

2020-2026年中国新传媒市场研究与发展前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2020-2026年中国新传媒市场研究与发展前景预测报告》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/R03/R0305/202005/06-346038.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

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

新媒体是新的技术支撑体系下出现的媒体形态，如数字杂志、数字报纸、数字广播、手机短信、移动电视、网络、桌面视窗、数字电视、数字电影、触摸媒体等。相对于报刊、户外、广播、电视四大传统意义上的媒体，新媒体被形象地称为“第五媒体”。

新媒体不仅是近年来传媒领域的热词，从全球视野和国家发展战略来看，也是当前和未来最值得重视的问题。各种新媒体形态的出现和不断演进，从某种意义上说，改变了这个世界，也极大地改变了经济社会的运行方式和人们的生产方式。在2019年，新媒体的发展呈现出新一轮的整体上升势头，一是原生的新媒体形态不断涌现，二是基于新兴信息技术和传统媒体融合而产生的新媒体形态日益丰富。这都将为2019年新媒体的进一步发展奠定了基础。

在全球经济从危机中复苏的大背景下，世界各地的新媒体行业由保持持续发展转向加速提升。我国政府结合现有国情，出台了一系列的推进政策，进一步促进国内新媒体产业的发展。2019年，在经济总体复苏的全球趋势和积极开放的政府举措的推动下，全球尤其是国内的新媒体产业取得了惊人的发展。三网融合、物联网、云计算、新一代移动通信、Web3.0等领域都有了很大的进展，传统媒体的“新媒体化”进程如火如荼，发生于技术、网络、业务、内容和价值等多个层面的媒体融合已经进入实质阶段。

中国新媒体行业发展前景广阔，预计2018-2019年，中国新媒体行业将能够保持高速平稳增长。与此同时，媒体给用户的信息聚合将会使人们迎来新一轮的海量信息时代，受众的时间和精力变得越来越珍贵，市场将必须尊重受众个性化的选择。所以，在未来的发展道路中，国内外传媒人必须付出更多的努力，以实现新媒体产业在未来的长足进展。

报告目录

第一部分 新媒体行业发展分析

第一章 新媒体相关概述 1

第一节 新媒体的概念及特性 1

一、新媒体的定义 1

二、新媒体的特点 1

三、新媒体的经济学特性 2

第二节 新媒体发展模式分析 4

一、新媒体的内涵及传播特征 4

二、新媒体发展条件 5

三、新媒体内容 6

四、运营与赢利模式 7

五、目标群体分析 8

第三节 新媒体传播的特点及对营销传播的影响 9

一、新媒体的传播特点分析 9

二、新媒体传播对营销传播的影响 11

第二章 中国新媒体行业发展环境分析 14

第一节 国际宏观经济环境分析 14

一、2019年世界经济形势与展望 14

二、2019年世界经济形势依然严峻 22

第二节 中国宏观经济环境分析 24

一、2019年我国宏观经济运行形势分析 24

二、2018-2019年中国宏观经济发展展望 37

第三节 2018-2019年中国新媒体行业发展的政策环境 41

一、中国传媒业知识产权政策 41

二、文化传媒业对外开放政策 48

三、2019年互联网视听节目许可制度施行 53

四、《信息网络传播视听节目许可证》申报程序 54

五、2019年《电子出版物出版管理规定》正式实施 57

六、2019年《中央补助地方文化体育与传媒事业发展专项资金管理暂行办法》 69

七、2019年文化产业振兴规划 73

八、2019年九部门发布金融支持文化产业振兴发展指导意见 74

九、2019年国家广电总局加强互联网视听节目发展和管理 84

十、2019年十三五国家重点音像电子出版方向确定 86

第三章 中国新媒体行业发展现状分析 88

第一节 新媒体行业发展概况 88

一、中国新媒体产业发展情况 88

二、中国新媒体发展前景广阔 88

三、新媒体传播研究热点述评 89

四、新媒体的发展优势和隐忧 92

- 五、中国新媒体广告增长远超传统媒体 95
- 第二节 2018-2019年新媒体产业发展情况分析 96
 - 一、2019年新媒体产业发展状况分析 96
 - 二、2019年新媒体产业发展状况分析 97
 - 三、2019年中国新媒体发展亮点透析 98
 - 四、2019年新媒体发展盘点与展望 101
 - 五、2019年新媒体产业成为传播主渠道 106
 - 六、2019年新媒体产业商业模式分析 108
- 第三节 中国新媒体产业受众及需求分析 111
 - 一、用户的需求与使用特点发生改变 111
 - 二、针对需求变化提供新媒体产品 112
 - 三、需求演变带来媒体角色的新变化 114
- 第四节 新媒体新闻事件话语传播价值解读 115
 - 一、新媒体新闻事件的厘定 115
 - 二、新媒体新闻事件话语传播价值的四个向度 115
 - 三、新媒体新闻事件的变异与思考 117
 - 四、新媒体新闻事件结语 118
- 第五节 中国新媒体动漫产业发展分析 118
 - 一、网络动漫发展分析 118
 - 二、手机动漫成引擎 123

第二部分 新媒体细分行业分析

第四章 移动媒体行业发展概况 125

第一节 移动媒体行业发展分析 125

- 一、移动新媒体的发展概况 125
- 二、移动新媒体发展的误区 133
- 三、移动新媒体的发展趋势 134
- 四、移动新媒体的商业模式创新 136

第二节 移动媒体市场分析 138

- 一、移动多媒体应用产业发展分析 138
- 二、移动新媒体成广告市场的重要力量 140
- 三、移动媒体发展存在的难题 142

第三节 移动媒体行业投资前景分析 143

一、移动终端的新媒体投资机遇分析 143

二、移动多媒体的投资机遇分析 146

三、移动媒体发展的趋势 146

第五章 移动电视媒体发展分析 148

第一节 移动电视行业发展总体分析 148

一、2019年移动电视行业发展总体分析 148

二、移动电视开通城市数量增长迅速 148

三、中国移动电视市场格局分析 149

四、2019年移动电视技术步入65纳米时代 151

第二节 移动电视营运分析 152

一、数字移动电视运营模式分析 152

二、移动电视的盈利模式分析 155

三、数字移动电视产业化运营的战略分析 156

第三节 车载电视发展分析 159

一、车载电视成投资新宠 159

二、车载移动电视市场发展现状 160

三、车载移动电视的都市传播功能 161

四、2019中国公交移动电视发展分析 165

第四节 移动电视发展预测 166

一、2019年全球移动电视蕴藏巨大商机 166

二、2019年全球移动电视出货量预测 168

三、2019年全球移动电视市场消费预测 169

第六章 手机媒体及其业务发展分析 170

第一节 手机媒体市场发展分析 170

一、手机媒体的形态与内容分析 170

二、手机媒体的用户与需求分析 173

三、手机媒体的机遇与挑战分析 177

四、手机媒体已成“第五媒体” 181

第二节 手机电视发展分析 183

- 一、中国手机电视市场初具规模 183
- 二、2019年中国手机电视终端市场迅速扩张 184
- 三、2019年中国手机电视新媒体的国家责任 186
- 四、2019年中国手机电视突破垄断进军国外市场 188
- 五、2019年中国移动手机电视业务G3正式商用 189
- 六、2018-2019年中国手机电视市场规模预测 190
- 七、2018-2019年我国手机电视市场发展趋势透析 191
- 八、2019年3G手机电视用户预测 196

第三节 手机游戏发展分析 197

- 一、2019年中国手机游戏行业现状 197
- 二、2019年度手机游戏市场规模分析 199
- 三、2019年中国手机游戏用户规模 202
- 四、2019年手机游戏产业经济营收情况分析 203
- 五、2019年手机游戏的营销模式机遇 204
- 六、2019年手机游戏用户调查解析 207
- 七、2018-2019年中国手机游戏复合增长率预测 216
- 八、2018-2019年中国手机游戏市场预测 217

第四节 手机短信发展分析 219

- 一、2019年中国手机短信发送量 219
- 二、2019年运营商将出台短信“限发令” 220
- 三、2019年全球短信业务收入预测 221

第五节 手机广告发展分析 222

- 一、3G时代中国手机广告发展形势 222
- 二、手机广告市场发展路径特点分析 224
- 三、我国手机广告发展存在的问题及对策 228
- 四、2019年手机广告市场规模预测 230
- 五、手机广告市场前景看好 231

第七章 中国IPTV产业发展分析 233

第一节 中国IPTV市场发展分析 233

- 一、我国IPTV发展前景分析 233
- 二、影响IPTV发展因素 233

三、IPTV应突破传统定价模式	235
四、中国IPTV市场上演激烈竞争	236
第二节 2018-2019年IPTV市场分析及预测	242
一、中国IPTV市场运营商、系统厂商竞争格局	242
二、2019年影响IPTV的九大事件	247
三、2019年中国IPTV市场回顾与展望	250
四、2019年全球及亚洲IPTV发展分析	251
五、2019年IPTV用户数量增长情况预测	253
六、中国IPTV市场发展面临的问题	254
七、中国IPTV市场涌现的五种商业模式	255
八、“三网合一”背景下的IPTV产业研究	260
第三节 未来数字电视与IPTV市场竞争分析	264
一、未来数字电视与IPTV市场竞争总述	264
二、IPTV与数字电视的异同	267
三、数字电视与IPTV市场目标客户分析	268
四、数字电视与IPTV市场业务内容分析	268
五、数字电视与IPTV市场运营系统分析	269
六、其他影响IPTV和数字电视竞争的因素	270
第四节 IPTV发展趋势分析	271
一、2019年IPTV技术发展趋势	271
二、2019年IPTV行业发展情况预测及策略	279
第八章 其它网络媒体及其业务发展分析	284
第一节 网络视频	284
一、网络视频发展概况	284
二、网络视频业助推影视剧产业发展	287
三、网络视频业发展面临的问题	288
四、网络视频良性发展分析	288
五、2019年网络视频业发展预测	290
第二节 网络博客	292
一、中国博客规模发展情况	292
二、2019年中国轻博客发展分析	293

- 三、中文微型博客的发展现状及对策 294
- 四、博客发展趋势分析 297
- 五、未来博客发展方向分析 300
- 第三节 网络游戏 302
 - 一、2019年中国网络游戏市场发展数据分析 302
 - 二、2019年中国网络游戏市场规模 308
 - 三、2019年中国网络游戏行业盘点 314
 - 四、2019年中国网游市场收入分析 322
 - 五、中国网络游戏市场存在的主要问题 323
 - 六、中国网络游戏业发展的五大走势 324
- 第四节 网络广告 326
 - 一、网络广告的发展研究综述 326
 - 二、2019年中国网络广告行业发展分析 336
 - 三、2019年中国网络广告市场竞争分析 340
 - 四、2019年我国网络广告市场规模情况 343
 - 五、2019年我国网络广告市场盘点 344
 - 六、2019年中国网络广告市场规模预测 349

第三部分 新媒体行业竞争格局

第九章 新媒体竞争格局分析 351

第一节 传统媒体与新媒体的竞争与发展 351

- 一、新媒体与传统媒体竞争分析 351
- 二、传统媒体与新兴媒体的竞争格局 352
- 三、中国新媒体与传统媒体竞争发展 355

第二节 新媒体竞争现状分析 357

- 一、国内新媒体竞争进入2.0时代 357
- 二、新媒体同质化竞争加速行业洗牌 358
- 三、渠道型新媒体混乱的圈地竞争 360
- 四、外资角逐我国新媒体市场 363

第三节 新媒体竞争策略分析 364

- 一、三网融合背景下新媒体的竞争策略 364
- 二、提高新媒体核心竞争力策略 366

第十章 新媒体行业领先企业分析	367
第一节 北京歌华有线电视网络股份有限公司	367
一、公司概况	367
二、2019年企业经营情况分析	368
三、2019年企业经营情况分析	370
四、2018-2019年企业财务数据分析	370
第二节 上海东方明珠（集团）股份有限公司	375
一、公司概况	375
二、2019年企业经营情况分析	376
三、2019年企业经营情况分析	380
四、2018-2019年企业财务数据分析	380
第三节 成都博瑞传播股份有限公司	385
一、公司概况	385
二、2019年企业经营情况分析	386
三、2019年企业经营情况分析	388
四、2018-2019年企业财务数据分析	389
第四节 上海新华传媒股份有限公司	393
一、公司概况	393
二、2019年企业经营情况分析	394
三、2019年企业经营情况分析	396
四、2018-2019年企业财务数据分析	396
第五节 湖南电广传媒股份有限公司	401
一、公司概况	401
二、2019年企业经营情况分析	402
三、2019年企业经营情况分析	406
四、2018-2019年企业财务数据分析	408
第六节 中视传媒股份有限公司	413
一、公司概况	413
二、2019年企业经营情况分析	414
三、2019年企业经营情况分析	416
四、2018-2019年企业财务数据分析	416

第七节 陕西广电网络传媒股份有限公司 421

一、公司概况 421

二、2019年企业经营情况分析 423

三、2019年企业经营情况分析 424

四、2018-2019年企业财务数据分析 424

第四部分 新媒体行业发展趋势及策略

第十二章 2018-2019年新媒体行业投资及发展趋势 430

第一节 新媒体行业投资分析 430

一、新媒体的盈利方式分析 430

二、理性投资新媒体行业 431

三、投资业看好新媒体概念 433

第二节 2019年新媒体行业发展趋势 434

一、2019中国新媒体产业十大趋势 434

二、2019年中国新媒体市场发展预测 436

四、2019年中国新媒体市场规模预测 437

第三节 中国电视与网络新媒体融合发展 441

一、电视与新媒体的融合 441

二、市场竞争及优势互补融合 446

第四节 中国报业必将转型为新媒体机构 447

一、传媒环境的变化 448

二、未来的传媒格局 452

三、新媒体环境下的报业发展 455

四、转型之路——“化被动为主动” 457

第十一章 2018-2019年新媒体行业发展策略 459

第一节 新媒体发展模式及策略分析 459

一、新媒体动漫营销的新模式 459

二、户外新媒体的价值创新路径 461

三、户外新媒体的发展策略 463

四、广播电视新媒体的发展策略 464

五、新媒体整合营销传播策略 465

第二节 传统电视的新媒体发展策略 468

一、新媒体对传统电视的影响 468

二、传统电视的新媒体发展策略 471

第三节 英国第四频道新媒体品牌运营策略 474

一、全方位多渠道拓展品牌内涵 474

二、建立新旧媒体融合统一的品牌形象 474

三、实现传统电视节目内容的传播增值 474

四、提升新媒体形态下的品牌核心竞争力 475

五、在互动中提升品牌影响力 475

图表目录

图表：新媒体的经济学特性 3

图表：2018-2019年美国GDP季度环比增长率 14

图表：2018-2019年美国消费信贷指数 15

图表：2018-2019年美国GDP、消费、投资和出口折年率季度同比增长 15

图表：2019年美国产能利用率对比 16

图表：08年9月-2019年9月美国月度失业率情况 16

图表：1996-2019年欧盟16国GDP季度同比增长率 17

图表：1996-2019年欧盟16国失业率 18

图表：1996-2019年欧洲16国商品与服务季度出口额 18

图表：2018-2019年欧元区零售同比增长情况 21

图表：2006-2019年我国季度GDP增长率 24

图表：2018-2019年我国三产业增加值季度增长率 25

图表：2018-2019年我国CPI、PPI运行趋势 26

图表：2018-2019年进出口走势图 27

图表：2018-2019年固定资产投资走势图 28

图表：2019年我国各地区城镇固定资产投资累计同比增长率 28

图表：2018-2019年我国中央与地方投资累计同比增长率 29

图表：2018-2019年我国社会消费品零售总额走势图 30

图表：2018-2019年我国消费者信心指数走势图 30

图表：2018-2019年我国工业增加值走势图 31

图表：2018-2019年我国货币供应量 32

图表：2018-2019年我国存贷款同比增速走势图 33

图表：2018-2019年我国月度新增贷款量 33

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0305/202005/06-346038.html>