

2017-2022年中国新媒体市场深度评估及投资战略研究报告

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年中国新媒体市场深度评估及投资战略研究报告》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/S57750KJ4I.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

新媒体（New Media）是一个相对的概念，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。

2015年，中国互联网产业继续蓬勃发展。至2015年末，我国网民规模为6.88亿，同比增长6.1%，互联网渗透率已达50%，网民数量稳居全球第一。互联网发展的主要推动力正逐渐从PC端向手机端转移。根据数据显示，2015年，我国新增手机端网民6303万，总人数达6.2亿。而放弃PC端，仅通过手机等移动端上网的网民人数已达1.27亿，占中国全部互联网用户的18.5%。随着移动互联网功能和应用的不断完备和智能手机的进一步普及，仅使用手机互联网用户占比有望快速攀登。

2011-2015年中国网民数量及互联网渗透率

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国新媒体市场深度评估及投资战略研究报告》共十三章。首先介绍了新媒体产业相关概念及发展环境，接着分析了中国新媒体行业规模及消费需求，然后对中国新媒体行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国新媒体行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国新媒体行业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 新媒体概述 12

第一节 新媒体的概念与内容分类 12

一、新媒体的概念 12

二、新媒体的分类 12

第二节 新媒体的特点和基本要素分析 12

一、新媒体特点 12

- 二、构成要素 13
- 三、主要特征 13
- 四、新媒体的经济学特性分析 13
- 五、新媒体的发展分析 15

第二章 新媒体发展存在的问题研究分析 17

第一节 新媒体的发展优势和隐忧分析 17

一、新媒体的优势分析 17

二、新媒体的隐忧分析 19

第二节 新媒体负面影响分析 20

一、新媒体对人们思想方面的影响 20

二、新媒体对人们学习方面的影响 21

三、新媒体对人们工作方面的影响 21

四、新媒体对人们生活方面的影响 22

五、新媒体对人们交际方面的影响 22

六、新媒体对社会安定方面的影响 23

第三章 2016年新媒体的发展现状与趋势分析 24

第一节 新媒体发展现状研究分析 24

一、网络新媒体发展现状及问题分析 24

二、影视领域中新媒体的发展现状分析 26

三、中国户外新媒体产业发展情况分析 27

第二节 新媒体行业的发展趋势的研究分析 32

一、新媒体发展方向的研究分析 32

二、中国新媒体行业的发展趋势的研究分析 34

三、2016中国新媒体产业发展趋势的研究分析 37

第四章 移动媒体分析 41

第一节 移动媒体的发展模式和现状分析 41

一、电信业发展规模增长情况 41

二、移动媒体的发展现状分析 42

第二节 移动媒体发展面临的问题和解决措施 44

- 一、移动媒体发展面临的问题 44
- 二、移动媒体发展的问题分析及应对方法 46
- 第三节 移动媒体发展的趋势的研究分析 47
 - 一、移动媒体的发展模式分析 47
 - 二、移动媒体发展的趋势分析 49

第五章 中国数字电视分析 50

第一节 数字电视基本概念与特征 50

- 一、数字电视概况分析 50
- 二、数字电视的特征分析 50

第二节 中国数字电视发展现状研究 51

- 一、数字电视的基本现状 51
- 二、数字电视用户规模分析 52
- 三、中国数字电视发展过程中遇到的问题 55

第三节 数字电视的发展趋势分析 56

- 一、数字电视的前景研究 56
- 二、数字电视的技术发展方向分析 57
- 三、数字电视增值业务前景 59
- 四、数字电视的发展与展望分析 59

第六章 手机媒体分析 61

第一节 手机媒体的概念和基本情况分析 61

- 一、手机媒体的概念和特征 61
- 二、手机媒体的发展情况 62
- 三、中国手机媒体形态与内容分析 64

第二节 手机广告概述和分析 65

- 一、手机广告运营模式 65
- 二、手机广告形式 67
- 三、手机广告的特点 68
- 四、手机广告发展前景 70

第三节 手机媒体产业发展情况分析 72

- 一、手机网民规模及结构分析 72

2011-2015年中国手机网民数量及占总网民数量比率

二、手机媒体传播现状及特点分析 78

三、3G技术对手机媒体发展的影响 81

四、手机媒体的移动阅读模式分析 84

五、手机媒体的未来发展趋势分析 86

第四节 手机媒体发展模式及前景 90

一、手机媒体相对互联网的比较优势 90

二、手机媒体盈利模式分析 93

三、3G时代手机媒体会加速发展 94

四、手机媒体化发展前景广阔 95

第七章 网站发展情况和趋势分析 96

第一节 新闻网站 96

一、重点新闻网站发展历程 96

二、2014-2016年中国网络用户规模 105

三、地方新闻网站发展瓶颈 107

四、新闻网站发展方向和趋势 108

第二节 网络视频 109

一、中国网络视频商业模式分析 109

二、2014-2016年中国网络视频市场规模 110

三、2015年我国网络视频用户规模 111

四、2016年视频网站竞争分析 112

五、网络视频行业出现的变化 112

六、中国视频网站行业现状和商业模式分析 113

七、中国视频网站的发展趋势 116

第三节 搜索引擎 119

一、中国搜索引擎发展的历程 119

二、2015年我国搜索引擎市场规模 120

三、搜索引擎行业存在着的法律问题 120

四、搜索引擎营销现状及趋势 123

五、2016年微博发展分析 126

第八章 全球新媒体行业发展分析 129

第一节 世界主要国家新媒体发展态势 129

- 一、主要国家新媒体概念的界定 129
- 二、新媒体在世界主要国家的发展态势 130
- 三、全世界新媒体时代发展趋势 134

第二节 美国新媒体产业发展分析 135

- 一、美国新媒体出版市场发展新趋势 135
- 二、美国新媒体加速：移动装置产业正发展迅速 142
- 三、美国新媒体发展展望 144

第三节 欧洲新媒体产业发展 151

- 一、欧洲新媒体发展的不平衡 151
- 二、欧洲多国拟向谷歌征“新闻税” 151

第九章 新媒体营销分析 153

第一节 新媒体的营销分析 153

- 一、营销行业迎接新媒体时代来临 153
- 二、整合营销下的我国新媒体价值实现 154
- 三、中国新媒体营销势在必行 156
- 四、新媒体实效营销传播趋势 158
- 五、新媒体营销的制胜之道 162

第二节 新媒体时代背景下的Email营销 163

- 一、新媒体时代背景下的网络广告营销 163
- 二、新媒体时代的Email营销研究 164
- 三、Email营销所面临的问题分析 171
- 四、进行有效的Email营销策略分析 173

第十章 新媒体行业竞争分析 177

第一节 新媒体行业竞争分析 177

- 一、新媒体的核心竞争力 177
- 二、三网融合背景下新媒体的竞争策略 180
- 三、三网融合背景下新媒体技术建设策略 182

- 四、中国航空新媒体市场竞争态势分析 183
- 第二节 传统媒体与新媒体的竞争与发展 186
 - 一、新媒体对传统媒体的冲击分析 186
 - 二、危机促进传统媒体向新媒体转变 187
 - 三、新媒体与传统媒体的融合 188
 - 四、新媒体对广播媒体的冲击与影响 190

第十一章 国内领先企业分析 192

第一节 上海东方明珠(集团)股份有限公司 192

- 一、企业基本情况 192
- 二、企业经营情况分析 193
- 三、企业经济指标分析 194
- 四、企业盈利能力分析 195
- 五、企业偿债能力分析 195
- 六、企业运营能力分析 195
- 七、企业成本费用分析 196

第二节 中视传媒股份有限公司 197

- 一、企业基本情况 197
- 二、企业经营情况分析 198
- 三、企业经济指标分析 199
- 四、企业盈利能力分析 199
- 五、企业偿债能力分析 200
- 六、企业运营能力分析 200
- 七、企业成本费用分析 200

第三节 成都博瑞传播股份有限公司 201

- 一、企业基本情况 201
- 二、企业经营情况分析 201
- 三、企业经济指标分析 202
- 四、企业盈利能力分析 203
- 五、企业偿债能力分析 203
- 六、企业运营能力分析 203
- 七、企业成本费用分析 204

第四节 湖南电广传媒股份有限公司 204

- 一、企业基本情况 204
- 二、企业经营情况分析 205
- 三、企业经济指标分析 206
- 四、企业盈利能力分析 206
- 五、企业偿债能力分析 207
- 六、企业运营能力分析 207
- 七、企业成本费用分析 208

第五节 北京歌华有线电视网络股份有限公司 208

- 一、企业基本情况 208
- 二、企业经营情况分析 209
- 三、企业经济指标分析 210
- 四、企业盈利能力分析 210
- 五、企业偿债能力分析 211
- 六、企业运营能力分析 211
- 七、企业成本费用分析 212

第六节 陕西广电网络传媒股份有限公司 212

- 一、企业基本情况 212
- 二、企业经营情况分析 213
- 三、企业经济指标分析 214
- 四、企业盈利能力分析 215
- 五、企业偿债能力分析 215
- 六、企业运营能力分析 216
- 七、企业成本费用分析 216

第七节 百视通新媒体股份有限公司 217

- 一、企业基本情况 217
- 二、企业经营情况分析 217
- 三、企业经济指标分析 219
- 四、企业盈利能力分析 220
- 五、企业偿债能力分析 220
- 六、企业运营能力分析 221
- 七、企业成本费用分析 221

第八节 上海新华传媒股份有限公司 221

- 一、企业基本情况 221
- 二、企业经营情况分析 222
- 三、企业经济指标分析 223
- 四、企业盈利能力分析 224
- 五、企业偿债能力分析 224
- 六、企业运营能力分析 225
- 七、企业成本费用分析 225

第九节 浙报传媒集团股份有限公司 225

- 一、企业基本情况 225
- 二、企业经营情况分析 226
- 三、企业经济指标分析 227
- 四、企业盈利能力分析 227
- 五、企业偿债能力分析 228
- 六、企业运营能力分析 228
- 七、企业成本费用分析 229

第十节 广东广州日报传媒股份有限公司 229

- 一、企业基本情况 229
- 二、企业经营情况分析 230
- 三、企业经济指标分析 231
- 四、企业盈利能力分析 232
- 五、企业偿债能力分析 232
- 六、企业运营能力分析 233
- 七、企业成本费用分析 233

第十一节 时代出版传媒股份有限公司 233

- 一、企业基本情况 233
- 二、企业经营情况分析 234
- 三、企业经济指标分析 235
- 四、企业盈利能力分析 236
- 五、企业偿债能力分析 236
- 六、企业运营能力分析 237
- 七、企业成本费用分析 237

第十二节 华闻传媒投资集团股份有限公司 238

- 一、企业基本情况 238
- 二、企业经营情况分析 238
- 三、企业经济指标分析 240
- 四、企业盈利能力分析 240
- 五、企业偿债能力分析 241
- 六、企业运营能力分析 241
- 七、企业成本费用分析 242

第十三节 中南出版传媒集团股份有限公司 242

- 一、企业基本情况 242
- 二、企业经营情况分析 243
- 三、企业经济指标分析 245
- 四、企业盈利能力分析 246
- 五、企业偿债能力分析 246
- 六、企业运营能力分析 246
- 七、企业成本费用分析 247

第十四节 中信国安信息产业股份有限公司 247

- 一、企业基本情况 247
- 二、企业经营情况分析 248
- 三、企业经济指标分析 249
- 四、企业盈利能力分析 250
- 五、企业偿债能力分析 250
- 六、企业运营能力分析 251
- 七、企业成本费用分析 251

第十二章 2017-2022年新媒体的发展趋势分析 252

第一节 2014-2016年新媒体发展趋势 252

- 一、新媒体产业的发展趋势特点及应对策略之分析 252
- 二、中国新媒体产业发展的现实分析 256

第二节 2017-2022年新媒体行业发展趋势 260

- 一、未来新媒体产业发展趋势 260
- 二、传统媒体与新媒体融合是社会发展趋势 261

第十三章 2017-2022年新媒体的投资分析 263(ZY CW)

第一节 新媒体行业发展前景 263

一、新媒体行业投资分析 263

二、新媒体行业前景分析 266

第二节 新媒体的风险投资策略 267

一、新媒体法规风险分析 267

二、新兴媒体的资本分析 274

三、风险投资的注资意愿 274

四、新媒体的挑战与应对 275

五、新媒体创业投资策略 278

图表目录：

图表 1 新媒体的成本收益分析 13

图表 2 2009-2015年各月电信主营业务收入比较 40

图表 3 2006-2015年中国数字电视用户结构统计 51

图表 4 2015年中国数字电视用户结构比例 52

图表 5 2007-2015年中国有线数字电视用户增长趋势图 52

图表 6 2015年中国主要省区数字电视用户规模及所占比例 52

图表 7 2015年中国主要省区付费电视用户规模及所占比例 53

图表 8 2008-2015年手机上网网民规模变化趋势图 72

图表 9 2007-2015年中国手机网民规模及占总网民的比例情况 73

图表 10 2011-2015年网民性别结构变化趋势图 73

图表 11 2011-2015年网民年龄结构变化趋势图 74

图表 12 2011-2015年网民学历结构变化趋势图 74

图表 13 2015年网民职业结构分布图 75

图表 14 2011-2015年网民个人月收入结构变化趋势图 76

图表 15 2011-2015年网民城乡结构变化趋势图 76

图表 16 2011-2015年中国网民对各类网络应用使用率统计 106

图表 17 网络视频商业模式分析 109

图表 18 2006-2015年中国网络视频广告市场规模分析 110

图表 19 2007-2015年中国网络视频用户规模增长趋势图 110

- 图表 20 2008-2015年中国搜索引擎市场规模增长趋势图 119
- 图表 21 2010-2015年中国微型博客用户规模增长趋势图 126
- 图表22 网络继续统治着受众增长情况 143
- 图表23 2015年度绝大多数的媒体营收情况 146
- 图表 24 航空媒体运营商资源系统构建层次 183
- 图表 25 中国航空媒体运营商实力矩阵 184
- 图表 26 2015年上海东方明珠(集团)股份有限公司分行业情况表 192
- 图表 27 2015年上海东方明珠(集团)股份有限公司业务结构情况 193
- 图表 28 2015年上海东方明珠(集团)股份有限公司分地区情况表 193
- 图表 29 2009-2015年上海东方明珠(集团)股份有限公司收入与利润统计 193
- 图表 30 2009-2015年上海东方明珠(集团)股份有限公司资产与负债统计 193

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/S57750KJ4I.html>