

2007-2008年中国Web2 .0及营销报告

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

《2007-2008年中国Web2.0及营销报告》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/ruanjian/K671618SZY.html>

报告价格：电子版：12000元

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

2007-2008年中国Web2.0及营销报告 内容介绍：

进入2004年，Web2.0在全球掀起了改变当前互联网商业及盈利模式的运动，这场运动从美国也迅速燃烧到了全球第二大互联网市场----中国，博客、视频分享、SNS成为了人们上网的主要应用，Web2.0的思想也被应用到其他领域中。从总体上看，Web2.0在中国正处于蓬勃发展的阶段。从发展形式看，当前国内Web2.0发展仍以娱乐化为主，与娱乐为主导的一些Web2.0产品或服务能够得到更多用户接受。从投资角度看，受到增长速度放缓、盈利模式单一、娱乐化偏重等负面因素，Web2.0的相关投资出现趋缓，不具备鲜明商业模式的网站将面临倒闭风险。除博客、视频分享及SNS这三大Web2.0主要应用外，该报告还重点讨论了RSS、维客以及微博客等一些Web2.0细分领域，并选择了相应的企业进行深入案例分析。

6	I. 第七届中国网民网络消费行为大调研背景
8	II. 研究方法
9	III. 相关定义
10	IV. 报告摘要
13	V. 报告正文
13	1. Web2.0概况
13	1.1. Web2.0的描述
16	1.2. Web2.0与新互联网技术与应用
16	1.2.1. Web2.0与新网络技术
16	1.2.1.1. AJAX
17	1.2.1.2. RSS
19	1.2.1.3. API
19	1.2.1.4. MashUps
20	1.2.1.5. Widgets
22	1.2.2. Web2.0与新网络应用
22	1.2.2.1. 搜索引擎
24	1.2.2.2. 电子商务
25	1.2.2.3. 图书馆
27	1.2.2.4. Web2.0服务的社会化关系与商业价值
28	1.3. 美国Web2.0发展环境分析

28	1.3.1. 美国Web2.0网站已初具规模
29	1.3.2. 良好市场竞争环境促使Web2.0有序发展
29	1.3.3. 美国传统行业考察行业开始关注Web2.0网站和应用
30	1.3.4. 美国Web2.0投融资情况良好
31	1.3.5. Facebook---美国社交网站新宠
31	1.3.5.1. Facebook发展概况
33	1.3.5.2. Facebook开放平台
34	1.3.5.3. Facebook的广告系统
37	2. 中国Web2.0发展环境分析
37	2.1. 中国Web2.0正处于快速发展阶段
39	2.2. 中国Web2.0发展特点
39	2.2.1. 互联网内容娱乐化促使中国Web2.0基础应用迅速发展
40	2.2.2. 中国Web2.0发展热点与美国市场同步
41	2.3. 中国Web2.0发展政策环境分析
41	2.3.1. 中国互联网发展宏观政策分析
41	2.3.2. 博客服务相关政策分析
42	2.3.3. 视频分享服务相关政策分析
42	2.3.4. 网络社区服务相关政策分析
43	2.4. 中国Web2.0投资环境分析
43	2.4.1. 中国风险投资环境分析
44	2.4.2. 中国互联网行业风险投资环境分析
45	2.4.3. 中国Web2.0风险投资环境分析
47	2.5. 中国Web2.0竞争格局分析
47	2.5.1. 相似网站及服务层出不穷，尚处于完全竞争阶段
48	2.5.2. Web2.0服务尚未得到普及，发展潜力巨大
49	3. 中国博客服务行业投资规模
52	表- 15 iUserTracker-2007年10月中国主要Web2.0服务使用人群占全部网民数比例
55	表- 16 iUserTracker-2007年10月中国月度总访问次数指标网络服务TOP
72	表- 17 新浪博客频道发展的几个重要事件
74	表- 18 2007年10月新浪主要频道人均月度覆盖人数指标TOP
98	表- 19 Web2.0营销与传统网络营销的差异
100	表- 20 Web2.0各主要应用在网络营销中的特征表现

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruanjian/K671618SZY.html>