

# 2025-2031年中国企业社交 网络市场需求预测与投资风险评估报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2025-2031年中国企业社交网络市场需求预测与投资风险评估报告》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.bosidata.com/report/W45043TBPE.html>

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

【出版日期】2026-03-05

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

报告说明: 《2025-2031年中国企业社交网络市场需求预测与投资风险评估报告》由权威行业研究机构博思数据精心编制,全面剖析了中国企业社交网络市场的行业现状、竞争格局、市场趋势及未来投资机会等多个维度。本报告旨在为投资者、企业决策者及行业分析师提供精准的市场洞察和投资建议,规避市场风险,全面掌握行业动态。

第一章企业社交网络相关概述1.1 社交网络介绍1.1.1 社交网络的相关概念1.1.2 社交网络的理论基础1.1.3 社交网络的核心要素1.1.4 社交网络的三次浪潮1.1.5 社交网站的盈利模式1.2 企业社交网络简介1.2.1 企业社交网络的内涵1.2.2 企业社交网络的用途1.2.3 企业社交工具兴起的原因1.3 web2.0环境下企业的各种关系1.3.1 企业与客户之间的关系1.3.2 企业与员工之间的关系1.3.3 企业与其他客体之间的关系1.4 社交网络在企业信息化中的应用1.4.1 客户关系管理1.4.2 内部知识管理1.4.3 企业精准营销第二章2020-2024年全球企业社交网络行业发展分析2.1 全球企业社交网络行业的发展背景2.1.1 世界经济整体运行特征2.1.2 全球互联网的应用水平2.1.3 互联网和新传媒的特点2.1.4 全球移动互联网发展变革2.1.5 移动智能终端市场规模扩张2.1.6 国外社交网络的发展与演变2.2 2020-2024年全球企业社交网络行业现状分析2.2.1 社交网络市场用户规模2.2.2 企业社交网络发展提速2.2.3 企业社交网络厂商类型2.2.4 企业社交网络渐趋成熟2.2.5 企业社交网络市场格局2.2.6 企业社交网络产品升级2.2.7 企业社交网络典型模式2.3 全球企业社交网络发展面临的问题2.3.1 企业社交网络的问题与挑战2.3.2 企业社交网络的应用效果待证实2.3.3 企业严重低估社交网络的功用2.3.4 制约企业社交网络推广的阻力2.3.5 企业开发社交网络政策的误区2.4 全球企业社交网络的投资策略2.4.1 成功企业社交网络的基本要素2.4.2 企业社交网络选型考虑因素2.4.3 运用社交网站促进管理的策略2.4.4 企业有效利用社交网络的经验2.4.5 部署企业社交网络的注意事项第三章中国企业社交网络行业的发展环境3.1 经济环境分析3.1.1 中国宏观经济运行状况3.1.2 中国宏观经济发展趋势3.1.3 中国信息化发展水平分析3.1.4 中国大企业发展规模及特点3.2 互联网行业发展状况3.2.1 中国互联网行业的发展历程3.2.2 中国移动互联网的发展状况3.2.3 国内企业互联网的应用状况3.2.4 企业电子商务及网络营销状况3.3 社交网络行业发展状况3.3.1 中国成为全球最大社交网络市场3.3.2 中国社交网络行业发展特点3.3.3 基于公众市场的社交网络发展3.3.4 中国社交网站的研发与演进过程3.4 行业环境分析3.4.1 企业信息化进入2.0时代3.4.2 传统管理模式向社交模式转型3.4.3 企业社交网络为企业带来竞争优势3.4.4 企业社交工具的积极作用显著第四章2020-2024年中国企业社交网络行业发展分析4.1 2020-2024年中国企业社交网络行业发展综述4.1.1 企业社交网络不断推陈出新4.1.2 2022年企业社交网络发展状况4.1.3 2023年企业社交网络发展状况4.1.4 2024年企业社交网络发展状况4.2 2020-2024年中国企业社交网络市场结构分析4.2.1 市场规模4.2.2 行业结构4.2.3 品牌结

构4.2.4 产品特点4.2.5 新进入者4.3 2020-2024年中国主要企业社交软件比较分析4.3.1 信鸽4.3.2 微部落4.3.3 tita4.3.4 明道4.3.5 推事本4.3.6 云之家4.4 2020-2024年企业社交网络渠道营销分析4.4.1 企业对于SNS的使用程度调查4.4.2 社交平台帮助企业寻找商机4.4.3 社交网络开启企业外部宣传新窗口4.4.4 企业社交网络需整合内部与外部4.4.5 手机微博与企业社交网络功能分析4.4.6 开心网与人人网的SWOT分析4.4.7 腾讯空间与有圈网的SWOT分析4.5 2020-2024年中国企业社交网络的用户需求分析4.5.1 当前企业应用情况4.5.2 对产品价值的认知4.5.3 产品功能需求分析4.5.4 对定价模式的偏好第五章企业社交网络的商业价值和应用案例5.1 管理挑战5.1.1 加强战略执行力5.1.2 提升全员沟通效率5.1.3 提高项目管理效率5.2 人力资源5.2.1 改善劳动力管理5.2.2 促进跨地区交流协作5.2.3 提升企业培训效果5.3 市场营销5.3.1 公共关系管理5.3.2 客户社区管理5.3.3 市场活动执行优化5.4 销售管理5.4.1 竞争对手情报管理5.4.2 销售过程支持5.4.3 渠道伙伴社区5.5 客户服务5.5.1 总部支持中心5.5.2 便捷的客户调研5.5.3 多产品线业务咨询衔接5.6 文化建设5.6.1 企业文化氛围营造5.6.2 员工互助互爱5.6.3 员工生活社交平台5.7 分享协作5.7.1 加强外部协作5.7.2 打造学习型组织5.7.3 快速获取知识第六章2020-2024年企业社交网络行业竞争状况剖析6.1 2020-2024年企业社交网络市场竞争格局6.1.1 企业社交网络平台模式6.1.2 抢占企业社交市场6.1.3 企业社交网络市场并购动态6.1.4 企业社交网络市场竞争格局6.1.5 本土企业竞争力分析6.2 企业邮箱与企业社交网络的竞争分析6.2.1 企业邮箱的优势分析6.2.2 中国企业邮箱市场规模6.2.3 主要企业邮箱产品介绍6.2.4 外包企业邮箱市场格局6.2.5 企业邮箱的主要特性6.2.6 企业邮箱的发展机遇6.2.7 企业邮箱市场发展趋势6.3 OA系统与企业社交网络的竞争分析6.3.1 OA系统与企业社交网络对比6.3.2 企业社交与OA产品竞争分析6.3.3 OA市场产品技术创新方向6.3.4 OA软件移动与社交化趋势6.4 企业社交网络企业的竞争策略6.4.1 企业社交网络厂商的竞争策略6.4.2 企业社交网络厂商的发展途径6.4.3 厂商建立竞争壁垒的措施分析第七章全球主要企业社交网络公司及产品分析7.1 微软（Microsoft）7.1.1 企业发展概况7.1.2 企业经营状况7.1.3 产品介绍7.1.4 平台商业模式7.2 IBM7.2.1 企业发展概况7.2.2 企业经营状况7.2.3 产品介绍7.2.4 平台商业模式7.3 甲骨文（Oracle）7.3.1 企业发展概况7.3.2 企业经营状况7.3.3 产品介绍7.3.4 平台商业模式7.4 SAP7.4.1 企业发展概况7.4.2 企业经营状况7.4.3 产品介绍7.4.4 平台商业模式7.5 Salesforce7.5.1 企业发展概况7.5.2 企业经营状况7.5.3 产品介绍7.5.4 平台商业模式7.6 Google7.6.1 企业发展概况7.6.2 企业经营状况7.6.3 产品介绍7.6.4 平台商业模式第八章中国主要企业社交网络公司及产品分析8.1 八百客8.1.1 企业发展概况8.1.2 企业经营状况8.1.3 财务状况分析8.1.4 企业社交网络业务8.2 金蝶8.2.1 企业发展概况8.2.2 企业经营状况8.2.3 财务状况分析8.2.4 企业社交网络业务8.3 用友8.3.1 企业发展概况8.3.2 企业经营状况8.3.3 财务状况分析8.3.4 企业社交网络业务8.4 明道8.4.1 企业发展概况8.4.2 企业经营状况8.4.3 财务状况分析8.4.4 企业社交网络业务8.5 华美宏大8.5.1 企业发展概况8.5.2 企业经营状况8.5.3 财务状况分析8.5.4 企业社交

网络业务8.6 北森8.6.1 企业发展概况8.6.2 企业经营状况8.6.3 财务状况分析8.6.4 企业社交网络  
业务8.7 纷享科技8.7.1 企业发展概况8.7.2 企业经营状况8.7.3 财务状况分析8.7.4 企业社交网络  
业务8.8 腾讯8.8.1 企业发展概况8.8.2 企业经营状况8.8.3 财务状况分析8.8.4 企业社交网络业务  
第九章2025-2031年中国企业社交网络行业投资分析9.1 企业社交网络领域的投资状况9.1.1 全球  
风险投资与并购规模9.1.2 社交媒体行业风险投资规模9.1.3 国际巨头收购布局企业社交网  
络9.1.4 中国企业社交网络的投融资状况9.2 企业社交网络行业的投资机会洞察9.2.1 企业社交网  
络带来商业机会9.2.2 企业社交网络移动领域潜力巨大9.2.3 企业社交网络市场受益企业分析9.3  
企业社交网络行业的投资前景与规避9.3.1 企业社交网络的投资前景9.3.2 国内企业社交网络产  
品误区9.3.3 企业社交网络发展仍处初级阶段9.3.4 企业社交网络的投资建议第十章2025-2031年  
企业社交网络行业的前景及趋势预测10.1 市场影响因素分析10.1.1 竞争格局10.1.2 驱动力10.1.3  
阻碍因素10.2 2025-2031年社交网络的发展趋势分析10.2.1 全球社交网络的发展新态势10.2.2 社  
交产品的发展方向10.2.3 社交网络的深度挖掘10.2.4 社交网络电子商务化10.3 2025-2031年企业  
社交网络的趋势预测10.3.1 企业社交网络发展正当时10.3.2 企业社交网络趋势预测乐观10.3.3 企  
业社交网络未来发展形势10.3.4 移动式企业社交平台前景广阔10.4 2025-2031年企业社交网络市  
场趋势分析10.4.1 2025-2031年中国企业社交网络市场规模预测10.4.2 2025-2031年全球企业社交  
软件收入规模预测10.4.3 2025-2031年社交平台全球市场用户数量预测10.5 2025-2031年中国企  
业社交网络市场趋势分析10.5.1 产品10.5.2 技术10.5.3 应用图表目录图表：六度分隔理论图表  
：Friendster现在已转型成为在线游戏社区图表：MySpace音乐类垂直社区图表：互联网广告主  
主要分类图表：使用企业社交软件的益处图表：2020-2024年世界工业生产月度增速走势情况图  
表：2020-2024年三大经济体零售额同比增长率情况图表：2020-2024年世界贸易量月度增长情  
况图表：2020-2024年世界、发达国家和发展中国家消费价格上涨情况图表：2020-2024年美国  
、日本和欧元区失业率情况图表：2020-2024年全球智能手机分销量图图表：美国社交网络发  
展图表：日本社交网站mixi页面访问量图表：美国社交媒体图表：美国社交网络新功能图表  
：企业组织的去中心化更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/W45043TBPE.html>