

# 2021-2027年中国移动媒体 市场发展趋势与行业竞争对手分析报告

## 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

《2021-2027年中国移动媒体市场发展趋势与行业竞争对手分析报告》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.abaogao.com/b/chuanmei/S57750FH7l.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

移动端主要新闻资讯平台类型传统媒体的数字化 传统媒体的数字化  
转型平台 传统互联网门户网站  
的移动化应用 聚合类资讯APP 垂直类资讯APP 媒体融合背景下，为了适  
应新媒体的发展，拥有新  
闻采编资质的传统新闻媒  
体作出应对及转型，推出  
新闻APP，延续其内容的  
专业性与权威性优势，进  
行信息传播。 传统互联网门户网站依托  
其庞大的用户基数与积累  
的品牌优势，进行新闻传  
播，内容丰富、用户广泛、  
互动活跃，满足用户信息  
需求的同时，增强用户黏  
性，扩大品牌辐射力。 本身不产出内容，通过多  
维渠道聚合行业各类信息  
源，利用智能算法，根据  
用户阅读特点和个人偏好  
进行个性化推荐，以此满  
足用户的信息需求。 细分垂直领域的新闻APP，  
专注一个人群多样需求，  
进行纵向延伸，聚焦于专  
业领域及专业化的内容。  
用户粘性更高，易建立起  
用户的信任机制，更易实  
现商业变现。 数据来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国移动媒体市场发展趋势与行业竞争对手分析报告》共四章。首先介绍了移动媒体行业市场发展环境、移动媒体整体运行态势等，接着分析了移动媒体行业市场运行的现状，然后介绍了移动媒体市场竞争格局。随后，报告对移动媒体做了重点企业经营状况分析，最后分析了移动媒体行业发展趋势与投资预测。您若想对

移动媒体产业有个系统的了解或者想投资移动媒体行业，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

## 第二章 移动媒体产业发展现状及趋势分析

2.1 媒体基础资源发展情况

2.1.1 用户规模

2.1.2 移动终端

2.1.3 移动网络建设

2.2 移动媒体产品与服务发展情况

2.2.1 用户使用情况

2.2.2 市场规模情况

2.3 手机媒体发展分析

2.3.1 手机媒体发展概况

(1) 移动通信的发展

(2) 移动增值业务的发展

2.3.2 手机媒体各项业务发展情况

(1) 手机音乐业务

(2) 手机报业务

(3) 手机阅读业务

(4) 手机游戏业务

(5) 手机视频业务

(6) 手机动漫业务

2.3.3 手机媒体发展面临的机遇与挑战

2.4 户外媒体发展分析

2.4.1 户外媒体发展概况

2.4.2 户外媒体市场分析

(1) 公交移动电视

(2) 商业楼宇电视

2.4.3 户外媒体发展趋势

2.5 互联网发展热点解析

2.5.1 3G发展

## 2.5.2 iPad发展

## 2.5.3 应用（Application）发展

## 2.5.4 微博与LBS发展

## 2.5.5 手机游戏与移动支付发展

随着各大支付平台对业务应用场景的不断扩展延伸，和移动支付方式的进化与完善，目前移动支付已经渗透至用户主要生活场景，移动支付交易频次和总体交易规模呈现高速增长态势。另一方面，中国计算机视觉市场规模2020年预计达到780亿元，人脸识别和支付市场的迅猛发展，为刷脸支付的全面普及提供基础。2014-2019H1中国移动支付交易规模及增速趋势

数据来源：公开资料整理

## 第三章 三网融合对移动互联网影响分析

### 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意义

### 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 三网融合对移动互联网的影响分析

#### 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 2019年三网融合进展分析

#### 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

## 第四章 移动传媒产业投融资现状分析及建议 ( )

### 4.1 移动传媒产业投资特性分析

#### 4.1.1 移动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 移动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 移动传媒盈利模式分析

### 4.2 移动传媒产业投融资现状分析

#### 4.2.1 移动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 新股投融资概况

#### 4.2.3 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 企业上市潮解读

### 4.3 移动传媒产业投资建议

#### 4.3.1 移动传媒产业投资机会分析

#### 4.3.2 移动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 移动传媒产业投资建议

(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1：传媒产业基本分类

图表2：2015年-2019年国内生产总值季度累计同比增长率（%）

图表3：2015-2019年工业增加值月度同比增长率（%）

图表4：2015-2019年社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表5：2015-2019年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表6：2015-2019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7：2019年居民消费价格主要数据

图表8：2015-2019年居民消费价格指数（上年同月=100）

图表9：2015-2019年工业品出厂价格指数（上年同月=100）

图表10：2015-2019年货币供应量月度同比增长率（%）

图表11：2015-2019年固定电话、移动电话和电话用户总数各月新增数量比较

图表12：2019年全国电话用户总数构成情况

图表13：2015-2019年同期各月新增移动电话用户数量比较

图表14：2019年中国网民规模和互联网普及率

图表15：2019年新增网民上网使用设备情况



图表16：2019年互联网接入用户增长情况

图表17：2015-2019年互联网拨号、宽带、xDSL用户同比增长趋势比较

图表18：2015-2019年中国互联网基础资源对比

图表19：中国IPv6地址数量

图表20：中国IPv4地址资源变化情况

图表21：2015-2019年中国网民对各类网络应用的使用率

图表22：2019年固定电话与移动电话通话量比较

图表23：2019年固定电话和移动电话通话量累计同比增速比较

图表24：2015-2019年固定电话、移动电话通话量同比增长趋势比较

图表25：2015-2019年移动短信发送量变化趋势

图表26：2015-2019年移动短信累计发送量、增速变化趋势

图表27：2019年三家上市公司移动用户市场份额比较

图表28：2015-2019年三大上市基础电信公司新增移动用户市场份额走势比较

图表29：2019年三家基础电信上市公司移动宽带用户市场份额比较

图表30：2015-2019年中国移动各月新增用户及其中TD用户数量 100

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/S57750FH7I.html>