

# 2020-2026年中国新媒体行业前景研究与投资潜力分析报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国新媒体行业前景研究与投资潜力分析报告》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/R0305/202005/07-346099.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

#### 第一部分 新媒体行业发展分析

##### 第一章 新媒体相关概述

###### 第一节 新媒体的概念及特性

- 一、新媒体的定义
- 二、新媒体的特点
- 三、新媒体的经济学特性

###### 第二节 新媒体发展模式分析

- 一、新媒体的内涵及传播特征
- 二、新媒体发展条件
- 三、新媒体内容
- 四、运营与赢利模式
- 五、目标群体分析

###### 第三节 新媒体传播的特点及对营销传播的影响

- 一、新媒体的传播特点分析
- 二、新媒体传播对营销传播的影响

#### 第二章 中国新媒体行业发展环境分析

##### 第一节 2018-2019年新媒体行业发展宏观经济环境

- 一、2019年我国宏观经济运行指标分析
- 二、2019年第一季度宏观经济运行分析
- 三、2019年中国经济形势分析及预测

##### 第二节 2019年金融危机对新媒体行业的影响

- 一、金融危机对传媒业的影响
- 二、金融危机下的中国新媒体广告分流显著

##### 第三节 2018-2019年中国新媒体行业发展的政策环境

- 一、中国传媒业知识产权政策
- 二、文化传媒业对外开放政策
- 三、2019年互联网视听节目许可制度施行
- 四、《信息网络传播视听节目许可证》推动市场洗牌

- 五、2019年《电子出版物出版管理规定》正式实施
- 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》
- 七、2019年文化产业振兴规划
- 八、2019年九部门发布金融支持文化产业振兴发展指导意见
- 九、2019年国家广电总局加强互联网视听节目发展和管理
- 十、2019年“十三五”国家重点音像电子出版方向确定

### 第三章 中国新媒体行业发展现状分析

#### 第一节 新媒体行业发展概况

- 一、中国新媒体产业发展情况
- 二、中国新媒体发展前景广阔
- 三、新媒体传播研究热点述评
- 四、中国新媒体广告增长远超传统媒体

#### 第二节 2018-2019年新媒体产业发展情况分析

- 一、2019年新媒体产业发展状况分析
- 二、2019年新媒体产业发展状况分析
- 三、2019年中国新媒体发展亮点透析
- 四、2019年新媒体产业发展状况分析
- 五、2019年新媒体产业商业模式分析

#### 第三节 中国新媒体产业受众及需求分析

- 一、用户的需求与使用特点发生改变
- 二、针对需求变化提供新媒体产品
- 三、需求演变带来媒体角色的新变化

#### 第四节 中国新媒体动漫产业发展分析

- 一、网络动漫发展分析
- 二、手机动漫成引擎

## 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

#### 第一节 移动媒体行业发展分析

- 一、移动新媒体的发展概况

- 二、移动新媒体发展的误区
- 三、移动新媒体的发展趋势
- 四、移动新媒体的商业模式创新

## 第二节 移动媒体市场分析

- 一、移动多媒体应用产业发展分析
- 二、移动媒体发展存在的难题

## 第三节 移动媒体行业投资前景分析

- 一、移动终端的新媒体投资机遇分析
- 二、移动多媒体的投资机遇分析
- 三、移动媒体发展的趋势

## 第五章 移动电视媒体发展分析

### 第一节 移动电视行业发展总体分析

- 一、2019年移动电视行业发展总体分析
- 二、移动电视开通城市数量增长迅速
- 三、中国移动电视市场格局分析
- 四、2019年移动电视技术步入65纳米时代

### 第二节 移动电视营运分析

- 一、数字移动电视运营模式分析
- 二、移动电视的盈利模式分析
- 三、数字移动电视产业化运营的战略分析

### 第三节 车载电视发展分析

- 一、车载电视成投资新宠
- 二、车载移动电视市场发展现状
- 三、2019中国公交移动电视发展分析
- 四、2019年中国车载电视市场销量预测

### 第四节 移动电视发展预测

- 一、2019年移动电视市场发展预测
- 二、2019年全国移动电视市场规模预测
- 三、2019年全球移动电视市场消费预测

## 第六章 手机媒体及其业务发展分析

## 第一节 手机媒体市场发展分析

- 一、手机媒体的形态与内容分析
- 二、手机媒体的用户与需求分析
- 三、手机媒体的经营与发展分析
- 四、手机媒体发展的三大趋势

## 第二节 2019年手机电视发展分析

- 一、中国手机电视市场初具规模
- 二、2019年中国手机电视终端市场迅速扩张
- 三、2019年中国免费手机电视成定制热点
- 四、2019年中国手机电视突破垄断进军国外市场
- 五、2019年中国移动手机电视业务G3正式商用
- 六、2018-2019年中国手机电视市场规模预测
- 七、2018-2019年我国手机电视市场发展趋势透析
- 八、2019年3G手机电视用户预测

## 第三节 2019年手机游戏发展分析

- 一、2019年中国手机游戏行业现状
- 二、2019年度手机游戏市场规模分析
- 三、2019年中国手机游戏用户规模
- 四、2019年手机游戏产业经济营收情况分析
- 五、2019年手机游戏的营销模式机遇
- 六、2019年手机网络游戏迎来机遇期
- 七、2018-2019年中国手机游戏市场预测
- 八、2018-2019年中国手机游戏复合增长率预测

## 第四节 2019年手机短信发展分析

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

## 第五节 2019年手机广告发展分析

- 一、中国手机广告市场渐趋火热
- 二、3G时代中国手机广告发展形势
- 三、手机广告市场前景看好
- 四、手机广告市场发展路径特点分析

## 五、我国手机广告发展存在的问题及对策

## 第七章 中国IPTV产业发展分析

### 第一节 IPTV的发展现状及影响因素

- 一、IPTV简介
- 二、IPTV全球发展现状及趋势
- 三、IPTV的优势和发展方向

### 第二节 2019年IPTV市场发展现状

- 一、2019年中国IPTV市场发展现状
- 二、2019年我国IPTV市场发展态势
- 四、2019年IPTV的竞合之年
- 五、2019年IPTV业务与产业链分析
- 六、2019年IPTV提速产业发展 商业瓶颈待破题

### 第三节 IPTV发展趋势分析

- 一、IPTV标准制定趋势分析
- 二、2019年三网融合背景下的IPTV发展展望
- 三、2019年IPTV用户量将翻倍增长
- 四、2019年全球IPTV用户将达1.23亿
- 五、2019年全球IPTV利润将达2500亿美元

### 第四节 IPTV目标市场的调整与构建

- 一、2019年用户数有望过千万
- 二、IPTV承载多重使命
- 三、业务发展用户体验至上

### 第五节 中国IPTV市场运营商、系统厂商竞争格局

- 一、运营商竞争格局分析
- 二、设备商之间的竞争
- 三、内容提供商之间的竞争

## 第八章 其它网络媒体及其业务发展分析

### 第一节 2019年中国互联网发展分析

- 一、互联网成为推动我国经济发展的重要引擎
- 二、2018-2019中国互联网事业发展大事记

- 三、2019年互联网消费分析
- 四、2019年中国互联网用户规模
- 五、中国互联网将呈现三大趋势
- 六、移动互联网前景看好的业务分析

## 第二节 2018-2019年网络视频发展分析

- 一、2019年中国网络视频行业发展概述
- 二、2019年一季度我国网络视频市场收入状况
- 四、2019年二季度我国网络视频行业发展特点分析
- 六、2019年三季度我国网络视频行业发展特点分析
- 五、2019年四季度我国网络视频行业发展特点分析
- 六、2019年我国网络视频行业发展总结
- 七、2019年网络视频用户分析
  - (一) 网络视频用户特征分析
  - (二) 网络视频用户上网特征概述
  - (三) 用户的使用行为分析
  - (四) 网络视频的分享与上传
  - (五) 网络视频用户看电视的相关分析
- 八、2019年网络视频领域发展趋势展望

## 第三节 2019年网络博客发展分析

- 一、中国博客规模发展情况
- 二、2019年中国博客市场调查分析
- 三、简述微博客的新媒体特征
- 四、博客应用与调查性报道的生产变革
- 五、博客发展趋势分析

## 第四节 2019年网络游戏发展分析

- 一、2019年中国网络游戏市场综况
- 二、2019年中国网游市场解读
- 三、2019年中国网络游戏销售情况
- 四、2019年中国网络游戏年度数据分析
- 五、2019年中国网络游戏市场规模
- 六、2019年中国网络游戏行业盘点
- 七、2019年中国网络游戏出口市场分析



- 八、2019年中国游戏海外并购运作情况
- 九、2019年中国游戏市场五大变革
- 十、2018-2019年中国网络游戏市场规模增长预测

#### 第五节 2019年网络广告发展分析

- 一、2019年中国网络广告规模分析
- 二、2019年第一季中国网络广告规模分析
- 三、2019年网络广告十大发展趋势预测
- 四、中国网络广告市场发展趋势

#### 第六节 2019年网络出版发展分析

- 一、网络出版的特点及其对传统出版业的挑战
- 二、2019年我国数字出版发展态势分析
- 三、2019年新闻出版总署加强网络出版管理营造健康文化氛围

### 第三部分 新媒体行业竞争格局分析

#### 第九章 新媒体竞争格局分析

##### 第一节 传统媒体与新媒体的竞争与发展

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

##### 第二节 新媒体竞争现状分析

- 一、国内新媒体竞争进入2.0时代
- 二、新媒体同质化竞争加速行业洗牌
- 三、2019年出版传媒集团加速“进攻”新媒体
- 四、外资角逐我国新媒体市场

##### 第三节 新媒体竞争策略分析

- 一、三网融合背景下新媒体的竞争策略
- 二、提高新媒体核心竞争力策略

#### 第十章 新媒体行业领先企业分析

##### 第一节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

- 一、公司概况

- 二、2019年企业经营情况分析
- 三、2007-2019年企业财务数据分析
- 四、2019年公司发展展望及策略

## 第二节 上海东方明珠（集团）股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、2019年企业经营情况分析
- 三、2007-2019年企业财务数据分析
- 四、2019年公司发展展望及策略

## 第三节 成都博瑞传播股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、2019年企业经营情况分析
- 三、2007-2019年企业财务数据分析
- 四、2019年公司发展展望及策略

## 第四节 上海新华传媒股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、2019年企业经营情况分析
- 三、2007-2019年企业财务数据分析
- 四、2019年公司发展展望及策略

## 第五节 湖南电广传媒股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、2019年企业经营情况分析
- 三、2007-2019年企业财务数据分析
- 四、2019年公司发展展望及策略

## 第六节 中视传媒股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、2019年企业经营情况分析
- 三、2007-2019年企业财务数据分析
- 四、2019年公司发展展望及策略

## 第七节 陕西广电网络传媒股份有限公司

- 一、公司概况
- 二、2019年企业经营情况分析
- 三、2007-2019年企业财务数据分析

## 四、2019年公司发展展望及策略

### 第四部分 “十三五”期间新媒体行业发展趋势及策略

#### 第十一章 “十三五”期间新媒体行业发展趋势

##### 第一节 “十三五”期间新媒体行业发展趋势

- 一、2019中国新媒体产业发展十大趋势
- 二、2019年中国新媒体趋势预测报告
- 三、2019年中国新媒体市场发展预测
- 四、2019年新媒体成为高端消费品传播新通路
- 五、“十三五”期间中国新媒体市场规模预测

##### 第二节 “十三五”期间中国电视与网络新媒体融合发展

- 一、电视与新媒体的融合
- 二、市场竞争及优势互补融合

##### 第三节 “十三五”期间中国报业必将转型为新媒体机构

- 一、传媒环境的变化
- 二、未来的传媒格局
- 三、新媒体环境下的报业发展
- 四、转型之路——“化被动为主动”

#### 第十二章 “十三五”期间新媒体行业发展策略

##### 第一节 我国新媒体产业发展瓶颈及对策

- 一、我国新媒体产业发展中所面临的瓶颈
- 二、产业基础设施的重要性
- 三、国家新媒体产业基地在产业发展中的实践

##### 第二节 新媒体发展模式及策略分析

- 一、新媒体动漫营销的新模式
- 二、户外新媒体的价值创新路径
- 三、户外新媒体的发展策略
- 四、广播电视新媒体的发展策略
- 五、央视进军移动传媒
- 六、数字新媒体需适度营销

### 第三节 移动媒体的运营与发展策略——湖北移动频道为例

- 一、湖北移动频道的发展现状
- 二、湖北移动频道发展存在的问题
- 三、湖北移动频道的发展策略

### 第四节 传统电视的新媒体发展策略

- 一、新媒体对传统电视的影响
- 二、传统电视的新媒体发展策略

### 第五节 经验借鉴：英国第四频道新媒体品牌运营策略

- 一、全方位多渠道拓展品牌内涵
- 二、建立新旧媒体融合统一的品牌形象
- 三、实现传统电视节目内容的传播增值
- 四、提升新媒体形态下的品牌核心竞争力
- 五、在互动中提升品牌影响力

### 第六节 经验借鉴：法新社新媒体发展战略

- 一、大力发展新媒体产品
- 二、以渠道合作扩张市场

## 第十三章 “十三五”期间新媒体行业投资策略

### 第一节 新媒体的盈利方式分析

### 第二节 新媒体行业投资分析

- 一、新媒体行业投资现状
- 二、新媒体行业投资前景

### 第三节 新媒体行业投资策略分析

## 图表目录

图表：1978-2019年GDP增速趋势图

图表：1998年-2019年国内生产总值季度累计同比增长率（%）

图表：2001-2019年工业增加值与发电量对比趋势图

图表：1999年-2019年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表：2005-2019年12月“三架马车”投资、消费、出口增长趋势对比图

图表：1999年-2019年社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表：1997-2019年PPI增速趋势图

图表：1999年-2019年居民消费价格指数（上年同月=100）

图表：1999年-2019年工业品出厂价格指数（上年同月=100）

图表：1998-2019年进出口对比趋势图

图表：1999年-2019年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）

图表：2007-2019年货币供应量增幅趋势图

图表：1999年-2019年货币供应量月度同比增长率（%）

图表：1998年-2019年国内生产总值季度累计同比增长率（%）

图表：1999年-2019年居民消费价格指数走势（上年同月=100）

图表：1998年&mdash;2019年国内生产总值季度累计同比增长率（%）

图表：2000年&mdash;2019年工业增加值月度同比增长率（%）

图表：2000年&mdash;2019年社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表：2000年&mdash;2019年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表：2000年&mdash;2019年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）

图表：2000年&mdash;2019年居民消费价格指数（上年同月=100）

图表：2000年&mdash;2019年工业品出厂价格指数（上年同月=100）

图表：2000年&mdash;2019年货币供应量月度同比增长率（%）

图表：新媒体的经济学特性

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0305/202005/07-346099.html>