

# 2021年中国新型主流媒体行业分析报告- 市场运营现状与发展动向预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国新型主流媒体行业分析报告-市场运营现状与发展动向预测》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/531072531072.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

自2014年深改委通过《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》以来，媒体融合上升至国家战略层面，推动了传统媒体与新媒体间形态阻隔的打破。六年间，提升主流媒体传播力、公信力、影响力，坚持技术支持、内容建设为根本是不变基调。同时，随着新闻传播大趋势的发展，政府对于移动端建设、科技支撑、管理体系机制改革的强调力度不断加大，并随着2019年新型主流媒体概念正式登场，对于主流媒体的大众传播提出了掌握主动权、主导权的更高要求。

2014-2020国家媒体融合相关主要政策梳理 资料来源：公开资料整理

自2019年1月，习近平总书记在中共中央政治局第十二次集体学习讲话中强调建成新型主流媒体重要性，围绕这一名词的概念、内涵及实现路径，逐渐引发了各界愈来愈多的思考与探寻。艾瑞结合对政策及相关专家意见的梳理与学习认为，当今时代下的新型主流媒体应基于党媒的背景资质，并同时满足高质量内容生产及传播渠道与用户掌控力，积极布局移动端建设与运营，以有效摆脱过去于互联网新闻传播中受限于内容提供者角色的情境，依靠技术支撑与体系改革，力行一体化发展，形成应有的社会影响力与市场效益。

新型主流媒体主要特征 资料来源：公开资料整理

移动互联网全面渗透深化时代，初期的流量红利已逐渐消散，产品间已经转向进一步的服务质量、产品体验、运营效率间的比拼，以抓住并固化用户，形成影响力，提升变现能力。而进入到互联网的主流媒体，尤其是在当前大环境下，其输出的产品形态亦为一款互联网内容产品，因此，其综合能力的体现，亦在自身的内容、技术、运营、商业化方面。同时，新型主流媒体在作为一款互联网内容产品之上，党媒的属性使其相较其他互联网原生平台，肩负着扩声权威发布、塑造意识形态、服务社会等职责；新型主流媒体的产生亦是基于在作为当前新闻资讯传播渠道的互联网弘扬这一使命的意识。因此，社会综合影响力亦为本报告的衡量新型主流媒体发展的核心方面之一。

新型主流媒体核心能力发展评价模型 资料来源：公开资料整理

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年中国新型主流媒体行业分析报告-市场运营现状与发展动向预测》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年中国新型主流媒体行业发展概述

#### 第一节 新型主流媒体行业发展情况概述

##### 一、新型主流媒体行业相关定义

- 1、党媒属性
- 2、专业内容生产力
- 3、传播渠道掌控力

##### 二、新型主流媒体行业基本情况介绍

- 1、互联网为当下新闻资讯核心传播渠道
- 2、APP是新闻资讯互联网传播的核心端口
- 3、民众对主流媒体权威发布需求度提升
- 4、媒体融合提升至国家战略已六年

##### 三、新型主流媒体行业发展特点分析

##### 四、新型主流媒体发展综合评价体系

- 1、内容生产传播能力
- 2、产品技术研发能力
- 3、社会影响力
- 4、经营能力
- 5、商业化能力

#### 第二节 中国新型主流媒体行业上下游产业链分析

##### 一、产业链模型原理介绍

## 二、新型主流媒体行业产业链条分析

### 四、中国新型主流媒体行业产业链环节分析

#### 1、上游产业

#### 2、下游产业

### 第三节 中国新型主流媒体行业生命周期分析

#### 一、新型主流媒体行业生命周期理论概述

#### 二、新型主流媒体行业所属的生命周期分析

### 第四节 新型主流媒体行业经济指标分析

#### 一、新型主流媒体行业的赢利性分析

#### 二、新型主流媒体行业的经济周期分析

#### 三、新型主流媒体行业附加值的提升空间分析

### 第五节 中国新型主流媒体行业进入壁垒分析

#### 一、新型主流媒体行业资金壁垒分析

#### 二、新型主流媒体行业技术壁垒分析

#### 三、新型主流媒体行业人才壁垒分析

#### 四、新型主流媒体行业品牌壁垒分析

#### 五、新型主流媒体行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2020年全球新型主流媒体行业市场发展现状分析

### 第一节 全球新型主流媒体行业发展历程回顾

### 第二节 全球新型主流媒体行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲新型主流媒体行业地区市场分析

#### 一、亚洲新型主流媒体行业市场现状分析

#### 二、亚洲新型主流媒体行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲新型主流媒体行业市场前景分析

### 第四节 北美新型主流媒体行业地区市场分析

#### 一、北美新型主流媒体行业市场现状分析

#### 二、北美新型主流媒体行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美新型主流媒体行业市场前景分析

### 第五节 欧盟新型主流媒体行业地区市场分析

#### 一、欧盟新型主流媒体行业市场现状分析

#### 二、欧盟新型主流媒体行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧盟新型主流媒体行业市场前景分析

### 第六节 2021-2026年世界新型主流媒体行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026年全球新型主流媒体行业市场规模预测

### 第三章 中国新型主流媒体产业发展环境分析

#### 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、全社会消费品新型主流媒体总额
- 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 中国新型主流媒体行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

#### 第三节 中国新型主流媒体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 中国新型主流媒体行业运行情况

#### 第一节 中国新型主流媒体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
- 三、行业发展特点分析

#### 第二节 中国新型主流媒体行业市场规模分析

#### 第三节 中国新型主流媒体行业供应情况分析

#### 第四节 中国新型主流媒体行业需求情况分析

#### 第五节 中国新型主流媒体行业发展路径分析

- 1、加强深度融合，提升互联网思维
- 2、拓宽报道范围，深耕内容优势
- 3、注重与时俱进，创新报道形式
- 4、传播语态变革，实现与民互动

### 第五章 中国新型主流媒体所属行业运行数据监测

## 第一节 中国新型主流媒体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 中国新型主流媒体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 中国新型主流媒体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年中国新型主流媒体市场格局分析

### 第一节 中国新型主流媒体行业竞争现状分析

#### 一、中国新型主流媒体行业竞争情况分析

#### 二、中国新型主流媒体行业主要品牌分析

### 第二节 中国新型主流媒体行业集中度分析

#### 一、中国新型主流媒体行业市场集中度分析

#### 二、中国新型主流媒体行业企业集中度分析

### 第三节 中国新型主流媒体行业存在的问题

### 第四节 中国新型主流媒体行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国新型主流媒体行业竞争力分析

#### 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年中国新型主流媒体行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国新型主流媒体行业消费市场动态情况

### 第二节 中国新型主流媒体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 新型主流媒体行业成本分析

第四节 新型主流媒体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 中国新型主流媒体行业价格现状分析

第六节 中国新型主流媒体行业平均价格走势预测

一、中国新型主流媒体行业价格影响因素

二、中国新型主流媒体行业平均价格走势预测

三、中国新型主流媒体行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国新型主流媒体行业区域市场现状分析

第一节 中国新型主流媒体行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区新型主流媒体市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区新型主流媒体市场规模分析

四、华东地区新型主流媒体市场规模预测

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、华中地区新型主流媒体市场规模分析

四、华中地区新型主流媒体市场规模预测

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、华南地区新型主流媒体市场规模分析

四、华南地区新型主流媒体市场规模预测

第九章 2017-2020年中国新型主流媒体行业竞争情况

第一节 中国新型主流媒体行业竞争结构分析（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 中国新型主流媒体行业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 中国新型主流媒体行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第四节 中国新型主流媒体行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 新型主流媒体行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 人民日报社

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 浙报集团

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 福建日报

##### 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 企业4

##### 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 企业5

##### 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年中国新型主流媒体行业发展前景分析与预测

#### 第一节 中国新型主流媒体行业未来发展前景分析

##### 一、新型主流媒体行业国内投资环境分析

##### 二、中国新型主流媒体行业市场机会分析

##### 三、中国新型主流媒体行业投资增速预测

#### 第二节 中国新型主流媒体行业未来发展趋势预测

#### 第三节 中国新型主流媒体行业市场发展预测

##### 一、中国新型主流媒体行业市场规模预测

##### 二、中国新型主流媒体行业市场规模增速预测

#### 第四节 中国新型主流媒体行业盈利走势预测

##### 一、中国新型主流媒体行业毛利润同比增速预测

##### 二、中国新型主流媒体行业利润总额同比增速预测

### 第十二章 2021-2026年中国新型主流媒体行业投资风险与营销分析

#### 第一节 新型主流媒体行业投资风险分析

##### 一、新型主流媒体行业政策风险分析

##### 二、新型主流媒体行业技术风险分析

##### 三、新型主流媒体行业竞争风险分析

##### 四、新型主流媒体行业其他风险分析

#### 第二节 新型主流媒体行业应对策略

##### 一、把握国家投资的契机

##### 二、竞争性战略联盟的实施

##### 三、企业自身应对策略

### 第十三章 2021-2026年中国新型主流媒体行业发展战略及规划建议

#### 第一节 中国新型主流媒体行业品牌战略分析

##### 一、新型主流媒体企业品牌的重要性

##### 二、新型主流媒体企业实施品牌战略的意义

##### 三、新型主流媒体企业品牌的现状分析

##### 四、新型主流媒体企业的品牌战略

##### 五、新型主流媒体品牌战略管理的策略

#### 第二节 中国新型主流媒体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 中国新型主流媒体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 新型主流媒体行业竞争力提升策略

一、新型主流媒体行业产品差异性策略

二、新型主流媒体行业个性化服务策略

三、新型主流媒体行业的促销宣传策略

四、新型主流媒体行业信息智能化策略

五、新型主流媒体行业品牌化建设策略

六、新型主流媒体行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国新型主流媒体行业发展策略及投资建议

第一节 中国新型主流媒体行业产品策略分析

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 中国新型主流媒体行业定价策略分析

第三节 中国新型主流媒体行业营销渠道策略

一、新型主流媒体行业渠道选择策略

二、新型主流媒体行业营销策略

第四节 中国新型主流媒体行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国新型主流媒体行业重点投资区域分析

二、中国新型主流媒体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/531072531072.html>