

# 2016-2022年中国移动媒体 行业市场分析及投资方向研究报告

## 报告目录及图表目录

## 一、报告报价

《2016-2022年中国移动媒体行业市场分析及投资方向研究报告》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.chinairr.org/report/R13/R1303/201602/04-196425.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

报告目录：

### 第一章移动媒体行业发展综述1

#### 第一节移动媒体行业相关概念概述1

##### 一、移动媒体行业定义1

##### 二、移动媒体特点分析1

##### 三、传统媒体与移动媒体对比2

#### 第二节最近3-5年中国移动媒体行业经济指标分析3

##### 一、赢利性3

##### 二、成长速度3

##### 三、附加值的提升空间5

##### 四、进入壁垒 / 退出机制5

##### 五、风险性6

##### 六、行业周期7

##### 七、竞争激烈程度指标7

##### 八、行业成熟度分析7

### 第二章移动媒体行业市场环境及影响分析9

#### 第一节移动媒体行业政治法律环境9

##### 一、行业管理体制分析9

##### 二、行业主要法律法规9

##### 三、移动媒体行业相关标准20

##### 四、行业相关发展规划21

##### 五、政策环境对行业的影响22

#### 第二节行业经济环境分析23

##### 一、宏观经济形势分析23

##### 二、宏观经济环境对行业的影响分析42

#### 第三节行业社会环境分析42

##### 一、移动媒体产业社会环境42

##### 二、社会环境对行业的影响55

### 三、技术环境对行业的影响55

## 第三章我国移动媒体行业运行现状分析57

### 第一节我国移动媒体行业发展状况分析57

#### 一、我国移动媒体行业发展背景57

#### 二、我国移动媒体行业发展总体概况57

#### 三、我国移动媒体行业发展特点分析58

#### 四、移动媒体行业运营模式分析59

### 第二节2014-2015年移动媒体行业发展现状60

#### 一、2014-2015年我国移动媒体行业市场规模60

#### 二、2014-2015年我国移动媒体行业发展分析60

### 第三节2014-2015年移动媒体市场情况分析64

#### 一、2014-2015年中国移动媒体市场总体概况64

#### 二、2014-2015年中国移动媒体产品市场发展分析64

## 第四章我国移动媒体行业整体运行指标分析66

### 第一节2014-2015年中国移动媒体行业总体规模分析66

#### 一、企业数量结构分析66

#### 二、人员规模状况分析67

#### 三、行业资产规模分析67

#### 四、行业产值规模分析68

### 第二节2014-2015年中国移动媒体行业财务指标总体分析68

#### 一、行业盈利能力分析68

#### 二、行业偿债能力分析69

### 第三节我国移动媒体市场供需分析69

#### 一、2014-2015年我国移动媒体行业供给情况69

#### 二、2014-2015年我国移动媒体行业需求情况70

#### 三、2014-2015年我国移动媒体行业供需平衡分析74

## 第五章移动媒体行业细分业态分析75

### 第一节手机媒体发展概况75

#### 一、移动通信的发展75

## 二、移动增值业务的发展79

### 第二节手机音乐业务80

#### 一、中国手机音乐发展历程80

#### 二、中国手机音乐商业模式分析81

#### 三、中国手机音乐市场用户规模84

#### 四、中国手机音乐发展现状85

#### 五、中国手机音乐市场竞争格局87

#### 六、中国手机音乐用户行为分析89

#### 七、中国手机音乐市场发展趋势93

### 第三节手机报业务93

#### 一、手机报的发展状况93

#### 二、手机报的发展现状94

#### 三、手机报发展存在的问题及制约94

#### 四、解决手机报发展瓶颈的措施及发展前景95

### 第四节手机阅读业务96

#### 一、手机阅读发展背景96

#### 二、手机阅读产业链分析96

#### 三、手机阅读市场现状97

#### 四、手机阅读需求特点98

#### 五、主流手机阅读软件对比分析99

#### 六、手机阅读用户调查分析100

#### 七、手机阅读发展存在的问题102

#### 八、手机阅读发展前景预测102

### 第五节手机游戏业务103

#### 一、手机游戏发展阶段103

#### 二、手机游戏发展情况104

#### 三、手机游戏市场分析104

#### 四、手机游戏情况105

#### 五、手机游戏市场趋势分析106

#### 六、手机游戏市场前景预测107

### 第六节手机视频业务108

#### 一、中国手机视频市场规模108

- 二、中国手机视频布局分析109
- 三、中国手机视频用户调研分析109
- 四、中国手机视频商业模式分析113
- 五、中国手机视频行业发展趋势113
- 第七节手机动漫业务114
  - 一、中国手机动漫发展背景114
  - 二、中国手机动漫市场规模115
  - 三、中国手机动漫政策扶持情况115
  - 四、中国手机动漫发展趋势116

## 第六章2016-2022年移动媒体行业竞争形势及策略118

- 第一节行业总体市场竞争状况分析118
  - 一、移动媒体行业竞争结构分析118
  - 二、移动媒体行业企业间竞争格局分析119
  - 三、移动媒体行业集中度分析120
  - 四、移动媒体行业SWOT分析120
- 第二节2014-2015年中国移动媒体行业竞争格局综述121
  - 一、移动媒体行业竞争概况121
  - 二、中国移动媒体行业竞争力分析122
  - 三、中国移动媒体竞争力优势分析122
  - 四、移动媒体行业主要企业竞争力分析123
- 第三节2016-2022年国内外移动媒体行业竞争格局分析123
  - 一、2016-2022年国外移动媒体竞争分析123
  - 二、2016-2022年我国移动媒体市场竞争分析124
- 第四节移动媒体市场竞争策略分析125

## 第七章移动媒体行业领先企业经营形势分析127

- 第一节广州网易计算机系统有限公司127
  - 一、企业发展概况分析127
  - 二、企业经营情况分析127
  - 三、企业移动媒体业务发展130
  - 四、企业发展战略分析131

## 第二节新浪网络科技股份有限公司131

- 一、企业发展概况分析131
- 二、企业经营情况分析134
- 三、企业移动媒体业务发展136
- 四、企业发展战略分析141

## 第三节深圳市腾讯计算机系统有限公司141

- 一、企业发展概况分析141
- 二、企业经营情况分析142
- 三、企业移动媒体业务发展144
- 四、企业发展战略分析146

## 第四节掌阅科技股份有限公司148

- 一、企业发展概况分析148
- 二、企业经营情况分析149
- 三、企业移动媒体业务发展150
- 四、企业发展战略分析151

## 第五节杭州斯凯网络科技有限公司152

- 一、企业发展概况分析152
- 二、企业经营情况分析.153
- 三、企业移动媒体业务发展157
- 四、企业发展战略分析158

## 第六节北京搜狐新时代信息技术有限公司158

- 一、企业发展概况分析158
- 二、企业经营情况分析159
- 三、企业移动媒体业务发展162
- 四、企业发展战略分析163

## 第七节北京百度网讯科技有限公司164

- 一、企业发展概况分析164
- 二、企业经营情况分析166
- 三、企业移动媒体业务发展169
- 四、企业发展战略分析170

## 第八章2016-2022年移动媒体行业前景及趋势预测172

第一节2016-2022年移动媒体市场发展前景	172
一、2016-2022年移动媒体市场发展潜力	172
二、2016-2022年移动媒体市场发展前景展望	172
三、2016-2022年移动媒体细分行业发展前景分析	175
第二节2016-2022年移动媒体市场发展趋势预测	179
一、2016-2022年移动媒体行业发展趋势	179
二、2016-2022年移动媒体市场规模预测	181
三、2016-2022年移动媒体行业应用趋势预测	181
第三节2016-2022年中国移动媒体行业供需预测	182
一、2016-2022年中国移动媒体行业供给预测	182
二、2016-2022年中国移动媒体企业数量预测	182
三、2016-2022年中国移动媒体资产规模预测	183
四、2016-2022年中国移动媒体行业需求预测	183
五、2016-2022年中国移动媒体行业供需平衡预测	184
第四节影响企业生产与经营的关键趋势	184
一、市场整合成长趋势	184
二、需求变化趋势及新的商业机遇预测	185
三、企业区域市场拓展的趋势	186
第九章2016-2022年移动媒体行业投资机会与风险防范	187
第一节移动媒体行业投融资情况	187
一、行业资金渠道分析	187
二、固定资产投资分析	188
三、兼并重组情况分析	189
四、移动媒体行业投资现状分析	189
第二节2016-2022年移动媒体行业投资机会	190
一、细分市场投资机会	190
二、重点区域投资机会	193
三、移动媒体行业投资机遇	193
第三节2016-2022年移动媒体行业投资风险及防范	193
一、政策风险及防范	193
二、技术风险及防范	194



三、供求风险及防范195

四、宏观经济波动风险及防范196

五、关联产业风险及防范200

六、产品结构风险及防范200

第四节中国移动媒体行业投资建议202

一、移动媒体行业未来发展方向202

二、移动媒体行业主要投资建议203

第十章2016-2022年移动媒体行业面临的困境及对策205

第一节2016-2022年移动媒体行业面临的困境和对策205

第二节移动媒体企业面临的困境及对策205

第三节中国移动媒体市场发展面临的挑战与对策207

第十一章移动媒体行业发展战略研究209

第一节移动媒体行业发展战略研究209

一、战略综合规划209

二、技术开发战略211

三、业务组合战略213

四、区域战略规划214

五、产业战略规划215

六、营销品牌战略216

七、竞争战略规划217

第二节对我国移动媒体品牌的战略思考218

一、移动媒体品牌的重要性218

二、移动媒体实施品牌战略的意义219

三、移动媒体企业品牌的现状分析220

四、我国移动媒体企业的品牌战略221

五、移动媒体品牌战略管理的策略223

第三节移动媒体经营策略分析227

一、移动媒体市场细分策略227

二、移动媒体市场创新策略229

三、品牌定位与品类规划231

#### 四、移动媒体新产品差异化战略232

### 第十二章研究结论及发展建议235

#### 第一节移动媒体行业研究结论及建议235

#### 第二节移动媒体子行业研究结论及建议236

#### 第三节鸿晟信合移动媒体行业发展建议237

##### 一、行业发展策略建议237

##### 二、行业投资方向建议238

##### 三、行业投资方式建议240

#### 图表目录：

图表：2011-2015年中国手机网民规模及其占网民比例4

图表：2014-2015年网络新闻/手机网络新闻用户规模及使用率4

图表：2014年12月-2015年12月中国网民对各类手机应用使用率5

图表：行业周期示意图7

图表：“十三五”移动媒体相关行业发展规划和目标22

图表：2014-2015年我国GDP增长速度情况24

图表：2014-2015年居民消费价格上涨率情况25

图表：2014-2016年我国居民恩格尔系数情况26

图表：2014-2015年固定资产投资增速情况33

图表：2014-2016年我国固定资产投资总值及增长率情况34

图表：2014-2015年房地产投资增速情况35

图表：2014-2015年我国规模以上工业增加值增速情况36

图表：2014-2016年全国公共财政收入情况分析37

图表：2014年末人口数及其构成43

图表：2014-2016年城镇新增就业人数44

图表：2014-2016年农村居民人均纯收入45

图表：2014-2016年城镇居民人均可支配收入45

图表：2014-2016年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数46

图表：2014-2016年研究与试验发展（R&D）经费支出47

图表：2014-2016年卫生技术人员人数48

图表：2014-2015年我国移动媒体行业市场规模60

图表：我国移动媒体用户使用情况分析61

图表：传统模式内容提供模式示意图62

图表：2014-2015年中国移动媒体企业数量66

图表：我国移动媒体人员规模情况67

图表：2014-2015年中国移动传媒行业资产规模67

图表：2014-2015年中国移动传媒行业产值68

图表：2014-2015年移动媒体盈利能力分析68

图表：2014-2015年中国移动传媒行业投资总额70

图表：2014-2015年手机网民规模70

图表：2014-2015年网民性别结构71

图表：2014-2015年中国网民年龄结构72

图表：2014-2015年中国网民学历结构72

图表：中国网民职业结构73

图表：2014-2015年我国移动媒体行业地域需求占比情况74

图表：手机音乐APP产业链82

图表：中国手机音乐APP主要盈利模式82

图表：2015年中国手机音乐APP延伸产品84

图表：手机音乐APP阵营音乐版权归属86

图表：2015年第四季度手机音乐APP活跃用户渗透率87

图表：2015年第四季手机音乐APP运行时长88

图表：2015年第四季度手机音乐APP人均日均使用次数89

图表：2015年第四季度用户选择手机音乐APP因素分析90

图表：2015年第四季度手机音乐APP用户常用个性化功能91

图表：用户对手机音乐APP相关硬件产品购买意愿情况92

图表：2015年第四季度手机音乐APP用户月消费者意愿情况92

图表：中国手机阅读产业链结构示意图97

图表：2013-2016年中国移动阅读市场规模98

图表：移动阅读小说类型分布99

图表：移动阅读市场份额分布100

图表：用户使用移动设备时间分布101

图表：用户移动设备的使用场景101

图表：2014-2016年中国手机游戏用户规模105

图表：2014-2016年我国手机游戏销售收入趋势图106

图表：2013-2016年中国手机视频市场规模108

图表：2014年12月-2015年12月网络视频/手机网络视频用户规模及使用率109

图表：中国手机视频用户经常观看视频类型分布图110

图表：2014-2016年中国手机视频用户付费情况分布111

图表：2014-2016年我国手机视频用户观看视频次数情况112

图表：2014-2016年我国手机视频用户观看视频网络情况113

图表：2013-2016年中国手机动漫市场规模115

图表：移动媒体行业SWOT分析矩阵121

图表：2011年4季度-2015年4季度网易净利润、净利润率128

图表：2011年4季度-2015年4季度网易营业利润、营业利润率128

图表：2014年9月-2015年12月网易资产负债表129

图表：2014年3月-2015年12月网易利润表130

图表：2014年3月-2015年12月新浪资产负债表134

图表：2014-2016年新浪网络科技股份有限公司现金流量表135

图表：2011年4季度-2015年4季度新浪净利润、净利润率135

图表：2011年4季度-2015年4季度新浪营业利润、营业利润率136

图表：2014年9月-2015年12月腾讯计算机有限公司主要财务指标142

图表：2014年9月-2015年12月腾讯计算机有限公司利润表143

图表：2014年9月-2015年12月腾讯计算机有限公司资产负债表143

图表：2014年9月-2015年12月腾讯计算机有限公司现金流量表143

图表：掌阅科技股份有限公司发展概况149

图表：掌阅科技团队人员分布情况图150

图表：2015年第四季度移动阅读市场份额分布151

图表：杭州斯凯网络科技有限公司发展概况图153

图表：2012年3月-2015年杭州斯凯网络科技资产负债表155

图表：2013-2016年杭州斯凯网络科技有限公司利润表156

图表：2013-2016年杭州斯凯网络科技有限公司现金流量表156

图表：2014-2016年北京搜狐有限公司资产负债表160

图表：2014-2016年北京搜狐有限公司资利润表161

图表：2014-2016年北京搜狐有限公司现金流量表161

图表：2014-2016年北京百度网讯科技有限公司资产负债表167

图表：2014-2016年北京百度网讯科技有限公司利润表168

图表：2014-2016年北京百度网讯科技有限公司现金流量表168

图表：百度移动产品一览表170

图表：2016-2022年中国移动媒体行业市场规模预测181

图表：2016-2022年中国移动媒体行业总产值预测182

图表：2016-2022年中国移动媒体企业数量预测182

图表：2016-2022年中国移动媒体资产规模预测183

图表：2015年我国网民上网方式分布情况184

图表：手机媒体产业链情况190

图表：SWOT战略规划209

图表：四种基本的品牌战略227

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1303/201602/04-196425.html>