

2020年中国新媒体市场分析报告- 行业深度分析与投资战略研究

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《2020年中国新媒体市场分析报告-行业深度分析与投资战略研究》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/guanggaochuanmei/472053472053.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

【报告大纲】

第一章 新媒体相关概述

第一节 新媒体的概念及特性

- 一、新媒体的定义
- 二、新媒体的特点
- 三、新媒体的经济学特性

第二节 新媒体发展模式分析

- 一、新媒体的内涵及传播特征
- 二、新媒体发展条件
- 三、新媒体内容
- 四、运营与赢利模式
- 五、目标群体分析

第三节 新媒体传播的特点及对营销传播的影响

- 一、新媒体的传播特点分析
- 二、新媒体传播对营销传播的影响

第四节 新媒体行业在整体宏观产业结构中的地位

- 一、制造业与服务业并行
- 二、随着经济发展，服务业所占比重将会增加，特别是一线城市
- 三、新媒体是一种新型的内容服务业，在一线二线城市的发展尤为突出

第二章 2017-2020年中国新媒体行业市场发展环境分析

第一节 2017-2020年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节 2017-2020年中国新媒体行业政策环境分析

- 一、中国传媒业知识产权政策
- 二、文化传媒业对外开放政策
- 三、互联网视听节目许可制度施行

- 四、《信息网络传播视听节目许可证》推动市场洗牌
- 五、《电子出版物出版管理规定》正式实施
- 六、《中央补助地方文化体育与传媒事业发展专项资金管理暂行办法》
- 七、2020年文化产业振兴规划
- 八、2017-2020年九部门发布金融支持文化产业振兴发展指导意见
- 九、2017-2020年国家广电总局加强互联网视听节目发展和管理
- 十、2017-2020年“十二五”国家重点音像电子出版方向确定

第三节 2017-2020年中国新媒体行业社会环境分析

- 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

第三章 2017-2020年中国新媒体行业发展现状综述

第一节 2017-2020年新媒体行业发展概况

- 一、中国新媒体产业发展情况
- 二、中国新媒体发展前景广阔
- 三、新媒体传播研究热点述评
- 四、中国新媒体广告增长远超传统媒体

第二节 2017-2020年中国新媒体产业受众及需求分析

- 一、用户的需求与使用特点发生改变
- 二、针对需求变化提供新媒体产品
- 三、需求演变带来媒体角色的新变化

第三节 2017-2020年中国新媒体动漫产业发展分析

- 一、网络动漫发展分析
- 二、手机动漫成引擎

第四章 2017-2020年中国移动媒体行业发展基本概述

第一节 2017-2020年移动媒体行业发展分析

- 一、移动新媒体的发展概况
- 二、移动新媒体发展的误区
- 三、移动新媒体的发展趋势
- 四、移动新媒体的商业模式创新

第二节 2017-2020年移动媒体市场分析

- 一、移动多媒体应用产业发展分析

二、移动媒体发展存在的难题

第三节 2017-2020年移动媒体行业投资前景分析

一、移动终端的新媒体投资机遇分析

二、移动多媒体的投资机遇分析

三、移动媒体发展的趋势

第五章 2017-2020年中国移动电视媒体发展分析

第一节 2017-2020年移动电视行业发展总体分析

一、2020年移动电视行业发展总体分析

二、移动电视开通城市数量增长迅速

三、中国移动电视市场格局分析

四、2017-2020年移动电视技术步入纳米时代

第二节 2017-2020年中国移动电视营运分析

一、数字移动电视运营模式分析

二、移动电视的盈利模式分析

三、数字移动电视产业化运营的战略分析

第三节 车载电视发展分析

一、车载电视成投资新宠

二、车载移动电视市场发展现状

三、2020年中国公交移动电视发展分析

四、2021-2026年中国车载电视市场销量预测

第四节 移动电视发展预测

一、2021-2026年移动电视市场发展预测

二、2021-2026年全国移动电视市场规模预测

三、2021-2026年全球移动电视市场消费预测

第六章 2017-2020年中国手机媒体及其业务发展分析

第一节 手机媒体市场发展分析

一、手机媒体的形态与内容分析

二、手机媒体的用户与需求分析

三、手机媒体的经营与发展分析

四、手机媒体发展趋势

1、平台开放程度增强

2、传播速度明显加快

3、内容形态进化

4、盈利模式进化

第二节 2020年手机电视发展分析

- 一、中国手机电视市场初具规模
- 二、2020年中国手机电视终端市场迅速扩张
- 三、2020年中国免费手机电视成定制热点
- 四、2017-2020年中国手机电视突破垄断进军国外市场
- 五、2017-2020年中国移动手机电视业务4G正式商用
- 六、2021-2026年中国手机电视市场规模预测
- 七、2021-2026年我国手机电视市场发展趋势透析
- 八、2021-2026年4G手机电视用户预测

第三节 2020年手机游戏发展分析

- 一、2020年中国手机游戏行业现状
- 二、2020年度手机游戏市场规模分析
- 三、2020年中国手机游戏用户规模
- 四、2020年手机游戏产业经济营收情况分析
- 五、2020年手机游戏的营销模式机遇
- 六、2020年手机网络游戏迎来机遇期
- 七、2021-2026年中国手机游戏市场预测
- 八、2021-2026年中国手机游戏复合增长率预测

第四节 2020年手机短信发展分析

- 一、2020年中国手机短信发送量
- 二、2020年运营商将出台短信“限发令”
- 三、2021-2026年全球短信业务收入预测

第五节 2020年手机广告发展分析

- 一、中国手机广告市场渐趋火热
- 二、5G时代中国手机广告发展形势
- 三、手机广告市场前景看好
- 四、手机广告市场发展路径特点分析
- 五、我国手机广告发展存在的问题及对策

第七章 2017-2020年中国IPTV产业发展动态分析

第一节 IPTV的发展现状及影响因素

- 一、IPTV简介
- 二、IPTV全球发展现状及趋势
- 三、IPTV的优势和发展方向

第二节 2020年IPTV市场发展现状

- 一、2020年中国IPTV市场发展现状
- 二、2020年我国IPTV市场发展态势
- 三、2017-2020年IPTV的竞合之年
- 四、2017-2020年IPTV业务与产业链分析
- 五、2017-2020年IPTV提速产业发展 商业瓶颈待破题

第三节 IPTV发展趋势分析

- 一、IPTV标准制定趋势分析
- 二、2021-2026年三网融合背景下的IPTV发展展望
- 三、2021-2026年IPTV用户量将翻倍增长
- 四、2020年全球IPTV用户分析
- 五、2020年全球IPTV利润将达2500亿美元

第四节 IPTV目标市场的调整与构建

- 一、2020年用户数有望过千万
- 二、IPTV承载多重使命
- 三、业务发展用户体验至上

第五节 中国IPTV市场运营商、系统厂商竞争格局

- 一、运营商竞争格局分析
- 二、设备商之间的竞争
- 三、内容提供商之间的竞争

第八章 2017-2020年中国其它网络媒体及其业务发展分析

第一节 2020年中国互联网发展分析

- 一、互联网成为推动我国经济发展的重要引擎
- 二、2020年中国互联网事业发展大事记
- 三、2020年互联网消费分析
- 四、2020年中国互联网用户规模
- 五、中国互联网将呈现三大趋势
- 六、移动互联网前景看好的业务分析

第二节 2017-2020年网络视频发展分析

- 一、2020年中国网络视频行业发展概述
- 二、2020年一季度我国网络视频市场收入状况
- 三、2020年二季度我国网络视频行业发展特点分析
- 四、2020年三季度我国网络视频行业发展特点分析
- 五、2020年四季度我国网络视频行业发展特点分析

六、2020年我国网络视频行业发展总结

七、2020年网络视频用户分析

- (一) 网络视频用户特征分析
- (二) 网络视频用户上网特征概述
- (三) 用户的使用行为分析
- (四) 网络视频的分享与上传
- (五) 网络视频用户观看电视的相关分析

八、2017-2020年我国网络视频市场收入状况

九、2021-2026年网络视频领域发展趋势展望

第三节 2017-2020年网络博客发展分析

- 一、中国博客规模发展情况
- 二、2017-2020年中国博客市场调查分析
- 三、简述微博客的新媒体特征
- 四、博客应用与调查性报道的生产变革
- 五、博客发展趋势分析

第四节 2020年网络游戏发展分析

- 一、2020年中国网络游戏市场综述
- 二、2020年中国网游市场解读
- 三、2020年中国网络游戏销售情况
- 四、2020年中国网络游戏年度数据分析
- 五、2020年中国网络游戏市场规模
- 六、2020年中国网络游戏行业盘点
- 七、2020年中国网络游戏出口市场分析
- 八、2017-2020年中国游戏海外并购运作情况
- 九、2017-2020年中国游戏市场五大变革
- 十、2021-2026年中国网络游戏市场规模增长预测

第五节 2020年网络广告发展分析

- 一、2020年中国网络广告规模分析
- 二、2017-2020年中国网络广告规模分析
- 三、2021-2026年网络广告十大发展趋势预测
- 四、中国网络广告市场发展趋势

第六节 2017-2020年网络出版发展分析

- 一、网络出版的特点及其对传统出版业的挑战
- 二、2017-2020年我国数字出版发展态势分析
- 三、2017-2020年新闻出版总署加强网络出版管理营造健康文化氛围

第九章 2017-2020年中国新媒体行业竞争格局分析

第一节 传统媒体与新媒体的竞争与发展

- 一、新媒体与传统媒体竞争分析
- 二、传统媒体与新兴媒体的竞争格局
- 三、中国新媒体与传统媒体竞争发展

第二节 2017-2020年中国新媒体竞争现状分析

- 一、国内新媒体竞争进入2.0时代
- 二、新媒体同质化竞争加速行业洗牌
- 三、2017-2020年出版传媒集团加速“进攻”新媒体
- 四、外资角逐我国新媒体市场

第三节 2017-2020年中国新媒体竞争策略分析

- 一、三网融合背景下新媒体的竞争策略
- 二、提高新媒体核心竞争力策略

第十章 中国新媒体行业领先企业分析

第一节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

第二节 上海东方明珠（集团）股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

第三节 成都博瑞传播股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

第四节 上海新华传媒股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第五节 湖南电广传媒股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第六节 中视传媒股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第七节 陕西广电网络传媒股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第十一章 2021-2026年新媒体行业投资策略

第一节 新媒体的盈利方式分析

第二节 新媒体行业投资分析

一、新媒体行业投资现状

二、新媒体行业投资前景

第三节 新媒体行业投资策略分析

第十二章 2021-2026年中国新媒体行业发展趋势分析

第一节 2021-2026年新媒体行业发展趋势

一、2020年中国新媒体产业发展十大趋势

二、2021-2026年中国新媒体趋势预测报告

三、2021-2026年中国新媒体市场发展预测

四、2021-2026年新媒体成为高端消费品传播新通路

五、2021-2026年中国新媒体市场规模预测

第二节 2021-2026年中国电视与网络新媒体融合发展

一、电视与新媒体的融合

二、市场竞争及优势互补融合

第三节 中国报业必将转型为新媒体机构

- 一、传媒环境的变化
- 二、未来的传媒格局
- 三、新媒体环境下的报业发展
- 四、转型之路——“化被动为主动”

第十三章 2021-2026年中国新媒体行业发展策略分析

第一节 我国新媒体产业发展瓶颈及对策

- 一、我国新媒体产业发展中所面临的瓶颈
- 二、产业基础设施的重要性
- 三、国家新媒体产业基地在产业发展中的实践

第二节 新媒体发展模式及策略分析

- 一、新媒体动漫营销的新模式
- 二、户外新媒体的价值创新路径
- 三、户外新媒体的发展策略
- 四、广播电视新媒体的发展策略
- 五、央视进军移动传媒
- 六、数字新媒体需适度营销

第三节 移动媒体的运营与发展策略——湖北移动频道为例

- 一、湖北移动频道的发展现状
- 二、湖北移动频道发展存在的问题
- 三、湖北移动频道的发展策略

第四节 传统电视的新媒体发展策略

- 一、新媒体对传统电视的影响
- 二、传统电视的新媒体发展策略

第五节 经验借鉴：英国第四频道新媒体品牌运营策略

- 一、全方位多渠道拓展品牌内涵
- 二、建立新旧媒体融合统一的品牌形象
- 三、实现传统电视节目内容的传播增值
- 四、提升新媒体形态下的品牌核心竞争力
- 五、在互动中提升品牌影响力

第六节 经验借鉴：法新社新媒体发展战略

- 一、大力发展新媒体产品
- 二、以渠道合作扩张市场

部分图表目录：

图表：新媒体的经济学特性

图表：2017-2020年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2017-2020年中国三产业增加值结构图

图表：2017-2020年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2017-2020年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2017-2020年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2000-2020年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表：1978-2020年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2020年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2017-2020年中国工业增加值增长趋势图

图表：2017-2020年我国社会固定资产投资额走势图

图表：2017-2020年我国城乡固定资产投资额对比图

图表详见正文 (GYZQPT)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造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。《2020年中国新媒体市场分析报告-行业深度分析与投资战略研究》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。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/472053472053.html>