

# 2017-2022年中国新媒体市场研究与市场运营趋势报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国新媒体市场研究与市场运营趋势报告》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/G35327S3U5.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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（New Media）是指当下万物皆媒的环境，简单说：新媒体是一种环境。

新媒体涵盖了所有数字化的媒体形式。包括所有数字化的传统媒体、网络媒体、移动端媒体、数字电视、数字报刊杂志等。

一个相对的概念，是报刊、广播、电视等传统媒体以后发展起来的新的媒体形态，包括网络媒体、手机媒体、数字电视等。

新媒体亦是一个宽泛的概念，利用数字技术、网络技术，通过互联网、宽带局域网、无线通信网、卫星等渠道，以及电脑、手机、数字电视机等终端，向用户提供信息和娱乐服务的传播形态。严格地说，新媒体应该称为数字化新媒体。

中国新媒体用户对新媒体范畴认知分布

中国新媒体用户媒体选择分布

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国新媒体市场研究与市场运营趋势报告》共十五章。首先介绍了新媒体相关概念及发展环境，接着分析了中国新媒体规模及消费需求，然后对中国新媒体市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国新媒体面临的机遇及发展前景。您若想对中国新媒体有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一章 新媒体产业相关概述

第一节 新媒体的基础概述

一、新媒体的内涵

二、新媒体内容分类

2016年新媒体产业细分情况 产业划分依据 产业分类 主要内容 横向（按照媒体形态的区别划分） 第一阵营：新兴媒体产业 网络媒体产业：包括门户网站产业、搜索引擎产业、网络社区产业、博客产业、播客(网络视频)产业、网络游戏产业、即时通讯产业、网络出版产业、网络广播产业、RSS产业、维客产业等细分产业 手机媒体产业：包括短信产业、彩

信产业、彩铃产业、手机出版产业、手机广播产业、手机电视产业等 互动性电视媒体产业：包括数字电视产业和IPTV产业 第二阵营：新型媒体产业 以楼宇电视产业、移动电视产业为代表 纵向（按照盈利模式的不同划分） 广告产业 主要向企业类广告主收取费用，具备了一些不同于传统媒体广告的特征，如多元化、互动性、个性化等。 内容产业 主要以新媒体为平台，销售内容和服务，收入来源主要是以内容、服务等向个人客户收取的相关费用。

### 三、新媒体的传播特征

### 四、新媒体的经济学特性

## 第二节 新媒体发展模式分析

### 一、新媒体的传播特征

### 二、新媒体发展条件

### 三、新媒体内容分析

### 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 2015-2016年中国新媒体产业运行环境分析

### 第一节 2015-2016年中国宏观经济发展环境分析

#### 一、中国GDP增长情况分析

#### 二、工业经济发展形势分析

#### 三、全社会固定资产投资分析

#### 四、社会消费品零售总额分析

#### 五、城乡居民收入与消费分析

#### 六、对外贸易的发展形势分析

### 第二节 2015-2016年中国新媒体产业发展的政策环境分析

#### 一、《国家时期文化改革发展规划纲要》

#### 二、国务院加快推进三网融合

#### 三、《-2020年国家信息化发展战略》

#### 四、互联网视听节目许可制度施行

- 五、数字电视产业促进政策
- 六、数字版权管理系统技术规范
- 七、文化产业振兴规划
- 八、《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》
- 九、国家广电总局加强互联网视听节目发展和管理
- 十、国家重点音像电子出版方向确定

### 第三节 2015-2016年中国新媒体产业技术环境分析

- 一、网络技术
- 二、移动通信技术
- 三、计算机技术
- 四、数字技术

### 第四节 2015-2016年中国新媒体产业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、科技环境分析
- 五、生态环境分析
- 六、中国城镇化率

### 第五节 中国移动互联网环境分析

- 一、网民规模分析
  - (一) 总体网民规模
  - (二) 手机网民规模
- 二、网民互联网应用分析
  - (一) 整体互联网应用分析
  - (二) 手机网民应用分析

## 第三章 中国新媒体产业整体运行态势分析

### 第一节 新媒体行业运行综述

- 一、国外新媒体传播研究热点述评
- 二、中国新媒体市场规模与结构
- 三、中国新媒体产业发展特点
- 四、中国新媒体产业链日渐成熟

## 五、中国新媒体运营与赢利模式创新

### 第二节 中国新媒体产业受众及需求分析

- 一、中国新媒体业目标群体分析
- 二、用户的需求与使用特点分析
- 三、针对需求变化提供新媒体产品
- 四、需求演变带来媒体角色的新变化

### 第三节 中国新媒体营销解析

- 一、新媒体营销初露峥嵘
- 二、营销行业迎接新媒体时代来临
- 三、整合营销下新媒体价值实现
- 四、中国新媒体营销势在必行
- 五、新媒体实效营销传播趋势
- 六、新媒体营销的制胜之道

### 第四节 中国新媒体行业的问题及对策分析

- 一、新媒体产业链问题及对策分析
- 二、新媒体业以差异化与精准化突围

## 第四章 中国移动媒体行业运行分析

### 第一节 中国移动媒体业简况

- 一、移动新媒体的主要特性
- 二、媒体移动化是行业发展的趋势
- 三、移动媒体创造传媒产业新天地

### 第二节 中国移动媒体市场分析

- 一、移动新媒体的商业模式创新
- 二、移动媒体的受众之争分析
- 三、移动新媒体发展趋势分析

### 第三节 中国移动互联网发展概况

- 一、中国互联网发展情况综述
- 二、中国移动互联网发展综述
- 三、中国移动互联网发展特点
- 四、中国移动互联网强势崛起
- 五、中国移动互联网发展趋势

#### 第四节 中国三大通信运营商的移动媒体战略研讨

- 一、三大通信运营商的运营情况比较
- 二、三大运营商移动媒体战略的具体情况
- 三、三大通讯运营商移动媒体战略比较

#### 第五节 中国移动媒体行业面临的挑战及对策

- 一、移动传媒产业盈利模式存在的问题
- 二、移动新媒体发展存在的误区
- 三、移动媒体发展面临的问题分析
- 四、移动媒体产业发展已迫在眉睫

#### 第六节 中国移动媒体行业投资前景分析

- 一、中国移动媒体产业发展趋势
- 二、中国移动媒体市场规模预测
- 三、移动多媒体的投资机遇分析
- 四、中国下一代移动多媒体蓝图

### 第五章 2015-2016年中国移动电视媒体业运行新形势分析

#### 第一节 2015-2016年中国移动电视行业现状综述

- 一、中国移动电视覆盖情况分析
- 二、中国移动电视媒体优势分析
- 三、移动电视市场竞争格局分析
- 四、移动电视广告主的特点分析
- 五、中国移动电视广告市场规模

#### 第二节 2015-2016年中国移动电视营运分析

- 一、数字移动电视运营模式分析
- 二、移动电视的盈利来源分析
- 三、中国移动电视运营推广分析
- 四、数字移动电视运营战略分析

#### 第三节 2015-2016年中国车载电视发展分析

- 一、车载移动电视市场现状分析
- 二、车载移动电视传播功能分析
- 三、车载移动电视市场竞争分析
- 四、中国车载电视市场规模分析

## 五、车载移动电视发展趋势分析

### 第四节 2015-2016年中国移动电视行业存在的问题分析

- 一、传播方式有待改进
- 二、收视环境不好分析
- 三、电视的节目待突破
- 四、广告泛滥经营需加强
- 五、移动电视的应对策略

### 第五节 2015-2016年中国移动电视行业发展对策分析

- 一、制定产业政策支持
- 二、产业链平衡发展
- 三、商业模式多元筹资
- 四、培育品牌赢得市场

### 第六节 未来移动电视发展前景预测分析

- 一、中国移动电视市场发展趋势分析
- 二、新媒体分化与移动电视发展趋势
- 三、全国移动电视市场规模预测分析

## 第六章 2015-2016年中国手机媒体及其业务运行分析

### 第一节 2015-2016年中国手机媒体市场发展分析

- 一、手机媒体发展阶段分析
- 二、手机媒体赢利模式探讨分析
- 三、3G时代的手机媒体发展分析
- 四、移动宽带助推手机媒体崛起
- 五、手机媒体价值链主导权竞争激烈
- 六、手机媒体市场的发展趋势分析

### 第二节 2015-2016年中国手机电视发展分析

- 一、手机电视基本情况概述
- 二、手机电视发展阶段分析
- 三、手机电视的产业链分析
- 四、中国手机电视运营模式分析
- 五、手机电视用户特征及行为分析
- 六、手机电视内容生产及监管分析



七、亚洲手机电视渗透率全球领先

八、手机电视市场蕴含巨大潜力

九、手机电视产业的问题及解决

十、手机电视产业市场规模分析

十一、手机电视产业发展趋势分析

第三节 2015-2016年中国手机游戏运行分析

一、手机游戏产业链及收费模式

二、全球手机游戏市场规模

三、手机游戏用户行为分析

四、手机游戏的挑战与机遇

五、智能手机推动手机游戏

六、手机游戏市场规模分析

第四节 2015-2016年中国手机短信发展分析

一、短信业务发展现状分析

二、短信业务在企业中的应用

三、短信在新闻产业中发展探讨

四、中国短信业务发送规模分析

五、手机短信业务开发发展趋势

第五节 手机报

一、手机报传播方式分析

二、手机报产业链及运营模式分析

三、手机报市场的优势与瓶颈分析

四、手机报的用户特性情况分析

五、手机报用户消费行为现状分析

六、行业手机报的特点及现状分析

七、手机报发展思路及建议分析

第六节 手机视频

一、手机视频概述

二、手机视频用户行为情况分析

三、手机视频业务仍处于市场培育期

四、手机视频产业链发展情况分析

五、网络视频进军手机视频的挑战

六、三大动力促进手机视频市场推广

七、中国手机视频业务市场规模分析

### 第七节 手机音频广播

一、手机广播的媒介特性

二、手机广播产业链及业务模式

三、手机音频广播用户特征分析

四、手机音频广播用户行为分析

五、手机音频广播面临难题分析

六、手机音频广播前景展望分析

### 第八节 手机小说

一、手机小说的媒介特性分析

二、手机小说产业链及业务模式

三、手机小说用户特征情况分析

四、手机小说用户行为状况分析

五、手机小说市场存在隐患分析

六、手机小说的发展策略及趋势

七、中国手机阅读市场规模分析

### 第九节 手机邮箱

一、中国手机邮箱市场发展现状

二、手机邮箱成网络营销新方式

三、中国手机邮箱用户规模分析

四、中国手机邮箱市场发展趋势

五、中国手机邮箱市场发展建议

### 第十节 手机搜索

一、手机搜索成移动互联网新热点

二、手机搜索广告发展现状及特征

三、中国手机搜索用户规模分析

四、中国手机搜索市场规模分析

五、中国手机搜索市场发展前景

### 第十一节 2015-2016年中国手机媒体市场问题对策分析

一、手机媒体的缺陷与消费困境分析

二、中国手机媒体发展的制约因素

三、手机媒体发展问题的解决途径

四、手机媒体的良性发展途径探析

第十二节 手机媒体行业前景分析

一、手机媒体社会影响日益增强

二、手机媒体与微博客融合发展

三、手机媒体化发展前景广阔

四、手机媒体业务的发展趋势

第七章 2015-2016年中国网络电视产业运行综述

第一节 2015-2016年中国IPTV市场运行综述

一、全球IPTV发展情况分析

二、中国IPTV市场运行特点

三、中国IPTV用户规模分析

四、中国IPTV市场规模分析

五、IPTV市场上演激烈竞争

第二节 2015-2016年中国IPTV产业链分析

一、设备供应商及设备供应市场

二、平台提供商及平台市场分析

三、电信运营商及运营市场分析

四、频道内容运营商及内容市场

五、芯片及其他技术供应商市场

六、终端厂商及终端市场分析

七、IPTV用户及用户市场分析

第三节 2015-2016年中国网络电视市场存在问题及对策

一、中国IPTV存在的问题分析

二、IPTV应突破传统定价模式

三、促进中国IPTV发展政策建议

第四节 2017-2022年中国IPTV发展趋势分析

一、中国IPTV发展前景分析

二、IPTV技术发展趋势分析

三、IPTV业务高端市场前景

## 第八章 2015-2016年网络媒体及其业务运行分析

### 第一节 网络视频

- 一、网络视频发展概况
- 二、网络视频盈利模式全面透析
- 三、网络视频产业链发展情况分析
- 四、中国网络视频市场规模分析
- 五、网络视频营销的发展与趋势
- 六、网络视频业发展面临的问题
- 七、网络视频呈现主流化发展趋向

### 第二节 网络博客

- 一、中国博客的价值链分析
- 二、微型博客的起源及发展
- 三、微型博客价值与商业模式
- 四、中国微博的市场规模分析
- 五、微型博客发展前景探析

### 第三节 网络游戏

- 一、网络游戏收费模式分析
- 二、网络游戏支付模式分析
- 三、网络游戏竞争现状分析
- 四、网络游戏市场规模分析
- 五、网络游戏用户规模分析
- 六、网络游戏发展趋势分析

### 第四节 新闻网站

- 一、中国新闻网站发展历程
- 二、网络新闻手段发展分析
- 三、国内重点新闻网站简介
- 四、新闻网站上市优劣势及机遇
- 五、新华网转企改制案例研究
- 六、地方新闻网站转企改制案例

### 第五节 搜索引擎

- 一、搜索引擎产业链概述
- 二、搜索引擎商业模式分析

三、搜索引擎传媒功能日益凸显

四、中国搜索引擎市场规模分析

五、搜索引擎市场竞争格局分析

六、中国搜索引擎行业发展趋势

## 第六节 社交网站

一、中国社交网站发展概况

二、社交网站的核心元素分析

三、社交网站用户的消费分析

四、社交网站潜藏的问题分析

五、社交网站的营销情况分析

六、社交网站商业价值的挖掘

## 第九章 其他新媒体

### 第一节 多媒体数字报

一、数字报纸行业概述分析

二、国内数字报基本特征分析

三、中国数字报纸优点分析

四、中国数字报市场规模分析

五、数字报价值提升策略分析

### 第二节 多媒体数字杂志

一、数字杂志新锐力量崛起

二、数字杂志消费者需求心理

三、数字杂志盈利机会与策略

### 第三节 电子书

一、政策加速产业规范化

二、电子书产业盈利模式

三、电子书产业规模分析

四、电子书产业发展方向

五、电子书产业发展目标

六、电子书产业发展措施

七、电子书制约瓶颈与对策

### 第四节 楼宇电视

- 一、楼宇电视传播特点概述
- 二、楼宇电视联播优势分析
- 三、楼宇电视行业遭遇的难题
- 四、楼宇电视行业的发展策略

## 第十章 2015-2016年中国新媒体竞争新格局透析

### 第一节 中国传统媒体与新媒体的竞争分析

- 一、新媒体环境下的传媒创新特征
- 二、新媒体对传统媒体的冲击分析
- 三、新媒体受众接触率超越传统媒体
- 四、新媒体与传统媒体竞争分析
- 五、传统媒体与新兴媒体的竞争格局
- 六、危机促进传统媒体向新媒体转变
- 七、新媒体与传统媒体的融合分析
- 八、新媒体广告增长远超传统媒体

### 第二节 新媒体竞争现状分析

- 一、国内新媒体竞争进入#0时代
- 二、新媒体同质化竞争加速行业洗牌
- 三、出版传媒集团加速进入新媒体
- 四、外资角逐我国新媒体市场分析

### 第三节 新媒体竞争策略分析

- 一、三网融合下视听新媒体创新策略
- 二、提高新媒体核心竞争力策略分析

## 第十一章 新媒体营销

### 第一节 新媒体营销综述

- 一、市场环境变化凸显新媒体营销价值
- 二、新媒体推动营销方式和思维变革
- 三、新媒体广告市场规模增长迅速
- 四、新媒体时代营销应采取的策略

### 第二节 网络媒体营销

- 一、网络媒体催生软化营销方式

- 二、中国网络视频营销状况分析
- 三、搜索引擎营销现状及发展趋势
- 四、社交网站营销价值及模式分析
- 五、门户网站博客营销全面解析
- 六、微博迅速发展为新兴营销工具

### 第三节 网络广告

- 一、多媒体广告的网络营销应用
- 二、中国互联网广告市场回顾
- 三、网络广告市场核心媒体分析
- 四、中国网络广告市场运行分析
- 五、长尾网络广告市场潜力巨大
- 六、中国网络广告市场规模预测

### 第四节 手机媒体营销

- 一、手机成第五媒体营销前景广阔
- 二、手机报颠覆传统广告营销方式
- 三、手机杂志成广告营销重要平台
- 四、手机微博营销优势日益显现
- 五、手机媒体广告营销策略分析

### 第五节 手机广告

- 一、手机媒体广告的模式
- 二、手机媒体广告的特性与优势
- 三、手机媒体广告形式及效果评估
- 四、中国手机广告市场发展分析
- 五、手机媒体广告的SWOT分析
- 六、手机广告发展制约因素及对策
- 七、3G手机广告业务市场推广策略

## 第十二章 2015-2016年中国新媒体行业相关上市企业运营状况分析

### 第一节 上海东方明珠（集团）股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

## 第二节 中视传媒股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

## 第三节 成都博瑞传播股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

## 第四节 湖南电广传媒股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

## 第五节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析



四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

#### 第六节 陕西广电网络传媒股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

#### 第七节 中文天地出版传媒股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

#### 第八节 上海新华传媒股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业运营能力分析

七、企业成本费用分析

#### 第九节 华谊兄弟传媒股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析

## 第十三章 2017-2022年新媒体行业发展趋势

### 第一节 2017-2022年中国新媒体行业前景分析

- 一、未来新媒体的发展趋势展望
- 二、中国新媒体发展前景广阔
- 三、中国新媒体产业发展趋势
- 四、中国新媒体市场规模预测

### 第二节 中国电视与网络新媒体融合发展

- 一、电视与新媒体的融合分析
- 二、电视剧产业与新媒体的融合
- 三、市场竞争及优势互补融合

### 第三节 中国报业必将转型为新媒体机构

- 一、传媒环境的变化分析
- 二、传媒的发展格局分析
- 三、新媒体环境下报业分析
- 四、传统报业转型发展策略

## 第十四章 2017-2022年新媒体产业发展战略研究

### 第一节 中国新媒体产业发展瓶颈及对策

- 一、新媒体产业发展的瓶颈
- 二、新媒体产业发展的对策
- 三、产业基础设施的重要性
- 四、国家新媒体产业基地案例

### 第二节 新媒体发展模式及策略分析

- 一、新媒体动漫营销模式策略
- 二、户外新媒体的创新价值分析
- 三、户外新媒体的发展策略分析
- 四、广播电视新媒体的发展策略

## 五、数字新媒体需适度营销分析

### 第三节 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

### 第四节 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分析

#### 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分析

### 第五节 英国第四频道新媒体品牌运营策略案例

#### 一、全方位多渠道拓展品牌内涵分析

#### 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、第四频道在互动中提升品牌影响力

### 第六节 法新社新媒体发展战略案例

#### 一、大力发展新媒体产品

#### 二、以渠道合作扩张市场

## 第十五章 2017-2022年中国新媒体行业投资战略规划研究（ZY LH）

### 第一节 2015-2016年中国新媒体产业投资概况

#### 一、中国投资形势

#### 二、中国新媒体发展趋势分析

#### 三、中国新媒体产业投资环境

#### 四、中国新媒体投资价值分析

### 第二节 2017-2022年中国新媒体产业投资机会分析

#### 一、新媒体行业投资形势分析

#### 二、新媒体风险投资情况分析

#### 三、新媒体市场投资潜力分析

#### 四、中国新媒体投资机会分析

### 第三节 2017-2022年中国新媒体行业投资战略分析

#### 一、新媒体风险投资策略分析

#### 二、传统媒体实施新媒体战略

### 三、数字新媒体行业投资策略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/G35327S3U5.html>