|  |
| --- |
| [中国企业社交网络行业现状分析与发展前景研究报告（2024年版）](https://www.20087.com/M_ITTongXun/71/QiYeSheJiaoWangLuoWeiLaiFaZhanQuShi.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [中国企业社交网络行业现状分析与发展前景研究报告（2024年版）](https://www.20087.com/M_ITTongXun/71/QiYeSheJiaoWangLuoWeiLaiFaZhanQuShi.html) |
| 报告编号： | 1568771　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8800 元　　纸介＋电子版：9000 元 |
| 优惠价： | 电子版：7800 元　　纸介＋电子版：8100 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/M_ITTongXun/71/QiYeSheJiaoWangLuoWeiLaiFaZhanQuShi.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　企业社交网络是一种内部协作和沟通的工具，近年来在企业信息化进程中扮演了重要角色。随着云计算和移动互联网技术的发展，企业社交网络平台的功能日益丰富，不仅可以提供即时通讯、文件共享等基本功能，还能支持项目管理、知识分享等多种业务场景。目前，企业社交网络已经成为提高团队协作效率和促进企业文化建设的有效手段之一。
　　未来，企业社交网络的发展将更加注重智能化和个性化。一方面，随着人工智能技术的应用，企业社交网络将通过智能助手、机器学习等技术提高工作效率，例如自动分类信息、预测用户需求等。另一方面，随着企业对个性化需求的关注，企业社交网络将提供更加定制化的解决方案，以满足不同组织架构和业务模式的需要。此外，随着远程工作和混合办公模式的普及，企业社交网络将成为连接员工、促进远程协作的关键平台，支持更加灵活的工作方式。
　　[中国企业社交网络行业现状分析与发展前景研究报告（2024年版）](https://www.20087.com/M_ITTongXun/71/QiYeSheJiaoWangLuoWeiLaiFaZhanQuShi.html)基于科学的市场调研和数据分析，全面剖析了企业社交网络行业现状、市场需求及市场规模。企业社交网络报告探讨了企业社交网络产业链结构，细分市场的特点，并分析了企业社交网络市场前景及发展趋势。通过科学预测，揭示了企业社交网络行业未来的增长潜力。同时，企业社交网络报告还对重点企业进行了研究，评估了各大品牌在市场竞争中的地位，以及行业集中度的变化。企业社交网络报告以专业、科学、规范的研究方法，为投资者、企业决策者及银行信贷部门提供了权威的市场情报和决策参考。

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 2019-2024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 2019-2024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发展策略
　　　　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 2019-2024年中国企业社交网络行业发展分析
　　4.1 2019-2024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 2024年企业社交网络发展状况
　　　　……
　　　　4.1.5 2024年企业社交网络发展形势
　　4.2 2019-2024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 2019-2024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 tita
　　　　4.3.4 明道
　　　　4.3.5 推事本
　　　　4.3.6 云之家
　　4.4 2019-2024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 2019-2024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 2019-2024年企业社交网络行业竞争状况剖析
　　6.1 2019-2024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 2019-2024年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 Sharepoint产品介绍
　　　　7.1.4 Yammer平台商业模式
　　7.2 IBM
　　　　7.2.1 企业发展概况
　　　　7.2.2 企业经营状况
　　　　7.2.3 IBM引领行业发展
　　　　7.2.4 IBM Lotus Connections的主要功能
　　　　7.2.5 IBM Lotus Connections4.0新亮点
　　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 甲骨文主要产品介绍
　　　　7.3.4 推出企业社交网络新产品SRM
　　　　7.3.5 推出通信社交网络分析功能
　　　　7.3.6 云时代甲骨文的发展方向
　　7.4 SAP
　　　　7.4.1 企业发展概况
　　　　7.4.2 企业经营状况
　　　　7.4.3 SAP软件产品介绍
　　　　7.4.4 推出云产品组合
　　　　7.4.5 企业社交网络产品Jam介绍
　　7.5 Salesforce
　　　　7.5.1 企业发展概况
　　　　7.5.2 企业经营状况
　　　　7.5.3 Chatter的主要功能和特点
　　　　7.5.4 推出新社交软件套件
　　　　7.5.5 收购社交公司成因分析
　　7.6 Google
　　　　7.6.1 企业发展概况
　　　　7.6.2 企业经营状况
　　　　7.6.3 Google+推出新增功能
　　　　7.6.4 Google Apps整合社交网络

第八章 2019-2024年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 企业竞争优势
　　　　8.1.3 企业经营状况
　　　　8.1.4 企业社交网络业务
　　　　8.1.5 企业客户策略分析
　　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 企业社交网络业务
　　　　8.2.4 金蝶云之家发展规模
　　　　8.2.5 云之家与Yammer功能比较
　　8.3 用友
　　　　8.3.1 企业发展概况
　　　　8.3.2 经营效益分析
　　　　8.3.3 业务经营分析
　　　　8.3.4 财务状况分析
　　　　8.3.5 企业社交网络业务
　　　　8.3.6 企业未来前景展望
　　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 企业产品特性
　　　　8.4.4 企业社交网络业务
　　　　8.4.5 明道和Yammer的模式比较
　　8.5 华美宏大
　　　　8.5.1 企业发展概况
　　　　8.5.2 SET商业社交
　　　　8.5.3 企业社交方案优势
　　　　8.5.4 SET商业社交的创新
　　8.6 北森
　　　　8.6.1 企业发展概况
　　　　8.6.2 企业社交网络业务
　　　　8.6.3 北森tita的价值分析
　　　　8.6.4 tita网络的应用效果
　　8.7 纷享科技
　　　　8.7.1 企业发展概况
　　　　8.7.2 企业核心竞争力
　　　　8.7.3 产品营销策分析
　　　　8.7.4 纷享推出企业级微信
　　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 企业社交网络业务
　　　　8.8.4 企业QQ功能及特点
　　　　8.8.5 腾讯维空间功能及特点
　　　　8.8.6 准讯开拓移动企业社交
　　8.9 其他
　　　　8.9.1 “有圈”打造企业社交网络平台
　　　　8.9.2 企业社交网络产品handone介绍
　　　　8.9.3 领度企业社交网络发展分析
　　　　8.9.4 联通推出蓝信企业社交网络产品

第九章 2019-2024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风险与规避
　　　　9.3.1 企业社交网络的投资风险
　　　　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 中.智林.　2024-2030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 2024-2030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 2024-2030年企业社交网络的发展前景
　　　　10.3.1 企业社交网络发展正当时
　　　　10.3.2 企业社交网络发展前景乐观
　　　　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 2024-2030年企业社交网络市场前景预测
　　　　10.4.1 2024-2030年中国企业社交网络市场规模预测
　　　　10.4.2 2024-2030年全球企业社交软件收入规模预测
　　　　10.4.3 2024-2030年社交平台全球市场用户数量预测
　　10.5 2024-2030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 1 六度分隔理论
　　图表 2 Friendster现在已转型成为在线游戏社区
　　图表 3 MySpace音乐类垂直社区
　　图表 4 互联网广告主要分类
　　图表 5 使用企业社交软件的益处
　　图表 6 2023-2024年世界工业生产月度增速走势情况
　　图表 7 2023-2024年三大经济体零售额同比增长率情况
　　图表 8 2023-2024年世界贸易量月度增长情况
　　图表 9 2023-2024年世界、发达国家和发展中国家消费价格上涨情况
　　图表 10 2023-2024年美国、日本和欧元区失业率情况
　　图表 11 2019-2024年全球主要个人计算设备出货量一览表
　　图表 12 2019-2024年全球智能手机分季度销量图
　　图表 13 美国社交网络发展
　　图表 14 日本社交网站mixi页面访问量
　　图表 15 美国社交媒体
　　图表 16 美国社交网络新功能
　　图表 17 企业组织的去中心化
　　图表 18 2024年国内生产总值季度增长情况
　　图表 19 2024年规模以上工业企业增加值月度增速情况
　　图表 20 2024年固定资产投资（不含农户）月度增速情况
　　图表 21 2024年社会消费品零售总额分月同比增长速度
　　图表 22 2024年全国居民消费价格涨跌幅度
　　图表 23 2019-2024年全国总人口及自然增长率走势
　　图表 24 2023-2024年全国信息化发展指数
　　图表 25 2019-2024年中国网民数量及其增长情况
　　图表 26 中国分类CN域名数
　　图表 27 2019-2024年中国网站数量增长情况
　　图表 28 2023-2024年中国网民对各类网络应用的使用率
　　图表 29 2019-2024年中国手机网民规模及占网民比例
　　图表 30 使用计算机的企业比例（按企业规模划分）
　　图表 31 使用计算机的企业比例（按企业所在区域划分）
　　图表 32 使用互联网的企业比例（按企业规模划分）
　　图表 33 使用互联网的企业比例（按企业所在区域划分）
　　图表 34 企业互联网的接入方式
　　图表 35 “宽带中国”发展目标与发展时间表
　　图表 36 企业使用互联网的主要目的
　　图表 37 企业建立企业网站的主要目的
　　图表 38 利用互联网发布过信息或即时消息的企业的比例
　　图表 39 重点行业中开展在线销售的企业比例
　　图表 40 重点行业中开展在线采购的企业比例
　　图表 41 各种网络营销方式的使用率
　　图表 42 中国网络社交版图
　　图表 43 2019-2024年中国即时通信用户数及网民使用率
　　图表 44 2019-2024年博客/个人空间用户数及网民使用率
　　图表 45 2019-2024年中国微博用户数及网民使用率
　　图表 46 2019-2024年中国社交网站用户数及网民使用率
　　图表 47 SNS产业发展周期
　　图表 48 中国SNS产业链
　　图表 49 中国SNS商业模式
　　图表 50 联合投标业务关系节点
　　图表 51 采购管理关系节点
　　图表 52 国内主要企业社交软件——信鸽界面
　　图表 53 国内主要企业社交软件——V部落界面
　　图表 54 国内主要企业社交软件——tita界面
　　图表 55 国内主要企业社交软件——明道界面
　　图表 56 国内主要企业社交软件——推事本界面
　　图表 57 国内主要企业社交软件——云之家界面
　　图表 58 受访企业性质占比
　　图表 59 受访人员管理级别
　　图表 60 出差时携带移动设备
　　图表 61 各种常见通讯、微博、SNS工具使用情况
　　图表 62 受访企业网站功能状况
　　图表 63 出差时哪些问题困扰最大
　　图表 64 SNS平台是企业宣传的好方法
　　图表 65 2019-2024年微博用户数及使用率
　　图表 66 开心网注册用户数量
　　图表 67 开心网SWOT分析
　　图表 68 人人网注册用户数量
　　图表 69 人人网SWOT分析
　　图表 70 QQ空间默认应用
　　图表 71 QQ空间SWOT分析
　　图表 72 有圈网SWOT分析
　　图表 73 2024年企业计划应用企业社交网络情况
　　图表 74 2024年企业对企业社交网络价值的认知
　　图表 75 企业对企业社交网络功能的需求
　　图表 76 企业内部通讯工具最需解决的问题
　　图表 77 2024年企业对企业社交网络偏好的定价模式
　　图表 78 中天装饰的企业社交价值
　　图表 79 全新的社交型企业培训平台
　　图表 80 星宇电讯使用云之家的解决方案
　　图表 81 SNS与ESN的区别
　　图表 82 社交网络信息系统
　　图表 83 融合社交软件的新型电话中心信息系统
　　图表 84 员工参与电话中心知识系统
　　图表 85 四种企业社交网络平台类型
　　图表 86 中国主要企业社交网络产品介绍
　　图表 87 CIO企业邮箱的用途
　　图表 88 CIO的登陆企业邮箱的方式
　　图表 89 CIO喜欢的企业邮箱功能
　　图表 90 CIO对企业邮箱最不满意的地方
　　图表 91 CIO眼中企业邮箱的优势
　　图表 92 2023-2024年中国企业邮箱市场规模及增速变化
　　图表 93 八百客的社交平台与主流OA在功能上的对比
　　图表 94 国内主要OA产品对比
　　图表 95 2019-2024年财年微软综合收益表
　　图表 96 2019-2024年财年微软不同产品销售情况表
　　图表 97 2019-2024年财年微软不同地区销售情况表
　　图表 98 2023-2024年财年微软综合收益表
　　图表 99 2019-2024年IBM综合收益表
　　图表 100 2019-2024年IBM不同业务销售情况表
　　图表 101 2019-2024年IBM不同地区销售情况表
　　图表 102 2023-2024年IBM综合收益表
　　图表 103 2023-2024年IBM不同业务销售情况表
　　图表 104 Lotus Connections企业社交软件的主要功能
　　图表 105 2019-2024年财年甲骨文综合收益表
　　图表 106 2019-2024年财年甲骨文收入分业务资料
　　图表 107 2019-2024年财年甲骨文收入分地区资料
　　图表 108 2023-2024年财年甲骨文综合收益表
　　图表 109 2023-2024年财年甲骨文收入分业务资料
　　图表 110 2023-2024年财年甲骨文收入分地区资料
　　图表 111 2019-2024年SAP综合收益表
　　图表 112 2019-2024年SAP收入分业务资料
　　图表 113 2019-2024年SAP收入分地区资料
　　图表 114 2023-2024年SAP综合收益表
　　图表 115 2023-2024年SAP收入分业务资料
　　图表 116 2023-2024年SAP收入分地区资料
　　图表 117 2019-2024年财年Salesforce综合收益表
　　图表 118 2019-2024年财年Salesforce收入分业务资料
　　图表 119 2019-2024年财年Salesforce收入分地区资料
　　图表 120 2023-2024年财年Salesforce综合收益表
　　图表 121 2023-2024年财年Salesforce收入分业务资料
　　图表 122 2023-2024年财年Salesforce收入分地区资料
　　图表 123 Chatter的主要功能
　　图表 124 2019-2024年Google综合收益表
　　图表 125 2019-2024年Google收入分业务资料
　　图表 126 2019-2024年Google收入分地区资料
　　图表 127 2019-2024年Google综合收益表
　　图表 128 2019-2024年Google收入分业务资料
　　图表 129 2023-2024年Google收入分地区资料
　　图表 130 2023-2024年金蝶国际综合收益表
　　图表 131 2023-2024年金蝶国际收入分部资料
　　图表 132 2019-2024年金蝶国际综合收益表
　　图表 133 2019-2024年金蝶国际收入分部资料
　　图表 134 2023-2024年金蝶国际综合收益表
　　图表 135 2023-2024年金蝶国际分部资料
　　图表 136 云之家与yammer only收费功能比较
　　图表 137 2019-2024年用友软件股份有限公司总资产和净资产
　　图表 138 2019-2024年用友软件股份有限公司营业收入和净利润
　　图表 139 2024年用友软件股份有限公司营业收入和净利润
　　图表 140 2019-2024年用友软件股份有限公司现金流量
　　图表 141 2024年用友软件股份有限公司现金流量
　　图表 142 2024年用友软件股份有限公司主营业务收入分行业、产品
　　图表 143 2019-2024年用友软件股份有限公司成长能力
　　图表 144 2024年用友软件股份有限公司成长能力
　　图表 145 2019-2024年用友软件股份有限公司短期偿债能力
　　图表 146 2024年用友软件股份有限公司短期偿债能力
　　图表 147 2019-2024年用友软件股份有限公司长期偿债能力
　　图表 148 2024年用友软件股份有限公司长期偿债能力
　　图表 149 2019-2024年用友软件股份有限公司运营能力
　　图表 150 2024年用友软件股份有限公司运营能力
　　图表 151 2019-2024年用友软件股份有限公司盈利能力
　　图表 152 2024年用友软件股份有限公司盈利能力
　　图表 153 用友优普支持多组织架构中大型企业社交平台
　　图表 154 用友优普“企业空间”业务模式
　　图表 155 Yammer和明道对比
　　图表 156 SET实战方法论
　　图表 157 纷享销客的核心竞争力
　　图表 158 2023-2024年腾讯控股综合收益表
　　图表 159 2023-2024年腾讯控股业务分部资料
　　图表 160 2023-2024年腾讯控股区域分部资料
　　图表 161 2019-2024年腾讯控股综合收益表
　　图表 162 2019-2024年腾讯控股业务分部资料
　　图表 163 2019-2024年腾讯控股区域分部资料
　　图表 164 2023-2024年腾讯控股综合收益表
　　图表 165 2023-2024年腾讯控股业务分部资料
　　图表 166 2024年全球风险投资交易数据季度走势
　　图表 167 2024年全球风险投资交易量行业分布情况
　　图表 168 2024年全球风险投资交易额行业分布情况
　　图表 169 2024年全球风险投资交易Top10项目
　　图表 170 2024年全球风险投资交易量区域分布情况
　　图表 171 2024年全球风险投资交易额区域分布情况
　　图表 172 2024年全球健康/医疗行业风险投资交易规模
　　图表 173 2024年全球软件服务行业风险投资交易规模
　　图表 174 2024年全球电子商务行业风险投资交易规模
　　图表 175 2024年全球网络/通讯行业风险投资交易规模
　　图表 176 2024年全球金融服务行业风险投资交易规模
　　图表 177 2024年全球外包服务行业风险投资交易规模
　　图表 178 2024年全球IT/制造行业风险投资交易规模
　　图表 179 2024年全球文化/传媒行业风险投资交易规模
　　图表 180 2024年全球清洁科技行业风险投资交易规模
　　图表 181 2024年全球交通/物流行业风险投资交易规模
　　图表 182 2024年全球生活消费行业风险投资交易规模
　　图表 183 2024年全球社交媒体行业风险投资交易规模
　　图表 184 管理软件厂商近期社交并购列表
　　图表 185 国内企业社交类产品
　　图表 186 社交网络的五个纪元
　　图表 187 2024-2030年中国企业社交网络市场规模预测
　　图表 188 2024-2030年全球企业社交软件收入规模预测
　　图表 189 2024-2030年社交平台全球市场用户数量预测
略……

了解《[中国企业社交网络行业现状分析与发展前景研究报告（2024年版）](https://www.20087.com/M_ITTongXun/71/QiYeSheJiaoWangLuoWeiLaiFaZhanQuShi.html)》，报告编号：1568771，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：Kf@20087.com

详细介绍：<https://www.20087.com/M_ITTongXun/71/QiYeSheJiaoWangLuoWeiLaiFaZhanQuShi.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！