

2017-2022年中国新媒体行业 分析与发展战略研究报告

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

《2017-2022年中国新媒体行业分析与发展战略研究报告》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/Q361895VMG.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、手机网络等。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”。

新媒体的发展将是未来媒体发展的新趋势，传统意义上的媒体是通过电视，广播，报刊，杂志，单一形式的完成的对于信息的传播，而新媒体是集传统意义的媒体的基础上运用数字媒体技术开发创意完成的对于信息的传播加工以及新的诠释的一种新的媒体概念。也可以称作是第五媒体。新媒体的形式随着生活科技以及人们对于信息的需求，瞬息万变以不同的形式出现在人们的视野中，比如时下非常风靡的移动电视流媒体，数字电影，数字电视，多点触摸媒体技术，重力感应技术，数字杂志等诸多形式。新媒体技术的应用体现了受众群体对于信息的抓取更加的深入，希望得到更大程度上的互动，以及对于信息的重新自我诠释，受众可以根据自己的喜好经历参与其中获取自己最想得到的信息。新媒体技术的诞生是人们将平面媒体信息获取的枯燥性，延迟性，非互动性等不足的方面加以整合，运用数字技术，无线技术，和互联网三方面改善了受众群体对于信息量冗杂以及信息质量残损的劣势，使得信息在保证量的基础上更加能使多个受众群体得到及时的沟通交流反馈，达到了市场，受众，市场反馈的良好循环模式。更大程度上的清除了信息的冗余。因此新媒体又可以定义为：互动式数字化复合媒体。新媒体的参与性非常强，不需要太为复杂的设备，技术以及人员的配备就可以实现你自己的新媒体作品，如当下非常热捧的定格动画。在新媒体技术还未诞生之时，人们想通过简单的方式表达自己独创的想法有些许困难，但当新媒体技术诞生后，你只需要一台相机，一个剪辑软件，以及你充满创意的想法就可以完成一个新媒体的产物——定格动画。你可以将你的想法通过手工的形式加上拍照技术，在剪辑软件上将其排序剪切再配上声音便是你独一无二的数字微电影，每秒24张照片的速度可以让你的定格画面动起来，让你获得当导演的乐趣。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国新媒体行业分析与发展战略研究报告》共十六章。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 新媒体行业相关概述

1.1 新媒体行业定义及特征

1.1.1 定义

1.1.2 特征

1、价值

2、原创性

3、效应

4、生命力

5、特性

1.2 主要分类

1.2.1 科技博客

1.2.2 手机媒体

1.2.3 IPTV

1.2.4 数字电视

1.2.5 移动电视

1.2.6 博客

1.2.7 播客

1.3 新媒体行业运营模式分析

1.3.1 服务导向

1.3.2 用户体验

1.3.3 刚性需求

1.3.4 后向收费

1.4 新媒体运作方式

1.4.1 媒体的互联网化

1.4.2 产品是媒体

1.4.3 服务为引擎

第二章 新媒体行业市场特点概述

- 2.1 行业市场概况
 - 2.1.1 行业市场特点
 - 2.1.2 行业市场化程度
 - 2.1.3 行业利润水平及变动趋势
- 2.2 进入本行业的主要障碍
 - 2.2.1 资金准入障碍
 - 2.2.2 市场准入障碍
 - 2.2.3 技术与人才障碍
 - 2.2.4 其他障碍
- 2.3 行业的周期性、区域性
 - 2.3.1 行业周期分析
 - 1、行业的周期波动性
 - 2、行业产品生命周期
 - 2.3.2 行业的区域性
- 2.4 行业与上下游行业的关联性
 - 2.4.1 行业产业链概述
 - 2.4.2 上游产业分布
 - 2.4.3 下游产业分布

第三章 2014-2016年中国新媒体行业发展环境分析

- 3.1 新媒体行业政治法律环境（P）
 - 3.1.1 行业主管部门分析
 - 3.1.2 行业监管体制分析
 - 3.1.3 行业主要法律法规
 - 3.1.4 相关产业政策分析
 - 3.1.5 行业相关发展规划
 - 3.1.6 政策环境对行业的影响
- 3.2 新媒体行业经济环境分析（E）
 - 3.2.1 宏观经济形势分析
 - 3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析
- 3.3 新媒体行业社会环境分析（S）
 - 3.3.1 新媒体产业社会环境

3.3.2 社会环境对行业的影响

3.4 新媒体行业技术环境分析 (T)

3.4.1 互联网技术

3.4.2 数字技术

3.4.3 移动技术

3.4.4 物联网技术

3.4.5 大数据技术

3.4.6 云计算技术

第四章 全球新媒体行业发展概述

4.1 2014-2016年全球新媒体行业发展情况概述

4.1.1 全球新媒体行业发展现状

4.1.2 全球新媒体行业发展特征

4.1.3 全球新媒体行业市场规模

4.2 2014-2016年全球主要地区新媒体行业发展状况

4.2.1 欧洲新媒体行业发展情况概述

4.2.2 美国新媒体行业发展情况概述

4.2.3 日韩新媒体行业发展情况概述

4.3 2017-2022年全球新媒体行业发展前景预测

4.3.1 全球新媒体行业市场规模预测

4.3.2 全球新媒体行业发展前景分析

4.3.3 全球新媒体行业发展趋势分析

4.4 全球新媒体行业重点企业发展动态分析

第五章 中国新媒体行业发展概述

5.1 新媒体行业综述

5.1.1 新媒体盈利模式

5.1.2 行业牌照管制分析

5.1.3 国家软实力渠道

5.1.4 新媒体特征分析

5.2 2014-2016年中国新媒体行业发展分析

5.2.1 新媒体发展现状

- 5.2.2 新媒体市场规模
- 5.2.3 行业加速融合
- 5.2.4 行业热点主题
- 5.2.5 发展策略建议
- 5.3 三网融合对新媒体行业发展的影响分析
 - 5.3.1 三网融合简介
 - 5.3.2 三网融合格局
 - 5.3.3 三网融合进程
 - 5.3.4 新媒介发展分析
 - 5.3.5 新媒体发展动向
- 5.4 4G产业对新媒体行业发展影响分析
 - 5.4.1 4G国际发展现状
 - 5.4.2 4G中国发展现状
 - 5.4.3 4G新媒体管理
 - 5.4.4 4G新媒体服务
- 5.5 新媒体行业受众群体分析
 - 5.5.1 受众心理分析
 - 5.5.2 受众需求研究
 - 5.5.3 受众媒介依赖性分析
 - 5.5.4 新媒体用户行为分析
 - 5.5.5 强制性传播反应分析

第六章 2014-2016年网络新媒体行业分析

- 6.1 2014-2016年中国互联网发展分析
 - 6.1.1 网民规模分析
 - 6.1.2 网民属性分析
 - 6.1.3 接入方式分析
- 6.2 2014-2016年网络新媒体行业分析
 - 6.2.1 行业主要分类
 - 6.2.2 行业特征分析
 - 6.2.3 行业优势分析
 - 6.2.4 行业发展现状

- 6.2.5 面临问题分析
- 6.3 2014-2016年新闻网站发展分析
 - 6.3.1 行业发展历程
 - 6.3.2 市场化分析
 - 6.3.3 上市SWOT分析
 - 6.3.4 上市策略分析
 - 6.3.5 发展机遇分析
- 6.4 2014-2016年网络视频发展分析
 - 6.4.1 市场规模分析
 - 6.4.2 市场结构分析
 - 6.4.3 广告市场规模
 - 6.4.4 行业发展特征
 - 6.4.5 行业发展趋势
- 6.5 2014-2016年搜索引擎发展分析
 - 6.5.1 发展驱动因素
 - 6.5.2 市场发展现状
 - 6.5.3 市场规模分析
 - 6.5.4 市场竞争格局
 - 6.5.5 引入人工智能
 - 6.5.6 发展趋势分析
- 6.6 2014-2016年微博发展分析
 - 6.6.1 发展优势分析
 - 6.6.2 用户规模分析
 - 6.6.3 盈利规模分析
 - 6.6.4 用户行为分析
 - 6.6.5 微博支付行为
 - 6.6.6 商业模式分析
 - 6.6.7 发展前景预测
- 6.7 2014-2016年社交网站发展分析
 - 6.7.1 覆盖规模分析
 - 6.7.2 用户构成分析
 - 6.7.3 行业发展特性

6.7.4 商业价值分析

6.7.5 发展趋势预测

第七章 2014-2016年交互式网络电视（IPTV）发展分析

7.1 IPTV行业介绍

7.1.1 行业定义

7.1.2 服务类型

7.1.3 关键技术

7.1.4 特色应用

7.2 2014-2016年中国IPTV行业发展分析

7.2.1 行业发展历程

7.2.2 产业链分析

7.2.3 用户行为分析

7.2.4 与OTT对比

7.2.5 行业发展现状

7.2.6 行业发展动态

7.3 2014-2016年IPTV产业发展要素分析

7.3.1 内容集成管理

7.3.2 EPG规划展示

7.3.3 业务运营管理

7.3.4 数据采集反馈

7.4 2014-2016年中国IPTV视频业务分析

7.4.1 直播电视

7.4.2 4K电视

7.4.3 融合电视

7.4.4 智能应用

7.5 2014-2016年中国IPTV区域发展分析

7.6 2014-2016年中国IPTV市场存在的问题及对策分析

7.6.1 面临问题分析

7.6.2 行业制约分析

7.6.3 行业发展策略

7.7 IPTV行业发展发展前景及趋势分析

- 7.7.1 行业前景展望
- 7.7.2 行业发展机遇
- 7.7.3 行业发展趋势
- 7.7.4 技术发展趋势

第八章 2014-2016年车载移动电视行业分析

- 8.1 移动数字电视发展概况
 - 8.1.1 行业定义
 - 8.1.2 行业分类
 - 8.1.3 产业链分析
- 8.2 2014-2016年车载移动电视市场分析
 - 8.2.1 市场竞争格局
 - 8.2.2 车载广告规模
 - 8.2.3 市场价值分析
 - 8.2.4 SWOT分析
 - 8.2.5 市场经营建议
 - 8.2.6 行业发展前景
- 8.3 2014-2016年中国公交移动电视发展分析
 - 8.3.1 媒介特征分析
 - 8.3.2 影响能力分析
 - 8.3.3 运营模式分析
 - 8.3.4 市场竞争格局
 - 8.3.5 节目内容分析
 - 8.3.6 行业面临的问题
 - 8.3.7 行业发展对策
- 8.4 其他车载移动电视
 - 8.4.1 地铁移动电视
 - 8.4.2 出租车移动电视
 - 8.4.3 铁路列车电视

第九章 2014-2016年手机媒体行业分析

- 9.1 2014-2016年手机媒体行业总体发展

- 9.1.1 市场规模分析
- 9.1.2 技术趋势分析
- 9.1.3 市场价格分析
- 9.1.4 市场竞争格局
- 9.1.5 手机媒体应用
- 9.1.6 媒体传播能力
- 9.2 手机报
 - 9.2.1 传播方式分析
 - 9.2.2 产业链分析
 - 9.2.3 运营模式分析
 - 9.2.4 行业运行状况
 - 9.2.5 政府支持加大
 - 9.2.6 面临问题分析
 - 9.2.7 发展对策分析
 - 9.2.8 市场发展趋势
- 9.3 手机电视
 - 9.3.1 手机电视概述
 - 9.3.2 产业链分析
 - 9.3.3 业务模式分析
 - 9.3.4 用户特征分析
 - 9.3.5 用户行为分析
 - 9.3.6 内容监管分析
- 9.4 手机视频
 - 9.4.1 手机视频概述
 - 9.4.2 市场规模分析
 - 9.4.3 用户行为研究
 - 9.4.4 发展动力分析
 - 9.4.5 未来发展趋势
- 9.5 手机音频广播
 - 9.5.1 媒介特性分析
 - 9.5.2 产业链分析
 - 9.5.3 业务模式分析

9.5.4 用户特征分析

9.5.5 用户行为分析

9.5.6 行业发展动态

9.5.7 发展前景展望

9.6 手机小说

9.6.1 传播形式分析

9.6.2 媒介特性分析

9.6.3 产业链分析

9.6.4 业务模式分析

9.6.5 用户特征研究

9.6.6 用户行为分析

9.6.7 版权监管加强

第十章 2014-2016年其他新媒体分析

10.1 视频直播

10.1.1 市场发展历程

10.1.2 直播产业链

10.1.3 市场参与主体

10.1.4 市场监管现状

10.1.5 直播业务现状

10.1.6 市场发展规模

10.2 多媒体数字报

10.2.1 产品优势及作用

10.2.2 国外发展启示

10.2.3 行业发展现状

10.2.4 发展案例研究

10.2.5 收费模式分析

10.2.6 价值提升策略

10.2.7 企业发展路径

10.3 多媒体数字杂志

10.3.1 发展历程回顾

10.3.2 发展优势分析

- 10.3.3 需求心理分析
- 10.3.4 平台盈利模式
- 10.3.5 盈利策略分析
- 10.4 电子书
 - 10.4.1 全球市场状况
 - 10.4.2 主要品牌分析
 - 10.4.3 行业发展现状
 - 10.4.4 行业发展问题
 - 10.4.5 行业发展策略
 - 10.4.6 技术发展方向
- 10.5 楼宇电视
 - 10.5.1 传播特点分析
 - 10.5.2 行业发展阶段
 - 10.5.3 发展特点分析
 - 10.5.4 面临问题分析
 - 10.5.5 未来发展策略

第十一章 2014-2016年新媒体行业营销分析

- 11.1 新媒体营销概述
 - 11.1.1 营销价值分析
 - 11.1.2 营销方式分析
 - 11.1.3 营销优势分析
- 11.2 网络媒体营销
 - 11.2.1 微信营销分析
 - 11.2.2 搜索引擎营销
 - 11.2.3 社交网站营销
 - 11.2.4 微博营销分析
- 11.3 网络视频营销
 - 11.3.1 营销优势分析
 - 11.3.2 互动娱乐营销
 - 11.3.3 网络视频营销新模式
 - 11.3.4 网红经济成新营销模式

11.3.5 VR/AR技术推动营销变革

11.4 移动营销分析

11.4.1 移动营销规模

11.4.2 移动程序化规模

11.4.3 市场竞争格局

11.4.4 移动营销发展趋势

11.5 网络广告

11.5.1 多媒体广告应用分析

11.5.2 中国网络广告市场

11.5.3 长尾网络广告市场

11.6 手机媒体营销

11.6.1 手机报营销

11.6.2 手机杂志营销

11.6.3 手机微博营销

11.7 手机广告

11.7.1 广告市场现状

11.7.2 广告模式分析

11.7.3 广告特性与优势

11.7.4 广告形式及效果

11.7.5 SWOT分析

第十二章 中国新媒体行业市场竞争格局分析

12.1 中国新媒体行业竞争格局分析

12.1.1 新媒体行业区域分布格局

12.1.2 新媒体行业企业规模格局

12.1.3 新媒体行业企业性质格局

12.2 中国新媒体行业竞争五力分析

12.2.1 新媒体行业上游议价能力

12.2.2 新媒体行业下游议价能力

12.2.3 新媒体行业新进入者威胁

12.2.4 新媒体行业替代产品威胁

12.2.5 新媒体行业现有企业竞争

12.3 中国新媒体行业竞争SWOT分析

12.3.1 新媒体行业优势分析（S）

12.3.2 新媒体行业劣势分析（W）

12.3.3 新媒体行业机会分析（O）

12.3.4 新媒体行业威胁分析（T）

12.4 中国新媒体行业投资兼并重组整合分析

12.4.1 投资兼并重组现状

12.4.2 投资兼并重组案例

12.5 中国新媒体行业重点企业竞争策略分析

第十三章 中国新媒体行业领先企业竞争力分析

13.1 上海东方明珠新媒体股份有限公司

13.1.1 企业发展基本情况

13.1.2 企业主要产品分析

13.1.3 企业竞争优势分析

13.1.4 企业经营状况分析

13.1.5 企业最新发展动态

13.1.6 企业发展战略分析

13.2 中视传媒股份有限公司

13.2.1 企业发展基本情况

13.2.2 企业主要产品分析

13.2.3 企业竞争优势分析

13.2.4 企业经营状况分析

13.2.5 企业最新发展动态

13.2.6 企业发展战略分析

13.3 成都博瑞传播股份有限公司

13.3.1 企业发展基本情况

13.3.2 企业主要产品分析

13.3.3 企业竞争优势分析

13.3.4 企业经营状况分析

13.3.5 企业最新发展动态

13.3.6 企业发展战略分析

13.4 湖南电广传媒股份有限公司

13.4.1 企业发展基本情况

13.4.2 企业主要产品分析

13.4.3 企业竞争优势分析

13.4.4 企业经营状况分析

13.4.5 企业最新发展动态

13.4.6 企业发展战略分析

13.5 北京歌华有线电视网络股份有限公司

13.5.1 企业发展基本情况

13.5.2 企业主要产品分析

13.5.3 企业竞争优势分析

13.5.4 企业经营状况分析

13.5.5 企业最新发展动态

13.5.6 企业发展战略分析

13.6 陕西广电网络传媒股份有限公司

13.6.1 企业发展基本情况

13.6.2 企业主要产品分析

13.6.3 企业竞争优势分析

13.6.4 企业经营状况分析

13.6.5 企业最新发展动态

13.6.6 企业发展战略分析

13.7 乐视网信息技术（北京）股份有限公司

13.7.1 企业发展基本情况

13.7.2 企业主要产品分析

13.7.3 企业竞争优势分析

13.7.4 企业经营状况分析

13.7.5 企业最新发展动态

13.7.6 企业发展战略分析

13.8 上海新华传媒股份有限公司

13.8.1 企业发展基本情况

13.8.2 企业主要产品分析

13.8.3 企业竞争优势分析

13.8.4 企业经营状况分析

13.8.5 企业最新发展动态

13.8.6 企业发展战略分析

13.9 北京巴士传媒股份有限公司

13.9.1 企业发展基本情况

13.9.2 企业主要产品分析

13.9.3 企业竞争优势分析

13.9.4 企业经营状况分析

13.9.5 企业最新发展动态

13.9.6 企业发展战略分析

13.10 百视通公司

13.10.1 企业发展基本情况

13.10.2 企业主要产品分析

13.10.3 企业竞争优势分析

13.10.4 企业经营状况分析

13.10.5 企业最新发展动态

13.10.6 企业发展战略分析

第十四章 2017-2022年中国新媒体行业发展趋势与前景分析

14.1 2017-2022年中国新媒体市场发展前景

14.1.1 2017-2022年新媒体市场发展潜力

14.1.2 2017-2022年新媒体市场发展前景展望

14.1.3 2017-2022年新媒体细分行业发展前景分析

14.2 2017-2022年中国新媒体市场发展趋势预测

14.2.1 2017-2022年新媒体行业发展趋势

14.2.2 2017-2022年新媒体市场规模预测

14.2.3 2017-2022年新媒体行业应用趋势预测

14.2.4 2017-2022年细分市场发展趋势预测

14.3 影响企业生产与经营的关键趋势

14.3.1 行业发展有利因素与不利因素

14.3.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

14.3.3 科研开发趋势及替代技术进展

14.3.4 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十五章 2017-2022年中国新媒体行业投资前景

15.1 新媒体行业投资现状分析

15.1.1 新媒体行业投资规模分析

15.1.2 新媒体行业投资资金来源构成

15.1.3 新媒体行业投资主体构成分析

15.2 新媒体行业投资特性分析

15.2.1 新媒体行业进入壁垒分析

15.2.2 新媒体行业盈利模式分析

15.2.3 新媒体行业盈利因素分析

15.3 新媒体行业投资机会分析

15.3.1 产业链投资机会

15.3.2 细分市场投资机会

15.3.3 重点区域投资机会

15.3.4 产业发展的空白点分析

15.4 新媒体行业投资风险分析

15.4.1 新媒体行业政策风险

15.4.2 宏观经济风险

15.4.3 市场竞争风险

15.4.4 关联产业风险

15.4.5 产品结构风险

15.4.6 技术研发风险

15.4.7 其他投资风险

15.5 2014-2016年新媒体行业投资面临的问题分析

15.5.1 新媒体过度资本化

15.5.2 国际资本跨国控制

15.5.3 国有及民营资本平衡

15.6 新媒体行业投资潜力与建议

15.6.1 新媒体行业投资潜力分析

15.6.2 新媒体行业最新投资动态

15.6.3 新媒体行业投资机会与建议

第十六章 研究结论及建议（ZY ZM）

16.1 研究结论

16.2 建议

16.2.1 行业发展策略建议

16.2.2 行业投资方向建议

16.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：媒体成本收益曲线图对比

图表：截至2016年移动设备联网方式占比

图表：我国视频领域牌照控制状况

图表：2011-2016年三网融合政策一览

图表：2016年全球移动用户数量

图表：中国新媒体用户对新媒体范畴认知分布

图表：新媒体用户媒体选择分布

图表：中国新媒体用户观看视频伴随行为

图表：中国新媒体用户获取新闻资讯的方式统计

图表：中国新媒体用户付费习惯与意愿统计

图表：2011-2016年中国网民规模和互联网普及率

图表：五大互联网新媒体典型特征比较

图表：四大媒体典型特征比较

图表：2014-2016年中国在线视频行业收入构成

图表：2014-2016年中国网络广告市场规模及其增速

图表：2014-2016年不同形式网络广告市场份额

图表：2016年综合搜索引擎品牌渗透率

图表：2014-2016年中国搜索引擎行业广告市场规模

图表：2014-2016年微博月活跃用户增长

图表：IPTV用户结构

图表：全国IPTV用户数

图表：移动电视产业链

图表：投资建议

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/Q361895VMG.html>