

# 《微信蓝皮书（2014）》

## 图书基本信息

书名：《微信蓝皮书（2014）》

13位ISBN编号：9787121251752

出版时间：2015-3

作者：方兴东

页数：216

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)

# 《微信蓝皮书（2014）》

## 内容概要

《微信蓝皮书（2014）》全面介绍了微信的发展现状，深度剖析了微信在互联网金融、移动电子商务、电子政务、自媒体和新媒体营销等领域的实践应用与变革创新，预测并展望了微信在未来的发展趋势与变革热点，客观评价了微信作为社交全球化平台中的中国力量代表所蕴藏的战略价值、经济价值和社会价值。

《微信蓝皮书（2014）》是国内第一本聚焦微信的精品研究图书，中国最早的互联网智库——互联网实验室、全球领先的移动互联网研究机构——艾媒咨询强强联合，国内知名的微信与移动互联网研究者、观察者、实践者鼎力参与。《微信蓝皮书（2014）》研究深入、内容全面、分析独到、可读性强，极具前瞻性和参考性。

《微信蓝皮书（2014）》适合微信研究者、爱好与关注者，以及移动互联网创业者、从业者阅读和参考。

## 书籍目录

### 第一部分总报告篇

#### 第一章2014年微信发展态势

2

##### 一．微信的发展现状和规模

2

##### 二．从微信5.0到微信5.3——开启商业模式新征程

4

#### 第二章微信的价值及意义

10

##### 一．战略价值——全球化平台的中国力量

10

##### 二．经济价值——引领移动互联网经济新形态

15

##### 三．社会价值——创新社会管理与公共服务

25

##### 四．升级互联网管理机制的绝佳机会

27

### 第二部分自媒体篇

#### 第三章微信自媒体发展综述

32

##### 一．微信自媒体的产生与发展现状

32

##### 二．微信自媒体传播及影响力分析

37

##### 三．微信自媒体的运营及盈利模式

40

##### 四．微信自媒体案例解析

45

#### 第四章微信自媒体发展趋势

50

##### 一．互联网巨头发力自媒体，多平台运作或成趋势

50

##### 二．小众化精耕细作，引入生活服务

51

##### 三．微信自媒体走向精英化

52

##### 四．微信自媒体联盟的兴起与行业公司的加入

52

##### 五．结语

53

#### 第五章微信自媒体传播及影响力分析

54

##### 一．微信自媒体的传播方式

54

##### 二．影响文章打开率的几个因素

56

##### 三．微信自媒体的影响力如何构成

57

## 第三部分 政务篇

### 第六章 政务微信发展概述

60

一．政务微信的兴起与现状

60

二．政务微信的特点

63

三．政务微信的四大功能

64

四．政务微信的类型与定位

65

五．政务微信的问题及对策

67

### 第七章 政务微信的运营技巧

71

一．准确定位，打造特色政务微信

71

二．形成稳定的推送频率和时间，控制推送数量

73

三．信息分栏归类，重点一目了然

73

四．微信信息以自动回复代替人工回复

74

五．语言要接地气，使用亲民话语，内容贴近民生

74

六．采取多种表现形式，图文并茂，增强可读性

74

七．调动民众参与热情，加强互动

75

八．保证时效性，不发过期信息

76

九．微信微博双管齐下，优势互补

77

十．及时打击“山寨”政务微信

78

## 第四部分 企业篇

### 第八章 企业微信的应用及发展

86

一．企业微信应用现状

86

二．微信对于企业发展的价值体现

89

三．企业微信公众平台运营分析

91

### 第九章 国内中小企业微信应用现状

95

### 第十章 微信整合营销及应用案例

98

## 一．微信营销与企业其他营销方式的整合应用

98

## 二．企业微信营销经典案例解析

100

## 第五部分产业篇

### 第十一章OTT与电信运营商合作共赢模式探讨

114

#### 一．全球运营商和OTT层级合作模式

114

#### 二．微信与国内电信运营商的合作

117

#### 三．微信与联通合作，实现共赢

119

#### 四．各国电信运营商和OTT合作模式对我国的启示

122

### 第十二章基于微信的O2O移动电子商务发展探索

124

#### 一．微信移动支付发展分析

124

#### 二．O2O移动电子商务的前景

132

#### 三．微信的O2O探索——逐步实现商业闭环

134

### 第十三章腾讯本地生活O2O布局与未来发展预测

138

#### 一．公众平台模式

138

#### 二．投资入股模式

140

### 第十四章以微信O2O为核心的腾讯O2O生态圈

142

#### 一．PC互联网领域遭遇困境，借O2O迎来曙光

142

#### 二．微信O2O生态圈

144

#### 三．腾讯O2O生态圈

146

### 第十五章微信开放平台与电商战略的启示

153

### 第十六章微信开放平台的特点及前景

156

#### 一．微信是一个“关系为王”的功能平台

156

#### 二．微信开放平台的服务结构需进一步完善

158

## 第六部分展望篇

### 第十七章即时通信产品发展分析

162

#### 一．国外即时通信产品分析

162	
二．国内即时通信软件发展分析	
169	
第十八章微信与手机QQ的未来	
178	
一．微信新功能与新应用猜想	
178	
二．手机QQ与微信命运猜想	
187	
第十九章微信的全球化现状及发展展望	
193	
一．微信全球化现状、难点与策略分析	
193	
二．未来微信引发的产业变革展望	
199	
致谢	
204	
打造21世纪的走向未来丛书	
205	

## 精彩短评

- 1、看的时候已经不具备实效性了
- 2、跳着看，略有启发...

# 《微信蓝皮书（2014）》

## 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu111.com](http://www.tushu111.com)