

# 2021-2027年中国新媒体行业市场运营格局及投资 风险评估报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国新媒体行业市场运营格局及投资风险评估报告》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/202011/907731.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

新媒体广告刊例花费逐年提升，影院广告、互联网广告、商务楼宇广告2020年来增速均在20%以上。传统媒体除电台受益汽车保有量上升、汽车电台收听改善外均出现下滑，其中报纸、杂志等纸媒下滑幅度最大，电视广告近两年亦有缓慢下滑，部分份额向在线视频转移。

智研咨询发布的《2021-2027年中国新媒体行业市场运营格局及投资风险评估报告》共十六章。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 2016-2020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 全球新媒体所属行业发展概述

### 4.1 2016-2020年全球新媒体所属行业发展情况概述

#### 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 2016-2020年全球主要地区新媒体所属行业发展状况

#### 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 2021-2027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 中国新媒体所属行业发展概述

### 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 2016-2020年中国新媒体所属行业发展分析

#### 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 5G产业对新媒体行业发展影响分析

### 5.4.1 5G国际发展现状

### 5.4.2 5G中国发展现状

### 5.4.3 5G新媒体管理

### 5.4.4 5G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 2016-2020年网络新媒体所属行业分析

### 6.1 2016-2020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 2016-2020年网络新媒体所属行业分析

#### 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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020年中国IPTV区域发展分析

## 7.6 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020年手机媒体行业分析

### 9.1 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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 2021-2027年中国新媒体行业发展趋势与前景分析

14.1 2021-2027年中国新媒体市场发展前景

14.1.1 2021-2027年新媒体市场发展潜力

14.1.2 2021-2027年新媒体市场发展前景展望

14.1.3 2021-2027年新媒体细分行业发展前景分析

14.2 2021-2027年中国新媒体市场发展趋势预测

14.2.1 2021-2027年新媒体行业发展趋势

14.2.2 2021-2027年新媒体市场规模预测

14.2.3 2021-2027年新媒体行业应用趋势预测

14.2.4 2021-2027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 2021-2027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 2016-2020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 LZQ）
    - 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
- 部分图表目录：
- 图表：媒体成本收益曲线图对比
  - 图表：截至2020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：2016-2020年三网融合政策一览
  - 图表：2020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：2016-2020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：2016-2020年中国在线视频行业收入构成
  - 图表：2016-2020年中国网络广告市场规模及其增速
  - 图表：2016-2020年不同形式网络广告市场份额
  - 图表：2020年综合搜索引擎品牌渗透率
  - 图表：2016-2020年中国搜索引擎行业广告市场规模
  - 图表：2016-2020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：2016-2020年公交地铁移动电视广告市场规模及其占比
  - 图表：2020年户外电子广告屏广告细分市场份额
  - 图表：2020年城市人群出行选择交通工具的比例
  - 图表：2020年各媒体的受众接触度
  - 图表：2016-2020年中国手机网民规模及其占网民比例
  - 图表：2020年中国智能手机厂家销售占比
  - 图表：三种不同形式新闻报纸的特点比较
  - 图表：2016-2020年新媒体行业市场规模分析
  - 图表：2021-2027年新媒体行业市场规模预测
  - 图表：2021-2027年中国新媒体市场前景预测
  - 图表：2021-2027年中国新媒体市场价格走势预测
  - 图表：2021-2027年中国新媒体发展前景预测
  - 图表：投资建议
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202011/907731.html>