贴吧介绍
图表45：2021-2025年中国网络婚恋交友服务移动端月度覆盖数增长趋势（单位：万台，%）
图表46：2021-2025年中国网络婚恋交友服务PC端月度访问次数增长趋势（单位：亿次，%）
图表47：2021-2025年中国网络婚恋交友服务移动端月度使用总时间（单位：亿分钟，%）
图表48：2021-2025年中国网络婚恋交友服务PC端月度访问时长增长趋势（单位：万小时，%）
图表49：中国网络婚恋交友服务核心企业介绍
图表50：中国婚恋交友社交盈利模式分析
图表51：Facebook基本信息表
图表52：Facebook的产品功能服务
图表53：Facebook的盈利模式
图表54：2019-2025年一季度facebook日活跃用户数量变动情况（单位：亿人，%）
图表55：facebook在世界主要地区市场分布情况（单位：%）
图表56：2021-2025年一季度facebook营业收入变动情况（单位：亿美元）
图表57：YouTube基本信息表
图表58：YouTube的产品结构
图表59：Twitter基本信息表
图表60：Twitter的产品服务
图表61：推特的五种盈利模式
图表62：2020-2025年一季度推特的活跃用户数量发展情况（单位：亿人）
图表63：推特的融资历程
图表64：MySpace基本信息表
图表65：MySpace的产品服务内容
图表66：Line基本信息表
图表67：Line的产品服务特点
图表68：Line的产盈利模式
图表69：2020-2025年一季度全球Line月活跃用户数（单位：百万人）
图表70：2019-2025年一季度Line核心地区月活跃用户数
图表71：领英基本信息表
图表72：LinkedIn的产品情况
图表73：LinkedIn的盈利模式
图表74：LinkedIn的用户地区分布
图表75：微信基本信息表
图表76：微信业务能力简况表
图表77：微信产品/服务情况
图表78：微信的市场定位
图表79：微信的赢利点分析
图表80：2020-2025年一季度微信与WeChat月活跃用户规模分析（单位：亿人）
图表81：截至2025年末微信用户地区分布情况（单位：%）
图表82：微信发展的八大趋向
图表83：微信发展的十大战略调整
图表84：陌陌基本信息表
图表85：陌陌业务能力简况表
图表86：陌陌的产品结构
图表87：陌陌的LBS
图表88：2020-2025年陌陌用户注册规模变化（单位：万人）
图表89：分省份陌陌用户地区分布情况
图表90：分省份陌陌用户地区分布情况
图表91：2021-2025年一季度陌陌营业收入情况（单位：万美元）
图表92：陌陌2017年第一季度分产品营业收入情况

图表93：陌陌融资历程表
图表94：新浪微博基本信息表
图表95：新浪微博业务能力简况表
图表96：新浪微博产品服务功能
图表97：新浪微博市场定位分析
图表98：新浪微博盈利模式分析
图表99：2021-2025年一季度新浪微博用户规模情况分析（单位：亿人）
图表100：新浪微博用户按区域分布情况（单位：%）
图表101：新浪微博用户按省份分布情况（单位：%）
图表102：2021-2025年一季度新浪微博营业收入情况（单位：百万美元）
图表103：雪球基本信息表
图表104：雪球业务能力简况表
图表105：雪球的服务详情
图表106：雪球软件的产品服务特点详情
图表107：雪球盈利模式分析
图表108：雪球用户地区分布（单位：%）
图表109：雪球的融资历程
图表110：豆瓣基本信息表
图表111：豆瓣业务能力简况表
图表112：豆瓣产品详情
图表113：豆瓣盈利模式表
图表114：豆瓣用户搜索百度指数
图表115：豆瓣用户按省份地区分布
图表116：世纪佳缘基本信息表
图表117：世纪佳缘产品服务情况
图表118：世纪佳缘盈利模式
图表119：2020-2025年世纪佳缘注册用户数情况（单位：万人）
图表120：2025年世纪佳缘用户地区分布情况
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！