

2021年中国传媒行业分析报告- 行业规模现状与发展潜力评估

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国传媒行业分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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：<http://baogao.chinabaogao.com/wanluomeiti/530683530683.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

监管趋严，游戏审核、版权管理规范化。在 2020 年 7 月举办的中国国际数字娱乐产业大会（CDEC）中，中宣部出版局副局长冯士新提出要“严格遵规守矩”，“着力加强精品生产”，对涉及套取版号、扒皮套皮、非法运营、擅自更改上线内容等问题要进行严肃处理。今年 2 月，苹果公司首次表示在中国区 AppStore 上线的游戏均需获得版号，不符合要求的游戏将从 8 月 1 日开始下架，从 2021 年开始禁止无版号游戏在中国区 AppStore 上架。截至 12 月 31 日，AppStore 已经下架了近 14 万款游戏，其中 99% 的付费游戏未获得版号。版权方面，8 月中国版权协会网络游戏版权工作委员会在京成立，修改后的新《中华人民共和国著作权法》也将于 2021 年 6 月 1 日起施行，为游戏行业的版权授权、使用、保护等工作提供指引，游戏行业监管、审核及版权管理工作日趋规范。

保护未成年人，防沉迷工作全面推进。2020 年 12 月，在中国游戏产业年会上，《网络游戏适龄提示》团体标准正式发布，适龄提示的标识符以三个不同的年龄为标准，分别为绿色的 8+、蓝色的 12+、黄色的 16+ 这三个不同的年龄段标志符。另外，标准还明确了标识符的具体使用场景，适龄提示标识必须安放在游戏产品界面的显著位置，以突出标识在游戏产品中的能见度和可视性。我们认为游戏年龄分级落地将有利于推进国内网络游戏的防沉迷工作，在保证行业创造力的前提下，推动行业健康发展。

游戏版号总量控制，但已趋于稳定。2017 年，国内有 9368 款游戏获得了版号，到 2019 年，仅有 1570 款游戏过审（包括进口游戏 185 款）。2020 年，共有 1324 款游戏过审（包括进口游戏 97 款）；从版号发放的频率来看，2019 年版号发放时间和数量不稳定，主要集中在年初和年末，而 2020 年则基本维持在每月 1-3 批，每批约 50-60 款，整体发放节奏趋于稳定，预计 2021 年版号将继续保持在约 1200-1300 款左右的数量上。

2014-2020 年国内游戏版号下发数量（款） 数据来源：广电总局、观研天下数据中心整理

5G 网络建设进度加快，云游戏市场高速增长。5G 网络作为国内数字经济的核心增长引擎以及产业数字化转型的重要设施，从 2017 年政府工作报告首次提到“5G”，再到 2019 年 5G 应用从移动互联网走向工业互联网，进入商用元年，国家政策对 5G 的重视度不断上升。根据信通院数据，截止 12 月 15 日，中国已建成全球最大 5G 网络，5G 基站建设数量达 71.8 万个，占全球比重近 7 成，连接超过 1.8 亿个终端。随着 5G 网络逐渐普及，通信成本下降，云游戏市场也将保持稳定高速增长。

2019-2020 年中国 5G 基站数量 数据来源：工信部、观研天下数据中心整理

2019-2022 年中国云游戏市场规模 数据来源：伽马数据、观研天下数据中心整理

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国传媒行业分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国传媒行业发展概述

第一节 传媒行业发展情况概述

- 一、传媒行业相关定义
- 二、传媒行业基本情况介绍
- 三、传媒行业发展特点分析
- 四、传媒行业经营模式
 - 一、生产模式
 - 二、采购模式
 - 三、销售模式
- 五、传媒行业需求主体分析

第二节 中国传媒行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、传媒行业产业链条分析

三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国传媒行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国传媒行业生命周期分析

一、传媒行业生命周期理论概述

二、传媒行业所属的生命周期分析

第四节 传媒行业经济指标分析

一、传媒行业的赢利性分析

二、传媒行业的经济周期分析

三、传媒行业附加值的提升空间分析

第五节 中国传媒行业进入壁垒分析

一、传媒行业资金壁垒分析

二、传媒行业技术壁垒分析

三、传媒行业人才壁垒分析

四、传媒行业品牌壁垒分析

五、传媒行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球传媒行业市场发展现状分析

第一节 全球传媒行业发展历程回顾

第二节 全球传媒行业市场区域分布情况

第三节 亚洲传媒行业地区市场分析

一、亚洲传媒行业市场现状分析

二、亚洲传媒行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲传媒行业市场前景分析

第四节 北美传媒行业地区市场分析

一、北美传媒行业市场现状分析

二、北美传媒行业市场规模与市场需求分析

三、北美传媒行业市场前景分析

第五节 欧盟传媒行业地区市场分析

- 一、欧盟传媒行业市场现状分析
- 二、欧盟传媒行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟传媒行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界传媒行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球传媒行业市场规模预测

第三章 中国传媒产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品传媒总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国传媒行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国传媒产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国传媒行业运行情况

第一节 中国传媒行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析

行业技术发展现状

行业技术专利情况

技术发展趋势分析

- 三、行业发展特点分析

第二节 中国传媒行业市场规模分析

第三节 中国传媒行业供应情况分析

第四节 中国传媒行业需求情况分析

第五节、我国传媒行业进出口形势分析

进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国传媒行业细分市场分析（2015-2019年）

1、游戏

（1）版号审批数量控制，关注高品质、长运营产品及龙头企业

（2）国产移动游戏竞争力不断加强，关注游戏出海机会

（3）5G 进程加快，云游戏加速落地

（4）2020 疫情项目推迟，2021 年产品大年实现业绩

2、影视

（1）疫情冲击下，国庆档提振行业信心

（2）院线：疫情加速存量清理，行业集中度继续提升

（3）2021 年电影龙头储备丰富，关注低基数下业绩催化

3、在线阅读

（1）数字阅读渗透率提升，用户规模持续增长

（2）免费阅读兴起，关注广告变现趋势

（3）网文 IP 盈利多维度发展，关注版权 IP 运营收入

第七节 中国传媒行业供需平衡分析

第八节 中国传媒行业发展趋势分析

第五章 中国传媒所属行业运行数据监测

第一节 中国传媒所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国传媒所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国传媒所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国传媒市场格局分析

第一节 中国传媒行业竞争现状分析

- 一、中国传媒行业竞争情况分析
- 二、中国传媒行业主要品牌分析

第二节 中国传媒行业集中度分析

- 一、中国传媒行业市场集中度分析
- 二、中国传媒行业企业集中度分析

第三节 中国传媒行业存在的问题

第四节 中国传媒行业解决问题的策略分析

第五节 中国传媒行业竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国传媒行业需求特点与动态分析

第一节 中国传媒行业消费市场动态情况

第二节 中国传媒行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 传媒行业成本分析

第四节 传媒行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国传媒行业价格现状分析

第六节 中国传媒行业平均价格走势预测

- 一、中国传媒行业价格影响因素
- 二、中国传媒行业平均价格走势预测
- 三、中国传媒行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国传媒行业区域市场现状分析

第一节 中国传媒行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区传媒市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区传媒市场规模分析
- 四、华东地区传媒市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区传媒市场规模分析
- 四、华中地区传媒市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区传媒市场规模分析
- 四、华南地区传媒市场规模预测

第九章 2017-2020年中国传媒行业竞争情况

第一节 中国传媒行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国传媒行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国传媒行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第四节 中国传媒行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 传媒行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 完美世界

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 三七互娱

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 吉比特

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 光线传媒

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 万达电影

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国传媒行业发展前景分析与预测

第一节 中国传媒行业未来发展前景分析

一、传媒行业国内投资环境分析

二、中国传媒行业市场机会分析

三、中国传媒行业投资增速预测

第二节 中国传媒行业未来发展趋势预测

第三节 中国传媒行业市场发展预测

一、中国传媒行业市场规模预测

二、中国传媒行业市场规模增速预测

三、中国传媒行业产值规模预测

四、中国传媒行业产值增速预测

五、中国传媒行业供需情况预测

第四节 中国传媒行业盈利走势预测

一、中国传媒行业毛利润同比增速预测

二、中国传媒行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国传媒行业投资风险与营销分析

第一节 传媒行业投资风险分析

一、传媒行业政策风险分析

二、传媒行业技术风险分析

三、传媒行业竞争风险分析

四、传媒行业其他风险分析

第二节 传媒行业应对策略

一、树立市场经济意识

二、推广资本运营，鼓励业外资本进入

三、创新人才培养模式

第十三章 2021-2026年中国传媒行业发展战略及规划建议

第一节 中国传媒行业品牌战略分析

一、传媒企业品牌的重要性

二、传媒企业实施品牌战略的意义

三、传媒企业品牌的现状分析

四、传媒企业的品牌战略

五、传媒品牌战略管理的策略

第二节 中国传媒行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国传媒行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 传媒行业竞争力提升策略

一、传媒行业产品差异性策略

二、传媒行业个性化服务策略

三、传媒行业的促销宣传策略

四、传媒行业信息智能化策略

五、传媒行业品牌化建设策略

六、传媒行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国传媒行业发展策略及投资建议

第一节 中国传媒行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国传媒行业定价策略分析

第三节 中国传媒行业营销渠道策略

一、传媒行业渠道选择策略

二、传媒行业营销策略

第四节 中国传媒行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国传媒行业重点投资区域分析

二、中国传媒行业重点投资产品分析

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wangluomeiti/530683530683.html>