2018-2024年中国新媒体市场深度调查及未来前景预测报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国新媒体市场深度调查及未来前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：https://www.chyxx.com/research/201711/580016.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联 系 人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

随着通讯技术的发展和大数据的兴起以及新颖的文化消费终端出现，以移动媒体（包括手机电视、手机广播、手机报、手机短信、手机游戏、移动电视等）和网络媒体（包括网络游戏、网络广告、网络视频、博客、各种下载业务等）为代表的新媒体在我国呈现蓬勃发展态势。随着新消费习惯的出现，人们对传统媒介产品和内容的关注度下降，与此同时，多渠道、炫产品的新媒体消费形式日趋流行，占据着越来越多的流量，冲击着传统媒体的垄断渠道优势。未来成长速度依然值得期待。

2007-2015年新媒体行业赢利性分析（145家上市企业）

2007-2015年新媒体行业赢利性分析（145家上市企业） - 总资产增长率 营业收入营业利润增长率 利润总额增长率 平均数 66.85% 53.98% 90.43% 67.34% 销售毛利率 销售净利润 总资产净利润率 总资产报酬率 平均数 64.33% 18.23% 14.48% 9.29%

资料来源：公开资料、智研咨询整理

新媒体企业无论在营业收入增长率和总资产年平均增长率上，都超过50%，行业规模发展速度惊人。新媒体行业的盈利空间都很大，年均毛利率也超过50%，

2012-2015年中国新媒体行业成长速度分析

资料来源：公开资料、智研咨询整理

智研咨询发布的《2018-2024年中国新媒体市场深度调查及未来前景预测报告》共十三章。首先介绍了中国新媒体行业市场发展环境、新媒体整体运行态势等，接着分析了中国新媒体行业市场运行的现状，然后介绍了新媒体市场竞争格局。随后，报告对新媒体做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国新媒体行业发展趋势与投资预测。您若想对新媒体产业有个系统的了解或者想投资中国新媒体行业，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 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、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
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、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、中国网络视频市场规模 110
2016-2019年中国网络视频付费市场收入规模预测
资料来源：公开资料，智研咨询整理
三、我国网络视频用户规模 111
2012-2016年中国网络视频用户规模及使用率走势
资料来源：公开资料，智研咨询整理
四、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、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、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 2018-2024年新媒体的发展趋势分析 252
第一节 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 2018-2024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 2018-2024年新媒体的投资分析 263 （ZY GXH）
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 （ZY GXH）

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201711/580016.html