

2020-2026年中国新媒体行业 前景研究与行业前景预测报告

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年中国新媒体行业前景研究与行业前景预测报告》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/R0305/202005/07-346089.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

新媒体是利用数字技术、通过计算机网络、无线通信网、卫星等渠道，以及电脑、手机、数字电视机等终端，向用户提供信息和服务的传播形态。2019北京奥运会，新媒体首次作为奥运会独立传播机构与传统媒体一起被列入奥运会的传播体系。互联网等新媒体平台被正式纳入赛事转播渠道，充分表明新媒体作为一种新传播渠道的社会价值和商业价值。奥运的巨大商机推动新媒体布局和发展，新媒体版权保护受到重视。2019年的新媒体产业虽然受到金融危机影响，但总体发展势头仍然乐观。一方面，新媒体更加深刻地影响着传统的阅读方式和传播方式，并以更主流的姿态示人，与传统媒体的融合也更进一步。另一方面，新媒体“善变”的性格依旧未变，新的热点呼啸而至，旧的泡沫已经惨遭淘汰，在这个朝气蓬勃的行业中，变局无时无刻不在。2019年国务常务会议推进了三网融合总体方案，提出三网融合阶段性目标和明确时间表，标志着三网融合基于试点推进的新阶段。三网融合将促进新媒体实现单向传播向双向交互传播转变，从单一终端向多终端转变，走多媒体集中发展道路。同时新媒体可以开发增值电信业务，基于有线电视网络提供的互联网接入业务、互联网数据传送业务，为社会提供方便快捷、优质经济的新业务服务。

我国的新媒介的分布非常广泛，CMMB、双向数字电视、IPTV、地面数字电视都是物网形式的新媒介，还有各种各样的互联网应用，以及户外广告等。在新媒体的发展过程中，媒介作用逐步显现出来。首先新媒介可以将新媒体的作用传递到更广阔的范围，让用户随时随地都能接收信息。其次新媒体需要新媒介的配合以传递更广泛的信息。第三，新媒体需要媒介平台有很深的用户切入度，软硬兼施。最后新媒体要求新媒介有足够的开放性。打通数字电视、互联网、移动通信网的全覆盖以及无处不在的连接。三网融合下新媒体的发展需要新媒介的融合，目前我国三网融合处于发展初期，从技术完备性、商业模式、服务创新等方面来看，还需要不断往前迈进，探索新的模式。新媒体不是全媒体，需要打通不同媒介的需要和不同媒体的渠道。媒介的丰富性能够帮助新媒体进行整合，随着三网融合的推进能够以直播和点播模式打破行业壁垒，寻求新的收费模式。

本新媒体行业报告，对国家新媒体的投资动向、发展趋势进行了审慎的研判，是新媒体经营企业、科研机构、投资公司等单位准确了解目前新媒体产业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 新媒体行业发展现状

第一章 新媒体概述 1

第一节 新媒体的概念与内容分类 1

一、新媒体的内涵 1

二、新媒体内容分类 2

第二节 新媒体的特征及经济学特性 2

一、新媒体的传播特征及要求 2

二、新媒体的优势与特点 5

三、新媒体的经济学特性 6

第二章 新媒体行业发展分析 9

第一节 新媒体行业发展分析 9

一、我国新媒体发展进程 9

二、三网融合下的新媒体变局 12

三、新媒体体系呈多样化 15

四、我国新媒体产业链分析 18

第二节 新媒体行业发展环境分析 20

一、新媒体的优势分析 20

二、新媒体管理问题分析 20

三、新媒体技术发展分析 21

四、新媒体与3G关系 28

五、3G发展成新媒体爆发助推力 31

六、3G手机开启未来第五大新媒体 34

第三节 新媒体行业发展路径分析 43

一、数字化时代的新媒体发展路径 43

二、新媒体利润空间的基点分析 48

三、新媒体时代受众的收视偏好 55

四、新媒体电视的传播特性和受众特征 58

五、广电新媒体商业模式的制约瓶颈 62

第四节 全球新媒体行业发展分析 66

一、新媒体在世界主要国家的发展态势 66

二、美国新媒体产业发展分析 71

三、欧洲新媒体产业发展和规制变化 72

第二部分 新媒体行业细分分析

第三章 网站 77

第一节 新闻网站 77

- 一、重点新闻网站发展历程 77
- 二、2019年我国网络用户规模 87
- 三、新闻网站发展方向 91
- 四、地方新闻网站发展瓶颈 94
- 五、地方新闻网站突围及发展 95
- 六、新闻网站的发展趋势分析 98

第二节 网络视频 101

- 一、我国网络视频商业模式分析 101
- 二、2019年我国网络视频市场规模 102
- 三、2019年我国网络视频用户规模 102
- 四、2019年视频网站竞争分析 103
- 五、视频网站用户原创内容分析 104
- 六、网络视频行业出现的变化 114
- 七、我国视频网站的发展新策略 115
- 八、2019年网络视频趋势分析 120
- 九、2018-2019年我国网络视频发展趋势 127

第三节 搜索引擎 129

- 一、2019年我国搜索引擎行业发展状况 129
- 二、2019年我国搜索引擎市场规模 133
- 三、搜索引擎行业存在着的法律问题 136
- 四、搜索引擎营销现状及趋势 140
- 五、2019年微博发展分析 146

第四章 交互式网络电视（IPTV） 151

第一节 国际交互式网络电视发展分析 151

- 一、IPTV全球发展现状 151
- 二、国外IPTV发展分析 152
- 三、国外IPTV用户发展情况 153
- 四、国外IPTV发展经验 156

第二节 交互式网络电视发展分析	158
一、IPTV发展现状分析	158
二、我国IPTV发展分析	160
三、IPTV产业影响因素	161
四、我国IPTV发展中的问题与挑战	164
第三节 2019年交互式网络电视用户分析	167
一、2019年全国IPTV用户规模	167
二、2019年IPTV用户增长情况	167
三、IPTV用户使用行为分析	169
第四节 交互式网络电视运营分析	170
一、我国IPTV商业模式	170
二、我国IPTV产业运营模式分析	175
三、IPTV运营商竞争格局分析	180
四、IPTV业务形态及价值链现状分析	183
第五节 IPTV质量监测系统技术	186
一、IPTV质量评价指标	186
二、IPTV质量指标监测方法	191
三、IPTV质量监测系统架构	192
第六节 未来交互式网络电视发展分析	193
一、交互式网络电视三网融合发展状况	193
二、新趋势网络电视新媒体发展	194
三、2019年网络电视市场占比情况	196
四、未来我国IPTV市场发展之路	197
五、我国IPTV发展策略	198

第五章 车载移动电视 201

第一节 车载移动电视发展分析 201

- 一、车载移动电视的现状 201
- 二、车载移动电视运营策略 203
- 三、2019年车载移动电视发展趋势 208

第二节 移动电视发展分析 210

- 一、移动电视运营的发展概况 210

- 二、数字移动电视运营模式分析 214
- 三、移动电视的盈利模式分析 218
- 四、数字移动电视运营模式及策略 220
- 五、数字移动电视产业化运营的战略分析 221

第六章 手持电视(CMMB) 225

第一节 2019年手持电视产业发展分析 225

一、2019年CMMB产业发展情况 225

二、CMMB产业应用发展 226

三、CMMB跨行业合作状况 227

四、CMMB产业发展的路径 229

第二节 手持电视的市场分析 238

一、CMMB市场发展分析 238

二、CMMB终端市场扩容 239

三、CMMB开拓双向市场分析 242

四、CMMB融合PC终端SWOT市场分析 245

五、CMMB用户分析 249

第三节 2019年手持电视发展环境分析 252

一、2019年CMMB网络建设 252

二、CMMB的主要特点与技术优势 254

三、2019年CMMB推广新政策 255

四、CMMB的推广品牌分类服务 256

第四节 未来手持电视发展分析 258

一、手持电视终端市场规模分析 258

二、国际品牌进入手持电视市场 259

三、未来CMMB发展方向 260

四、CMMB运营策略 264

五、移动互联网发展路径分析 265

第七章 手机 269

第一节 手机媒体 269

一、手机媒体发展综述 269

- 二、手机媒体的传播特点 274
- 三、手机媒体自律公约 278
- 四、手机媒体在市场推广中的应用 279
- 五、手机媒体发展的制约因素 280
- 六、手机媒体盈利模式 283
- 第二节 手机媒体发展分析 288
 - 一、日美手机媒体差异分析 288
 - 二、三网融合背景下手机媒体发展的趋势 293
 - 三、手机媒体发展问题的解决途径 296
 - 四、2019年第五媒体市场规模 298
 - 五、第五媒体前景分析 301
 - 六、手机媒体在体育新闻传播中的前景分析 302
- 第三节 手机报 304
 - 一、手机报发展状况 304
 - 二、3G网络促行业手机报发展 305
 - 三、手机报发展存在的瓶颈 307
 - 四、手机报的发展建议 308
 - 五、手机报发展策略分析 310
- 第四节 手机视频 314
 - 一、手机视频发展状况 314
 - 二、手机视频主流业务分析 316
 - 三、手机视频影响因素分析 319
 - 四、手机视频行业制约因素分析 320
 - 五、手机视频用户付费分析 322
 - 六、2018-2019年全球付费手机视频用户预测 329
 - 七、2018-2019年手机视频市场预测 330
- 第五节 手机游戏 330
 - 一、手机游戏产业发展阶段 330
 - 二、我国手机游戏产业链分析 332
 - 三、手机游戏产业的发展战略 336
 - 四、2019年手机游戏业并购交易情况 340
 - 五、手机游戏市场前景分析 342

- 六、手机游戏市场发展问题 346
- 七、3G手机网络游戏的开发现状 347
- 八、3G时代的手机游戏产业风险分析 351
- 九、3G时代的手机游戏产业前景分析 353

第三部分 新媒体市场营销分析

第八章 新媒体营销分析 357

第一节 新媒体的营销分析 357

- 一、营销行业迎接新媒体时代来临 357
- 二、整合营销下的我国新媒体价值实现 357
- 三、新媒体变化促进精准营销发展 361
- 四、我国新媒体营销势在必行 364
- 五、新媒体实效营销传播趋势 366
- 六、新媒体营销的制胜之道 374

第二节 新媒体时代背景下的Email营销 375

- 一、新媒体时代背景下的网络广告营销 376
- 二、新媒体时代的Email营销 377
- 三、Email营销所面临的尴尬局面 385
- 四、进行有效的Email营销策略 387

第四部分 新媒体行业竞争分析

第九章 新媒体行业竞争分析 393

第一节 新媒体行业竞争分析 393

- 一、新媒体竞争分水岭 393
- 二、新闻网站竞争力提升 395
- 三、新媒体的核心竞争力 400
- 四、三网融合背景下新媒体的竞争策略 405
- 五、我国航空新媒体市场竞争态势分析 407

第二节 传统媒体与新媒体的竞争与发展 410

- 一、新媒体环境下的传媒创新特征 410
- 二、新媒体对传统媒体的冲击分析 420
- 三、新媒体受众接触率已经超越传统媒体 421

- 四、新媒体与传统媒体竞争分析 422
- 五、传统媒体与新兴媒体的竞争格局 423
- 六、危机促进传统媒体向新媒体转变 425
- 七、新媒体与传统媒体的融合 426

第十章 新媒体重点竞争企业分析 427

第一节 成都博瑞传播股份有限公司 427

- 一、公司简介 427
- 二、企业发展方向分析 427
- 三、2019年企业发展分析 428
- 四、2019年企业经营状况 429
- 五、2018-2019年财务分析 430

第二节 中视传媒股份有限公司 434

- 一、企业基本概述 434
- 二、企业发展轨道 435
- 三、2019年企业经营状况 435
- 四、2018-2019年财务分析 436
- 五、企业发展优势 439
- 六、企业投资分析 441

第三节 湖南电广传媒股份有限公司 443

- 一、企业基本概述 443
- 二、2019年企业经营状况 443
- 三、2018-2019年财务分析 445
- 四、企业发展阶段 449
- 五、企业投资分析 450

第四节 中广传播集团有限公司 452

- 一、企业基本概述 452
- 二、企业产品与服务 460

第五节 上海东方明珠（集团）股份有限公司 460

- 一、公司简介 460
- 二、2019年企业经营状况 461
- 三、2018-2019年财务分析 461

四、2019年企业发展因素分析 465

第六节 华视传媒集团有限公司 467

一、企业基本概述 467

二、企业网络构成 467

三、2019年企业财务分析 468

第五部分 新媒体行业投资趋势

第十一章 2018-2019年新媒体的发展趋势分析 471

第一节 2018-2019年新媒体发展趋势 471

一、新媒体并购重组风起云涌 471

二、移动新媒体竞争激烈 471

三、国有传媒改制加快新媒体发展步伐 472

四、传统媒体到了新媒体业务发展的关键期 472

五、广告投放比预想的还要少 473

六、民营资本欲动 473

七、创新是新媒体主旋律 473

第二节 2018-2019年新媒体行业发展趋势 474

一、未来新媒体产业发展趋势 474

二、我国户外新媒体产业的发展趋势 476

三、3G时代新媒体平台融合化趋势 478

四、传统媒体与新媒体融合是社会必然趋势 479

第十二章 2018-2019年新媒体的投资分析 483

第一节 新媒体行业发展前景 483

一、新媒体行业前景分析 483

二、我国新媒体未来发展战略的探索 484

第二节 新媒体的风险投资策略 486

一、新媒体的资本渴求 487

二、新媒体法规风险分析 488

三、新媒体风险投资的注资意愿 493

四、新媒体投资挑战与策略 494

图表目录

图表：新媒体的经济学特性 7

图表：新媒体产业链 18

图表：2019年北京3G移动电话用户 37

图表：2019年天津3G移动电话用户 38

图表：2019年河北3G移动电话用户 38

图表：2019年山西3G移动电话用户 38

图表：2019年内蒙古3G移动电话用户 38

图表：2019年辽宁3G移动电话用户 38

图表：2019年吉林3G移动电话用户 38

图表：2019年黑龙江3G移动电话用户 39

图表：2019年上海3G移动电话用户 39

图表：2019年江苏3G移动电话用户 39

图表：2019年浙江3G移动电话用户 39

图表：2019年安徽3G移动电话用户 39

图表：2019年福建3G移动电话用户 39

图表：2019年江西3G移动电话用户 40

图表：2019年山东3G移动电话用户 40

图表：2019年河南3G移动电话用户 40

图表：2019年湖北3G移动电话用户 40

图表：2019年湖南3G移动电话用户 40

图表：2019年广东3G移动电话用户 40

图表：2019年广西3G移动电话用户 41

图表：2019年海南3G移动电话用户 41

图表：2019年重庆3G移动电话用户 41

图表：2019年四川3G移动电话用户 41

图表：2019年贵州3G移动电话用户 41

图表：2019年云南3G移动电话用户 41

图表：2019年西藏3G移动电话用户 42

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0305/202005/07-346089.html>