

# 2020-2026年中国传媒市场 发展现状与市场需求预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2020-2026年中国传媒市场发展现状与市场需求预测报告》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/Q36189QFFG.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

随着互联网与传统媒体的融合走向深化，传媒产业已经成为中国数字经济的重要组成部分。中国经济稳中有进的，中国居民消费的持续增长和文化传媒消费的稳步提升，带动传媒产业持续增长。

从传媒行业细分市场发展状况看，互联网保持良好发展态势，传统媒体继续下行。2017年中国网络广告市场规模超过3800亿元，网络游戏收入首次突破了2000亿元，网络视频市场规模也将近1000亿元，并以30%的速度快速增长，网络广告、网络游戏、网络视频成为拉动传媒产业发展的三大动力。移动互联网则已经超过传统互联网的市场规模，移动广告占网络广告市场规模的比例达到69.2%，甚至超过了传统媒体广告市场总和。

2017年中国网络广告市场规模超过3800亿元，网络游戏收入首次突破了2000亿元，网络视频市场规模也将近1000亿元，并以30%的速度快速增长，网络广告、网络游戏、网络视频成为拉动传媒产业发展的三大动力。移动互联网则已经超过传统互联网的市场规模，移动广告占网络广告市场规模的比例达到69.2%，甚至超过了传统媒体广告市场总和。2017年中国传媒产业细分市场增长情况(单位：%)

从传媒产业内部结构的变化看，传统媒体市场仍持续整体衰落。以2011年为分水岭，新兴媒体的市场份额超过传统媒体开始，传媒市场结构调整的速度越来越快。从2011年广电、平面、互联网、移动互联网“四分天下”，到2013年演变成传统媒体、互联网和移动互联网的“三足鼎立”；2017年则已转向“一超多强”的局面——移动互联网的市场份额接近一半，传统媒体总体规模仅占五分之一，其中报刊图书等平面媒体的市场份额不到6%。2011-2017年中国传媒产业市场结构变化情况

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国传媒市场发展现状与市场需求预测报告》共四章。首先介绍了中国传媒行业市场发展环境、传媒整体运行态势等，接着分析了中国传媒行业市场运行的现状，然后介绍了传媒市场竞争格局。随后，报告对传媒做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国传媒行业发展趋势与投资预测。您若想对传媒产业有个系统的了解或者想投资中国传媒行业，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1章：传媒产业定义及发展环境分析

### 1.1 传媒产业定义

#### 1.1.1 传媒产业定义

#### 1.1.2 传媒产业在国民经济中的地位分析

### 1.2 传媒产业政策环境分析

#### 1.2.1 传媒产业管理体制

##### (1) 主管部门

##### (2) 监管体制

#### 1.2.2 传媒产业主要政策及法律法规

#### 1.2.3 传媒产业体制改革进展分析

##### (1) 报刊体制改革进展

##### (2) 图书出版发行体制改革进展

##### (3) 广播电视体制改革进展

##### (4) 音像出版业体制改革进展

##### (5) 电影体制改革进展

### 1.3 传媒产业经济环境分析

#### 1.3.1 国际宏观经济环境分析

##### (1) 国际宏观环境发展现状

##### (2) 国际宏观经济发展预测

#### 1.3.2 国内宏观经济环境分析

##### (1) 国内宏观经济发展现状

##### (2) 国内宏观经济发展预测

### 1.4 传媒产业社会环境分析

#### 1.4.1 舆论多元化

#### 1.4.2 公民展开新闻运动

#### 1.4.3 传媒市场“碎片化”

#### 1.4.4 社群圈子形成

#### 1.4.5 判据感性化

## 第2章：互联网传媒产业发展现状及趋势分析

### 2.1 互联网发展规模分析

#### 2.1.1 互联网网民规模

- 2.1.2 互联网资源规模
- 2.2 互联网经济发展分析
  - 2.2.1 网络经济规模
  - 2.2.2 网络应用结构
  - 2.2.3 网络经济细分市场发展分析
    - (1) 电子商务市场发展分析
    - (2) 网络广告市场发展分析
    - (3) 网络游戏市场发展分析
- 2.3 互联网传媒产业发展分析
  - 2.3.1 互联网传媒产业基本状况
  - 2.3.2 互联网传媒产业细分市场情况
    - (1) 新闻网站
    - (2) 网络视频
    - (3) 搜索引擎
    - (4) 即时通信
    - (5) 网络社区
    - (6) 微博
    - (7) 邮件列表
    - (8) 数字音乐
- 2.4 互联网传媒产业主要变化分析
  - 2.4.1 国家政策变化
  - 2.4.2 技术和新产业业态变化
  - 2.4.3 融资变化
  - 2.4.4 重大事件
- 2.5 互联网传媒产业发展趋势分析

### 第3章：三网融合对互联网影响分析

- 3.1 三网融合概述
  - 3.1.1 三网融合定义及涉及领域
  - 3.1.2 三网融合包含四要素分析
  - 3.1.3 发展三网融合的积极性
- 3.2 三网融合利益格局分析

- 3.2.1 三网融合产业链利益竞争关系
- 3.2.2 三网融合受益方分析
  - (1) 设备提供商在融合前期受益
  - (2) 有线运营商与内容制作商长远受益
- 3.2.3 三网融合产业链投资机会分析
  - (1) 设备提供商
  - (2) 网络服务商
  - (3) 服务及内容提供商
- 3.3 三网融合对互联网的影响分析
  - 3.3.1 三网融合下互联网的地位
  - 3.3.2 三网融合下互联网的创新发展
- 3.4 2013年以来三网融合进展分析
  - 3.4.1 运营商加大投资力度
  - 3.4.2 三网融合用户数量取得突破
  - 3.4.3 各地区三网融合制定试点与实施方案
- 3.5 三网融合未来展望
  - 3.5.1 三网融合发展障碍分析
    - (1) 体制障碍
    - (2) 监管体制障碍
    - (3) 技术挑战
  - 3.5.2 三网融合发展建议
    - (1) 设立第三方监管机构
    - (2) 完善产业标准与法规
    - (3) 形成合作竞争机制
    - (4) 打造良好的生态系统
  - 3.5.3 三网融合未来展望
    - (1) 长远前景
    - (2) 2019年发展前景

## 第4章：互联网传媒产业投融资现状分析及建议

- 4.1 互联网传媒产业投资特性分析
  - 4.1.1 传媒产业进入壁垒分析

- (1) 规模经济壁垒
- (2) 产品差异化壁垒
- (3) 资源壁垒
- (4) 资金壁垒
- 4.1.2 传媒产业盈利因素分析
  - (1) 决策型人才因素
  - (2) 产业价值链因素
  - (3) 创意因素
- 4.1.3 传媒产业盈利模式分析
  - (1) 广播电视盈利模式
  - (2) 新媒体盈利模式
  - (3) 出版类传媒盈利模式
- 4.2 互联网传媒产业投融资现状分析
  - 4.2.1 互联网传媒产业投融资环境变化
    - (1) 信贷环境变化
    - (2) 金融支持政策
  - 4.2.2 互联网传媒新股投融资概况
  - 4.2.3 互联网传媒上市企业概况
    - (1) 传媒上市企业总市值概况
    - (2) 传媒上市企业运营概况
    - (3) 传媒上市企业盈利概况
  - 4.2.4 互联网传媒企业上市潮解读
- 4.3 传媒产业投资建议
  - 4.3.1 互联网传媒产业投资机会分析
  - 4.3.2 互联网传媒产业投资风险分析
    - (1) 政策管制风险
    - (2) 宏观经济波动风险
    - (3) 关联产业需求变动风险
    - (4) 传媒企业所有制风险
  - 4.3.3 互联网传媒产业投资建议
    - (1) 适当加大广告投入
    - (2) 继续发展影视行业

(3) 争当动漫行业领导者

(4) 加大数字化出版投入

图表目录：

图表：2011-2019年中国传媒产业总产值占GDP比重走势图（单位：亿元，%）

图表：传媒产业主要监管部门及职责

图表：网络视频监管主要机构

图表：2017止中国分类CN域名数（单位：个，%）

图表：2011-2019年中国网站数量变化（单位：万个）

图表：2011-2019年中国网页数量变化（单位：亿个，%）

图表：2011-2019年中国国际出口带宽变化情况（单位：Mbps，%）

图表：2011-2019年中国网络经济市场规模及预测（单位：亿元，%）

图表：2011-2019年各类网络应用使用率（单位：万，%）

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/Q36189QFFG.html>