



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008-2009年中国论坛行业市场 分析及发展趋势研究报告

# 一、调研说明

《2008-2009年中国论坛行业市场分析及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/41136.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

目前，中国的论坛行业尚处于初步发展时期。纵观世界经济论坛、《财富》全球论坛和博鳌亚洲论坛，这些国际著名论坛的成功经验可供中国论坛业参考借鉴。首先，建立优秀的论坛品牌形象。论坛品牌形象的建立分为两个阶段：初始品牌形象建立阶段和长期品牌形象培育阶段。其次，培育长期品牌形象的成功要素。在论坛的长期品牌形象培育阶段，其关键成功因素，一是为会员或参与者带来关键利益，二是论坛议题对全球、区域或行业的重要意义。最后，论坛商业盈利模式和网络论坛的盈利模式有所不同，但收入主要有3种来源：会员会费、会议赞助费、参会费。论坛的盈利能力需要一个逐步培养的过程。

互联网正成为舆论形成的新型重要大众媒介，也成为民意表达的新的平台。中国互联网的舆论平台已经十分发达。几乎每个门户网站都设有BBS论坛，中国目前约拥有130万个BBS论坛，数量为全球第一。与发达国家的网民相比，中国的网民更年轻，25岁以下网民占到51%，30岁以下的网民占到70%左右，年轻人成为网民的主力军，他们更乐于对社会、文化、经济方面的话题发表自己的看法。在这些年轻网民中，拥有大专及以上学历的占到40%，较高的学历决定了他们参与网络话题的热情较高，发言的质量也较高。

2008年，中国互联网社区高速发展。据最新统计，38.8%的网民经常访问社区中的论坛BBS，用户规模达到9822万人，论坛BBS仍是网络社区的主要应用之一。在2.53亿网民中，网络社区中的论坛/BBS访问率为38.8%，用户规模接近1亿，达到9822万人，是中国互联网十大应用之一。中国论坛/BBS的普及率极高，从门户到行业网站，从地区门户到个人站点，几乎80%以上网站均拥有独立的论坛BBS。

最新数据研究显示，2008年上半年，用户访问社区网站时间在总体上较2007年有所提高，每天访问时间在6小时以上的社区深度用户所占比例比2007年提高了4.5%，达到30.5%。而每天访问时间在6小时以下的，由2007年的74%减小到69.4%，其中在4-5小时段占比例最高，达到24.2%。2008年下半年网络用户浏览网络社区时间将会快速增加，其中有58.2%用户表示2008年下半年会增加对网络社区浏览时间。而表示会减少对社区浏览时间，仅占2.1%。因此，网络社区为用户粘性较高的网络服务，未来社区的发展还有很大的上升空间。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、

国家发改委、国务院发展研究中心、国家经济信息中心、中国互联网协会、中国行业研究网，以及国内外知名论坛如博鳌亚洲论坛、亚洲财富论坛、天涯虚拟社区、猫扑网等提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国论坛行业进行了分析研究。报告对我国论坛行业的发展概况、发展环境、发展现状和知名论坛等情况作了详细的分析，报告还重点研究了我国网络社区行业发展现状和趋势格局。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为论坛行业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。报告同时对论坛赢利方式及行业政策制定和欲进入的投资集团提供了准确的情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

## 【 目 录 】

### 第一部分 论坛发展概况

#### 第一章 论坛的概况 1

##### 第一节 论坛的定义及分类 1

###### 一、论坛的定义 1

###### 二、论坛的分类 2

##### 第二节 论坛的发展概况 3

###### 一、BBS的发展历史 3

###### 二、BBS在中国发展概况 4

###### 三、BBS的构建的方式 4

### 第二章 2008年论坛行业发展环境分析 6

#### 第一节 论坛行业发展宏观经济环境分析 6

##### 一、2008年宏观经济形势分析 6

##### 二、2008年我国居民消费价格分类指数分析 16

##### 三、2009年社会经济形势发展预测 20

#### 第二节 2008年论坛行业客观环境发展分析 22

##### 一、2008年互联网络发展状况分析 22

##### 二、2008年互联网市场发展分析 66

##### 三、2008年计算机行业发展态势 67

##### 四、未来互联网发展趋势 81

## 第二部分 网络社区及论坛发展分析

### 第三章 网络社区发展分析 87

#### 第一节 社区网站发展概况 87

##### 一、社区网站的发展历程 87

##### 二、社区网站运营关键因素分析 88

##### 三、社区网站的发展过程分析 89

#### 第二节 2008年网络社区发展现状 93

##### 一、网络社区发展概况 93

##### 二、2008年网络社区格局分析 97

##### 三、2008年社区深度用户发展分析 98

##### 四、2008年网络社区发展态势 99

##### 五、2008年社区营销现状及未来展望 103

#### 第三节 中国校园社区发展调查分析 107

##### 一、中国大学生市场前景分析 107

##### 二、脸谱网 ( Facebook ) 分析 109

##### 三、中国的校园社区现状 111

##### 四、SNS社区分析 113

##### 五、开放注册分析 117

##### 六、盈利模式分析 117

### 第四章 论坛行业的发展现状 120

#### 第一节 论坛行业的发展情况 120

##### 一、大小论坛生存现状分析 120

##### 二、2008年中国BBS论坛数量分析 124

##### 三、BBS发展状况调查分析 125

##### 四、国内BBS的现状与展望 130

#### 第二节 论坛群体的发展特征 133

##### 一、BBS网络社会群体的总体结构特征 133

##### 二、论坛群体成员地位的形成 134

##### 三、论坛群体内部人际交往特征 135

#### 第三节 校园论坛发展情况 137

- 一、校园论坛特点及结构分析 137
- 二、校园BBS营销分析 152
- 三、校园论坛分区发展前景 155
- 第四节 世界知名论坛成功运作的启示 156
  - 一、建立优秀的论坛品牌形象 157
  - 二、培育长期品牌形象的成功要素 157
  - 三、论坛商业盈利模式 159

### 第三部分 知名论坛发展分析

#### 第五章 知名论坛发展情况 161

##### 第一节 博鳌亚洲论坛 161

- 一、博鳌亚洲论坛概况 161
- 二、博鳌亚洲论坛章程 163
- 三、2008年论坛动态 178
- 四、2008年博鳌亚洲论坛亮点分析 179

##### 第二节 亚洲财富论坛 182

- 一、亚洲财富论坛概况 182
- 二、亚洲财富论坛业务分析 183

##### 第三节 世界经济论坛（达沃斯论坛） 185

- 一、世界经济论坛概况 185
- 二、世界经济论坛的影响力 186

##### 第四节 天涯虚拟社区 188

- 一、天涯社区概况 188
- 二、天涯社区基本法 189
- 三、2008-2009年天涯社区动态 195

##### 第五节 猫扑网 198

- 一、猫扑网概况 198
- 二、猫扑发展历程 199

##### 第六节 网易论坛 203

- 一、网易概况 203
- 二、网易品牌运作 206

##### 第七节 大旗网 211

- 一、大旗网概况 211
- 二、大旗网产品介绍 212
- 三、2008年大旗网动态 213
- 第八节 中华网论坛 218
  - 一、中华网概况 218
  - 二、中华网的业务模式 219
  - 三、2008年中华网动态 221
  - 四、中华论坛竞争战略分析 224
- 第九节 奇虎论坛 227
  - 一、奇虎网概况 227
  - 二、奇虎产品介绍 230
- 第十节 西祠胡同 231
  - 一、西祠胡同概况 231
  - 二、西祠胡同发展分析 233
  - 三、2008年西祠胡同动态 237
  - 四、西祠胡同社区服务规则 238
- 第十一节 新华网论坛 246
  - 一、新华网论坛概况 246
  - 二、新华网论坛管理细则 246

#### 第四部分 论坛发展策略及趋势分析

#### 第六章 论坛的赢利模式及发展战略 249

##### 第一节 社区网站盈利模式和论坛运营外包分析 249

- 一、社区网站盈利模式探讨 249
- 二、社区发展盈利状况分析 250
- 三、社区论坛托管赢利模式分析 252
- 四、论坛运营外包分析 254

##### 第二节 论坛的盈利模式分析 256

- 一、论坛的赢利模式类型分析 256
- 二、论坛盈利的有效实用模式 258
- 三、论坛盈利的新方向 259

##### 第三节 论坛发展基本策略分析 260

一、论坛发展策略之诚信策略 260

二、论坛发展之领导班子策略 261

三、论坛发展之宣传策略 263

四、论坛发展之推广战略 267

五、论坛发展之营销策略 270

第四节 论坛发展战略分析 272

一、基本策略 273

二、延伸策略 273

三、运筹策略 274

第七章 论坛的发展趋势 275

第一节 网络社区发展趋势 275

一、中国社区网站创新发展趋势 275

二、2008-2009年中国社区网站发展趋势 276

三、2008-2009年网络社区发展趋势 278

四、未来网络社区的发展方向 280

第二节 论坛发展的动力趋势分析 281

一、精英文化 282

二、人气力量 282

三、特色吸引 282

四、斑竹和板油 282

五、生活方式 283

附录：

附录一：《中华人民共和国计算机信息网络国际互联网管理暂行规定》 285

附录二：《互联网电子公告服务管理规定》 288

附录三：《互联网信息服务管理办法》 292

附录四：《中国互联网络域名管理办法》 298

图表目录：

图表：2004-2008年6月国内生产总值增长趋势图 7

图表：2000-2008年6月城镇固定资产投资名义增速及实际增速 8



图表：2006-2008年5月我国出口累计同比增速对比 8

图表：2006-2008年5月社会消费品零售总额实际累计同比增速对比 9

图表：1993-2007年各国GDP增速 11

图表：2008年1月居民消费价格分类指数分析 16

图表：2008年2月居民消费价格分类指数分析 16

图表：2008年3月居民消费价格分类指数分析 17

图表：2008年4月居民消费价格分类指数分析 17

图表：2008年5月居民消费价格分类指数分析 18

图表：2008年6月居民消费价格分类指数分析 18

图表：2008年7月居民消费价格分类指数分析 19

图表：2008年8月居民消费价格分类指数分析 19

图表：2005-2008年6月中国网民人数增长情况 22

图表：2005-2008年6月中国互联网普及率 23

图表：2005-2008年6月全球部分国家互联网普及率比较 23

图表：2008年6月网民性别结构 24

图表：2008年6月和2007年12月分性别互联网普及率比较 25

图表：2008年6月网民年龄结构 26

图表：2008年上半年各年龄段网民增长量 26

图表：2008年6月网民学历结构 27

图表：2008年6月网民职业结构 28

图表：2008年6月网民收入结构 28

图表：2008年6月学生网民与非学生网民个人月收入分布对比 29

图表：2008年6月互联网基础资源数量增长情况 30

图表：2008年6月中国IPv4地址数量增长情况 31

图表：2008年6月中国分类域名数 32

图表：2008年6月CN域名数量增长情况 33

图表：2008年6月中国分类CN域名数 33

图表：2008年6月中国网站数量增长情况 34

图表：2008年6月中国分类网站数 34

图表：2008年6月中国国际出口带宽增长情况 35

图表：2008年6月八家骨干网的国际出口带宽 35

图表：2008年网民上网设备情况 36

图表：2008年网民上网地点情况 37

图表：2008年6月网吧网民与总体网民年龄对比 37

图表：2008年网民最经常上网的地点 38

图表：2008年6月网民每周上网时长 38

图表：2008年6月网民每周上网时长 39

图表：2008年6月网民上网时长历时对比 39

图表：2008年6月家庭上网接入费用 40

图表：2008年6月网民在网吧的月均上网费用 40

图表：2008年6月中国手机有效卡数增长情况 41

图表：2008年6月中国使用手机上网的网民数量变化情况 41

图表：2008年6月使用手机上网的网民与总体网民年龄结构对比 42

图表：2008年6月网络应用使用率和用户规模 43

图表：2008年6月和2007年12月网络应用使用率排名变化 44

图表：2008年6月搜索引擎使用率和变化情况 45

图表：2008年6月电子邮件使用率和变化情况 45

图表：2008年6月即时通信使用率和变化情况 46

图表：2008年6月网络新闻阅读率和变化情况 47

图表：2008年6月博客/个人空间更新率变化情况 47

图表：2008年6月网络音乐使用率和变化情况 48

图表：2008年6月网络游戏使用率和变化情况 49

图表：2008年6月玩家每周花在角色扮演类网络游戏上的时间 49

图表：2008年6月玩家每周花在角色扮演类网络游戏上的平均时长 49

图表：2008年6月网络购物使用率和变化情况 50

图表：2008年6月网上支付使用率变化情况 51

图表：2008年6月网络社区相关网络应用使用情况 51

图表：2008年6月网上金融/网上求职/网上教育使用率 52

图表：2008年6月互联网对网民各方面帮助程度得分 53

图表：2008年6月认为互联网非常有帮助和有帮助的网民比例 54

图表：2008年6月互联网对网民各方面帮助程度打分情况分布 54

图表：2008年6月网民对互联网信任度得分 55

图表：2008年6月认为互联网非常可信和可信的网民比例 56

图表：2008年6月网民对互联网信任度打分情况分布 56

图表：2008年6月网民对互联网心理依赖度得分 57

图表：2008年6月非常同意和同意对互联网有一定依赖的网民比例 57

图表：2008年6月网民对互联网心理依赖度打分情况分布 58

图表：中国大陆地区与港澳台地区IPv4地址数 58

图表：IPv4地址分配单位表 59

图表：中国大陆与港澳台地区IPv6地址数 61

图表：中国大陆地区IPv6地址分配表 62

图表：表A4各省IPv4地址数 63

图表：分省域名数和分省CN域名数 64

图表：分省网站数 65

图表：中国.CN下的分类网站数 66

图表：各大机构预测的2007年全球PC出货量对比 68

图表：2006-2011年中国市场PC出货量预测 69

图表：各大机构预测的2007年全球NB出货量对比 69

图表：2007-2009年全球NB出货量与PC出货量增长对比 70

图表：2007年第二季度全球各PC厂商市场占有率对比 70

图表：2007年第二季度中国市场各PC厂商市场占有率对比 71

图表：2007年不同机构对市场排名的统计 71

图表：1994-2011年全球PC出货量统计及预测 72

图表：PC终端技术发展路径 75

图表：Win系列操作系统消费功能演进 75

图表：1995-2006年全球台式PC增长率 76

图表：2001-2006年中国PC销售量 76

图表：网络消费主要内容 77

图表：2002-2010年B2B电子商务市场规模 77

图表：2001-2006年中国网络购物市场规模 78

图表：2003-2010年网络游戏市场规模 78

图表：2004-2008年6月计算机行业主营业务收入和净利润同比增长情况 79

图表：2008年社区网民平均每天在社区所花的时间 98

图表：2008年下半年网民在网络社区上花费时间的变化 99

图表：中国网站数量增长情况 104

图表：中国社区用户属性与整体网民对比情况 106

图表：截止2007年比较有影响的中国校园社区网站 112

图表：优点网的本土化功能案例一 114

图表：优点网的本土化功能案例二 115

图表：优点网的本土化功能案例三 116

图表：您经营的社区网站多久了？（单选） 126

图表：您经营（或未来经营）的社区内容属于（或最接近）以下哪个分类方向？（单选） 127

图表：目前您经营的社区已有多少注册用户？（单选） 128

图表：您的社区网站，日常稳定的管理人员（不包括版主）有多少？（单选） 128

图表：在经营您的社区时，您依赖哪些服务项目获得收入？（最多选二） 129

图表：您在接受互联网广告时一般最在意哪些环节？（最多选二） 130

图表：2002-2008年博鳌亚洲论坛主题 179

图表：亚洲财富论坛组织结构 184

图表：中华网的业务模式 219

略.....

（如需详细目录，请来电索取）

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/41136.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

## 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

## 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。