

2022-2028年中国视听新媒体市场发展趋势与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2022-2028年中国视听新媒体市场发展趋势与投资前景预测报告》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.abaogao.com/b/chuanmei/559165UGQW.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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”是一个相对的概念。在媒介演变谱系的不同时间节点，广播之于报纸，电视之于广播，互联网之于广播电视和报纸，智能手机之于传统媒体，都可以被视为新媒体。

视频网站内容成本率下降明显，盈利能力改善。从爱奇艺财报来看，艺人限薪令执行一年后，爱奇艺内容成本率4Q19下降到76%，盈利能力改善。2020年预计视频网站随着会员收入增长以及内容成本率下降，盈利能力有望继续改善。爱奇艺内容成本率（%） 智研数据研究中心发布的《2022-2028年中国视听新媒体市场发展趋势与投资前景预测报告》共十章。首先介绍了中国视听新媒体行业市场发展环境、视听新媒体整体运行态势等，接着分析了中国视听新媒体行业市场运行的现状，然后介绍了视听新媒体市场竞争格局。随后，报告对视听新媒体做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国视听新媒体行业发展趋势与投资预测。您若想对视听新媒体产业有个系统的了解或者想投资中国视听新媒体行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分产业环境透视

第一章视听新媒体行业发展综述

第一节视听新媒体行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要分类

三、行业特性

第二节中国视听新媒体行业发展周期

一、成长速度

二、附加值的提升空间

三、行业周期

第二章视听新媒体行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节视听新媒体行业政治法律环境（P）

一、行业主要政策法规

二、政策环境对行业的影响

第二节行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节行业社会环境分析（S）

一、视听新媒体产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

第四节行业技术环境分析（T）

一、视听新媒体技术分析

二、行业主要技术发展趋势

三、技术环境对行业的影响

第二部分行业深度分析

第三章中国视听新媒体所属行业运行现状分析

第一节国内视听新媒体所属行业发展现状及趋势分析

一、国内视听新媒体的发展阶段

二、国内视听新媒体市场发展规模

三、国内视听新媒体发展特点

四、国内视听新媒体版权发展与管理

（1）视听新媒体版权的特点

（2）视听新媒体版权发展背景

（3）视听新媒体版权现状

（4）视听新媒体版权管理的意义

（5）视听新媒体版权发展与管理存在主要问题

（6）加强视听新媒体版权保护管理思路分析

五、国内视听新媒体发展的基本经验

六、国内视听新媒体发展面临的问题

七、国内视听新媒体发展趋势分析

第二节新媒体与传统媒体的融合发展分析

一、新媒体与传统媒体融合的必然性分析

- 1、新媒体的优越性和局限性
- 2、传统媒体的不可替代性
- 3、传统媒体与新媒体的融合与发展
- 二、美国传统媒体与新媒体融合方式借鉴
 - 1、信息融合方式借鉴
 - 2、内容开发方式借鉴
 - 3、社交媒体方式借鉴
 - 4、互动方式借鉴
 - 5、流媒体方式借鉴
- 三、电视媒体与网络媒体融合发展现状分析
 - 1、电视媒体与网络媒体主要特征
 - 2、电视媒体与网络媒体融合发展情况
 - 3、电视媒体与网络媒体融合存在问题分析
 - 4、电视媒体融合网络媒体具体对策
- 四、传统媒体与新媒体融合发展趋势分析
 - 1、新媒体发展趋势分析
 - 2、传统媒体发展趋势分析
 - 3、传统媒体与新兴媒体融合趋势分析
- 第三节全媒体发展分析
 - 一、全媒体战略提出的背景分析
 - 二、全媒体概念解析
 - 1、全媒体概念
 - 2、全媒体与新媒体的区别
 - 3、“全媒体”时代的表现
 - 三、传统媒体选择全媒体战略的现实基础
 - 四、传统媒体实施全媒体战略成功关键点分析
 - 五、全媒体战略风险分析
 - 1、内容同质化风险分析
 - 2、竞争力风险分析
 - 3、磨合风险分析
 - 4、媒体记者风险分析
 - 六、全媒体发展现状分析

- 1、全媒体发展模式分析
- 2、全媒体实践遇到的问题分析
- 七、全媒体的发展和内容管理面临的挑战分析
- 1、全媒体平台建设方面的主要问题
- 2、全媒体品牌建设方面的主要问题
- 3、全媒体内容管理方面的主要问题
- 4、全媒体发展和管理的对策建议
- 八、全媒体发展趋势分析

第三部分市场全景调研

第四章中国视听新媒体细分市场分析及预测

第一节手机电视发展现状及趋势分析

一、手机电视基本概述

- 1、手机电视定义
- 2、手机电视特点

二、全球手机电视市场规模及用户区域分布

- 1、全球手机电视市场规模分析
- 2、全球手机电视用户区域分布分析

三、智能手机终端市场分析

2014-2019年全球智能手机出货量呈现先上升后下降的趋势，2019年为1371百万台。随着海外“疫情”进一步恶化，且预计在4月中旬之前都无法恢复，将会导致欧美第二季度订单的延迟，让原本已经疲软的市场需求雪上加霜。

预计2020年全球智能手机市场将萎缩2.28%，出货量仅略高于13亿部。在2020年上半年，全球智能手机出货量将同比下降10.6%。2014-2020年全球智能手机出货量及增速趋势

- 1、智能手机生产分析
- 2、智能手机终端需求分析
- 3、智能手机渗透率分析
- 4、智能手机服务网络

四、中国手机电视用户规模及消费行为

- 1、中国手机电视用户规模分析
- 2、中国手机电视市场规模分析
- 3、中国手机电视用户消费行为分析

五、手机电视发展面临的问题及趋势

1、手机电视发展面临的问题

2、手机电视发展趋势

第二节网络广播影视发展现状及趋势分析

一、网络广播影视的定义和特征

1、网络广播电视的定义

2、网络广播电视的特征

3、网络广播影视产业链构成

二、网络广播影视市场经营情况分析

1、网络广播影视产业规模分析

2、网络广播影视用户规模

3、网络广播影视竞争格局

4、网络广播影视运营总况

三、网络广播影视用户消费行为分析

四、网络广播电视影视的盈利模式分析

1、广告盈利模式分析

2、用户付费盈利模式分析

3、版权分销盈利模式分析

4、视频服务盈利模式分析

5、联合运营盈利模式分析

五、网络广播影视产业发展趋势分析

第三节IP电视发展现状及趋势分析

一、IP电视基本概述

1、IP电视的定义

2、IP电视的主要功能

二、IP电视发展历程回顾

三、IP电视市场规模分析

四、IP电视用户规模分析

五、IP电视的产业链构成及特点分析

1、IP电视的产业链构成分析

2、IP电视内容及业务分析

3、IP电视受众分析

六、IP电视的技术架构及播出安全监管

七、IP电视发展趋势分析

1、IP电视用户规模增长趋势

2、IP电视的业务形态变化趋势

第四节互联网电视发展现状及趋势分析

一、互联网电视基本概述

1、互联网电视的定义

2、互联网电视的主要特点

3、互联网电视服务发展历程

二、互联网电视市场规模分析

三、互联网电视服务运营平台

四、互联网电视产业链的创新架构及特点

1、互联网电视产业链的基本结构

2、互联网电视集成播控平台的创新架构

3、互联网电视内容服务平台的创新架构

4、互联网电视经营模式的创新

五、互联网电视发展趋势分析

1、社交电视发展趋势

2、控制设备发展趋势

3、移动电视发展趋势

第五节移动多媒体广播电视发展现状及趋势分析

一、移动多媒体广播电视的定义和国际标准

1、移动多媒体广播电视的定义

2、国际上移动多媒体广播电视的主要标准

二、CMMB技术发展历程及主要特点

三、移动多媒体广播电视业务运营现状分析

1、移动多媒体广播电视用户规模

2、移动多媒体广播电视运营现状

四、移动多媒体广播电视发展趋势分析

第六节公共视听载体发展现状及趋势分析

一、公共视听载体基本概述

1、公共视听载体的定义

- 2、公共视听载体的表现形态
- 3、公共视听载体的实现方式
- 4、公共视听载体监管政策分析
- 二、公共视听载体市场规模分析
- 1、公共视听载体终端数量规模
- 2、公共视听载体广告市场规模
- 三、公共视听载体市场竞争格局分析
- 四、各类公共视听载体市场现状分析
- 1、车载移动电视市场现状分析
- 2、室内固定场所电视市场现状分析
- 3、户外大屏幕市场现状分析
- 五、公共视听载体的收入来源与资本运作分析
- 1、公共视听载体收入来源
- 2、公共视听载体资本运作典型案例
- 六、公共视听载体受众行为分析
- 1、公共视听载体受众收看程度分析
- 2、公共视听载体受众观看原因分析
- 3、受众对节目时长的需求分析
- 4、受众对不同类型节目内容的需求分析
- 七、公共视听载体发展趋势分析
- 1、公共视听载体规模变化趋势
- 2、公共视听载体未来重点发展方向
- 3、公共视听载体收入来源变化趋势
- 4、高清化、交互化、网络化发展趋势
- 5、市场整合加剧趋势分析

第四部分竞争格局分析

第五章2022-2028年视听新媒体行业竞争形势

第一节行业总体市场竞争状况分析

一、视听新媒体行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析

- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

二、视听新媒体行业SWOT分析

- 1、视听新媒体行业优势分析
- 2、视听新媒体行业劣势分析
- 3、视听新媒体行业机会分析
- 4、视听新媒体行业威胁分析

第二节视听新媒体行业竞争格局分析

- 一、企业竞争格局分析
- 二、市场竞争格局分析
- 三、产品竞争格局分析

第三节视听新媒体行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第四节视听新媒体行业并购重组分析

- 一、行业并购重组现状及其重要影响
- 二、企业升级途径及并购重组风险分析
- 三、行业投资兼并与重组趋势分析

第六章2022-2028年视听新媒体行业领先企业经营形势分析

第一节中国视听新媒体企业总体发展状况分析

- 一、视听新媒体企业主要类型
- 二、视听新媒体企业资本运作分析
- 三、视听新媒体企业创新及品牌建设
- 四、视听新媒体企业国际竞争力分析

第二节中国领先视听新媒体企业经营形势分析

- 一、世通华纳传媒控股有限公司
- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析

- 3、企业经营模式分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业竞争优劣势分析
- 6、企业最新发展动向

二、北京北广传媒集团有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业竞争优劣势分析
- 6、企业最新发展动向

三、北京天盈九州网络技术有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业竞争优劣势分析
- 6、企业最新发展动向

四、新浪网技术（中国）有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业竞争优劣势分析
- 6、企业最新发展动向

五、中麦控股有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业竞争优劣势分析
- 6、企业最新发展动向

六、分众传媒信息技术股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业竞争优势劣势分析
- 6、企业最新发展动向

七、华视传媒集团有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业竞争优势劣势分析
- 6、企业最新发展动向

八、北京文投航美传媒有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业竞争优势劣势分析
- 6、企业最新发展动向

九、网易（杭州）网络有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业竞争优势劣势分析
- 6、企业最新发展动向

十、深圳市前海天宇投资控股有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营模式分析

- 4、企业运营能力分析
- 5、企业竞争优势分析
- 6、企业最新发展动向

第五部分发展前景展望

第七章2022-2028年视听新媒体行业前景及投资价值

第一节2022-2028年视听新媒体市场发展前景

- 一、2022-2028年视听新媒体市场发展潜力
- 二、2022-2028年视听新媒体市场发展前景展望
- 三、2022-2028年视听新媒体细分行业发展前景分析

第二节2022-2028年视听新媒体市场发展趋势预测

- 一、2022-2028年视听新媒体行业发展趋势
- 二、2022-2028年视听新媒体市场规模预测
- 三、2022-2028年视听新媒体行业应用趋势预测
- 四、2022-2028年细分市场发展趋势预测

第三节2022-2028年中国视听新媒体行业供需预测

- 一、2022-2028年中国视听新媒体行业供给预测
- 二、2022-2028年中国视听新媒体行业产量预测
- 三、2022-2028年中国视听新媒体市场销量预测
- 四、2022-2028年中国视听新媒体行业需求预测
- 五、2022-2028年中国视听新媒体行业供需平衡预测

第八章2022-2028年视听新媒体行业投资机会与风险防范

第一节视听新媒体行业投资特性分析

- 一、视听新媒体行业进入壁垒分析
- 二、视听新媒体行业盈利因素分析
- 三、视听新媒体行业盈利模式分析

第二节2022-2028年视听新媒体行业发展的影响因素

- 一、有利因素
- 二、不利因素

第三节视听新媒体行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、视听新媒体行业投资现状分析

第四节2022-2028年视听新媒体行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、视听新媒体行业投资机遇

第五节2022-2028年视听新媒体行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第六节中国视听新媒体行业投资建议

一、视听新媒体行业未来发展方向

二、视听新媒体行业主要投资建议

三、中国视听新媒体企业融资分析

第六部分发展战略研究

第九章视听新媒体行业发展战略研究

第一节对中国视听新媒体品牌的战略思考

一、视听新媒体品牌的重要性

二、视听新媒体实施品牌战略的意义

三、视听新媒体企业品牌的现状分析

四、中国视听新媒体企业的品牌战略

五、视听新媒体品牌战略管理的策略

第二节视听新媒体经营策略分析

一、视听新媒体市场细分策略

二、视听新媒体市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、视听新媒体新产品差异化战略

第三节视听新媒体行业投资战略研究

一、2022-2028年视听新媒体行业投资战略

二、2022-2028年细分行业投资战略

第十章研究结论及发展建议

第一节视听新媒体行业研究结论及建议()

第二节视听新媒体关联行业研究结论及建议

第三节视听新媒体行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议()

图表目录

图表：视听新媒体行业生命周期

图表：视听新媒体行业产业链结构

图表：2015-2019年全球视听新媒体行业市场规模

图表：2015-2019年中国视听新媒体行业市场规模

图表：2015-2019年视听新媒体行业重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国视听新媒体市场占全球份额比较

图表：2015-2019年全球互联网用户区域分布

图表：2015-2019年在线视频占全球互联网流量比重图

图表：2015-2019年全球在线电视和视频收入

图表：2015-2019年英国视听新媒体各传输网渗透率

图表：2015-2019年按照技术类别分的美国居民接入宽带速度所占比重

图表：2015-2019年全球互联网终端应用情况

图表：2015-2019年全球手机用户数量及增长率

图表：国外视听新媒体盈利模式

图表：国外视听新媒体发展存在的问题

图表：国外视听新媒体发展趋势

图表：2015-2019年中国视听媒体市场总规模

图表：2015-2019年中国视听媒体受众来源及规模

图表：国内视听媒体版权的特点

图表：2015-2019年网络视频用户数及使用率

图表：2022-2028年国内视听新媒体版权分销收入预测

图表：视听新媒体版权管理的意义

图表：视听新媒体版权管理中存在的主要问题

图表：加强视听新媒体版权管理的基本思路

图表：国内视听新媒体发展的基本经验

图表：国内视听新媒体发展面临的问题

图表：国内视听新媒体发展趋势

图表：2015-2019年全球手机电视市场规模及增长情况

图表：全球主要区域手机电视用户分布情况

图表：2015-2019年中国智能手机出货量及增长率

图表：2015-2019年中国智能手机销量及增长率

图表：2015-2019年中国智能手机市场渗透率预测

图表：2015-2019年中国智能手机主要服务网络市场占比

图表：2015-2019年中国手机电视用户规模及增长

图表：2015-2019年中国手机电视市场规模及预测

图表：中国手机用户选用手机电视业务形态情况

图表：139手机视频营销页面内容点击扣费次数排序表

图表：手机网民对手机电视节目的选择

图表：手机电视发展面临的问题

图表：网络广播电视运营主体

图表：中国网络视频产业链的基本构成

图表：2015-2019年中国网络视频市场广告收入

图表：2015-2019年中国网络视频用户规模及渗透率

图表：2015-2019年中国网络视频广告市场构成情况及预测

图表：2015-2019年各类网络应用使用率

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/559165UGQW.html>