

2020年中国传媒广告市场前景研究报告- 行业运营态势与投资前景预测

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年中国传媒广告市场前景研究报告-行业运营态势与投资前景预测》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/guanggaochuanmei/504007504007.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 传媒广告产业定义及发展环境分析

第一节 传媒广告产业定义及地位

一、传媒广告产业定义

二、传媒广告产业在国民经济中的地位分析

第二节 传媒广告产业政策环境分析

一、传媒广告产业管理体制

(1) 主管部门

(2) 监管体制

二、传媒广告产业主要政策及法律法规

第三节 传媒广告产业经济环境分析

一、宏观经济运行情况

二、固定资产投资状况

三、宏观经济走势预测

第四节 传媒广告产业社会环境分析

一、居民收入分析

二、居民文化娱乐支出分析

三、居民文化消费理念分析

四、传媒广告市场“碎片化”

第五节 传媒广告产业发展机遇与威胁分析

第二章 国内外传媒广告产业发展现状及趋势分析

第一节 全球传媒广告产业发展现状分析

一、全球报纸产业发展分析

二、全球电影产业发展分析

三、全球移动互联网发展分析

四、全球电子商务发展分析

五、全球广告产业发展分析

第二节 美国传媒广告产业发展状况

一、美国传媒广告产业总体概况

二、美国传统媒体产业发展状况

三、美国新媒体产业发展状况

第三节 英国传媒广告产业发展状况

一、英国传媒广告产业总体概况

二、英国传统媒体产业发展状况

三、英国新媒体产业发展状况

第四节 日本传媒广告产业发展状况

一、日本传媒广告产业总体概况

二、日本传统媒体产业发展状况

三、日本新媒体产业发展状况

(1) 因特网用户数量以及普及率

(2) 手机市场发展情况

(3) 社会化媒体

第五节 全球传媒广告产业发展趋势分析

一、电影

二、有线电视

三、数字杂志和报纸

四、电子书

五、游戏

第六节 国内传媒广告产业发展现状及趋势分析

一、产业总产值及增长情况

二、细分市场规模及增长情况

三、传媒广告广告产业市场结构

四、传媒广告产业形态表现

五、国内传媒广告产业发展趋势分析

第三章 报纸产业发展现状及趋势分析

第一节 报纸产业发展规模分析

一、报纸产业总体规模

二、报纸出版发行规模

(1) 报纸出版种数及其比例结构情况

(2) 报纸总印数及其比例结构情况

(3) 世界日报发行量前100名中的中国报纸

三、报纸广告规模分析

(1) 报纸广告增长情况

(2) 报纸广告主要行业贡献率

第二节 报纸发行市场竞争分析

一、报纸发行市场概况

(1) 报纸发行市场格局

(2) 各类报纸各类城市竞争格局

二、都市类报纸区域竞争格局分析

- (1) 华北地区报纸竞争格局
- (2) 华东地区报纸竞争格局
- (3) 华南地区报纸竞争格局
- (4) 华中地区报纸竞争格局
- (5) 华西地区报纸竞争格局

三、其他类别报纸市场分析

- (1) 时政类报纸市场
- (2) 生活服务类周刊市场
- (3) 财经类报纸市场
- (4) IT类报纸市场

第三节 报纸广告市场运行分析

一、报纸广告市场概况

二、报纸广告市场结构分析

- (1) 报纸广告资源结构变化
- (2) 房地产报纸广告
- (3) 汽车报纸广告
- (4) 商业零售报纸广告
- (5) 娱乐及休闲业报纸广告

第四节 报纸产业发展趋势分析

一、传媒广告环境变化对报业的影响

- (1) 新媒体对报业的冲击
- (2) 报纸读者依然稳定

二、报纸产业发展趋势分析

第四章 图书产业发展现状及趋势分析

第一节 图书产业发展概况

- 一、图书出版总量
- 二、图书出版政策解析
 - (1) 规划主要内容
 - (2) 主要经济指标

第二节 图书产业发展规模

- 一、出版社数量
- 二、产业销售收入
- 三、从业人员数量
- 四、出版物发行网点

五、图书进出口分析

六、版权引进输出情况

第三节 图书产业发展特征

一、图书产业经营效益

二、图书产业区域特征

三、图书出版行业竞争格局

(1) 地区竞争格局

(2) 企业竞争格局

第四节 图书出版行业发展趋势

一、电子图书与传统图书并融

二、图书成为奢侈品是趋势

第五章 期刊产业发展现状及趋势分析

第一节 期刊产业发展规模

一、期刊出版规模

二、期刊类群结构

三、期刊销售和广告规模

第二节 期刊发行市场竞争格局

一、期刊市场概况

(1) 主流期刊媒体持续走强

(2) 不同类别的期刊增减不一，市场做出调整

(3) 期刊零售发行市场呈现高度集中态势

(4) 部分渠道商加大代销比例

(5) 市场新增期刊锐减

(6) 一线城市竞争更为激烈

二、时尚类期刊竞争格局

(1) 女性高码洋时尚类期刊竞争格局

(2) 女性综合时尚类期刊竞争格局

(3) 男性时尚类期刊竞争格局

三、汽车类期刊竞争格局

(1) 市场规模

(2) 竞争格局

(3) 实销率和覆盖率

四、财经类期刊竞争格局

五、家居类期刊竞争格局分析

(1) 销售情况

(2) 竞争格局

第三节 期刊产业发展趋势分析

第六章 广播音像产业发展现状及趋势分析

第一节 广播产业发展现状分析

一、广播产业发展规模

二、广播产业受众市场分析

三、广播广告经营分析

四、广播产业发展特点

(1) 广播产业进一步升级

(2) 窄播化更加明显

(3) 广播与新媒体融合发展

五、广播收听市场分析

(1) 广播听众规模

(2) 广播听众特征

(3) 听众的收听行为分析

(4) 听众的收听需求分析

六、广播市场竞争格局分析

(1) 总体市场竞争格局

(2) 区域市场竞争格局

(3) 各类频率竞争格局

(4) 主要城市竞争格局

七、广播产业发展趋势分析

(1) 多元化发展、产业链开发

(2) 广播载体的多样化

(3) 数字广播将成市场主角

第二节 音像产业发展现状分析

一、音像产业发展规模

二、不同类别音像载体出版情况

(1) 音像制品出版情况

(2) 电子出版物出版情况

三、音像产业进出口分析

第七章 电视产业发展现状及趋势分析

第一节 电视产业发展规模分析

一、电视产业基础

(1) 电视台数量

(2) 电视综合人口覆盖率

二、电视节目时长

三、电视产业规模

第二节 电视市场收视特征分析

一、收视量的变化趋势

二、收视量的观众特征

三、收视量的频道分布

四、收视量的时段分布

五、收视量的周天特征

第三节 电视市场竞争趋势分析

一、整体竞争格局

二、频道竞争力差异

(1) 中央各频道

(2) 省级上星频道

(3) 城市台

三、受众市场竞争表现

第四节 电视节目类型和收视特点调查

一、各类型节目收视份额

二、各类型节目收视特点

三、电视收视竞争特点总结

第五节 电视产业发展趋势分析

一、3D电视需求旺盛

二、电视新媒体发展步伐加快

第八章 电影产业发展现状及趋势分析

第一节 电影产业发展规模分析

一、电影院线规模

二、电影产量规模

三、电影观众规模

四、电影票房收入

五、电影海外销售

第二节 电影产业竞争格局分析

一、区域竞争格局

二、影片竞争格局

三、国产与进口电影竞争格局

第三节 电影产业发展趋势与前景

一、电影产业发展趋势分析

- (1) 电影市场仍将保持快速发展
- (2) 影院建设成本有望逐渐降低
- (3) 电影相关产业与衍生品起步发展
- (4) 新媒体开拓电影市场新渠道

二、电影产业发展前景预测

- (1) 电影产业产量规模预测
- (2) 电影产业营收规模预测

第九章 数字媒体产业发展现状及趋势分析

第一节 数字报纸发展分析

一、数字报纸概念

二、数字报纸价值分析

三、数字报纸市场优劣势分析

- (1) 优势
- (2) 劣势

四、数字报纸市场发展规模

五、数字报纸市场发展趋势

六、数字报纸市场发展前景

第二节 数字图书发展分析

一、数字图书概念简介

二、数字图书技术分析

三、数字图书应用模式

四、数字图书市场规模

五、数字图书市场结构

- (1) 品牌结构
- (2) 产品结构
- (3) 价格结构

六、数字图书前景预测

第三节 数字期刊发展分析

一、数字期刊发展现状分析

- (1) 传统期刊网络出版内容规模
- (2) 多媒体数字期刊出版分析
- (3) 数字期刊市场规模分析
- (4) 数字期刊出版商发展成效

二、纸质期刊的数字化转型分析

- (1) 纸质期刊数字化转型的原因
- (2) 数字期刊对传统出版业和相关产业的影响
- (3) 数字期刊新的盈利模式

三、数字期刊发展前景预测

第四节 数字广播/音像发展分析

一、数字广播/音像发展现状分析

- (1) 数字广播发展现状
- (2) 数字音像发展现状

二、数字广播/音像发展趋势分析

- (1) 数字化将进一步发展，点播时代即将到来
- (2) 广播/音像的网络化、移动化

第五节 数字电视发展分析

一、数字电视用户规模

二、数字电视市场结构

三、数字电视发展趋势分析

第六节 数字电影发展分析

一、3D电影发展规模

二、3D电影盈利能力

三、3D电影发展契机

四、3D电影发展前景

- (1) 3D电影成为市场发展热点
- (2) 3D电影技术不断更新

第十章 网络媒体产业发展现状及趋势分析

第一节 互联网发展规模分析

一、互联网网民规模

二、互联网资源规模

- (1) 基础资源总体情况
- (2) IP地址
- (3) 域名
- (4) 网站
- (5) 网络国际出口带宽

第二节 网络经济发展分析

一、网络经济规模

二、网络应用结构

- (1) 网络应用结构情况

(2) 重点网络应用情况

三、网络经济细分市场发展分析

(1) 电子商务市场发展分析

(2) 网络广告市场发展分析

(3) 网络游戏市场发展分析

第三节 网络媒体产业发展分析

一、网络媒体产业基本状况

二、网络媒体产业细分市场情况

(1) 新闻网站

(2) 网络视频

(3) 搜索引擎

(4) 即时通信

(5) 网络社区

(6) 微博

(7) 博客/个人空间

(8) 数字音乐

第四节 网络媒体产业发展趋势分析

一、网络媒体产业主要变化分析

(1) 国家政策变化

(2) 技术和新产业业态变化

(3) 重大事件

二、网络媒体产业发展趋势分析

(1) 云计算将成为重要技术因素

(2) 在线开放式应用程序平台将成为重要商业模式

(3) 网游产业进入转型期

第十一章 移动媒体产业发展现状及趋势分析

第一节 移动媒体基础资源发展情况

一、移动媒体用户规模

二、移动媒体终端

三、移动网络建设

第二节 移动媒体产业发展概况

一、移动媒体市场规模

二、移动媒体市场结构

第三节 移动媒体产品与服务发展情况

一、移动通信的发展

二、移动搜索的发展

三、移动微博的发展

四、移动视频的发展

五、移动游戏的发展

六、移动购物的发展

第四节 移动媒体发展趋势分析

一、移动视频媒体潜力巨大

二、户外新媒体资本时代结束

第十二章 新媒体与传统媒体融合及全媒体发展分析

第一节 新媒体与传统媒体的融合发展分析

一、新媒体与传统媒体融合的必然性分析

(1) 新媒体的优越性和局限性

(2) 传统媒体的不可替代性

(3) 传统媒体与新媒体的融合与发展

二、美国传统媒体与新媒体融合的几种方式

(1) 实时提供实用信息

(2) 内容多次开发利用

(3) 大量运用社交媒体

(4) 数据可视化，互动个性化

(5) 积极拓展流媒体空间

三、电视媒体与网络媒体融合发展现状分析

(1) 取长补短之融合——电视媒体与网络媒体

(2) 电视媒体与网络媒体融合发展情况

(3) 电视媒体与网络媒体在融合过程中存在问题分析

(4) 电视媒体融合网络媒体的具体对策

四、传统媒体与新媒体融合发展趋势分析

(1) 新媒体体系逐渐成型

(2) 传统媒体积极转型

(3) 传统媒体与新兴媒体优势互补形成新型媒体

第二节 全媒体发展分析

一、全媒体概念解析

(1) 全媒体概念

(2) 全媒体与新媒体的区别

二、传统媒体选择全媒体战略的现实基础

三、传统媒体实施全媒体战略的关键点

四、全媒体战略风险分析

- (1) 全媒体易导致内容同质化
- (2) 全媒体对竞争力的消解
- (3) 全媒体导致的磨合风险
- (4) “全”媒体记者与“专”的矛盾

五、全媒体发展模式分析

六、全媒体的发展和内容管理面临的新挑战

- (1) 全媒体平台建设方面的主要问题
- (2) 全媒体品牌建设方面的主要问题
- (3) 全媒体内容管理方面的主要问题
- (4) 全媒体发展和管理的对策建议

七、全媒体发展趋势分析

- (1) 数字视频新媒体拥有广阔的发展前景和空间
- (2) 媒介融合由浅入深，从“物理变化”趋向“化学变化”
- (3) 媒介形态、终端及其生产更加专业、细分

第十三章 传统媒体行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 北青传媒广告股份有限公司经营情况分析

- 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 南华生物医药股份有限公司经营情况分析

- 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 华闻传媒广告投资集团股份有限公司经营情况分析

- 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 广东广州日报传媒广告股份有限公司经营情况分析

- 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 上海新华传媒广告股份有限公司经营情况分析

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 天舟文化股份有限公司经营情况分析

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 北方联合出版传媒广告（集团）股份有限公司经营情况分析

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

第八节 时代出版传媒广告股份有限公司经营情况分析

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

第九节 安徽新华传媒广告股份有限公司经营情况分析

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

第十节 中南出版传媒广告集团股份有限公司经营情况分析

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

第十一节 中视传媒广告股份有限公司经营情况分析

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

第十二节 深圳市天威视讯股份有限公司经营情况分析

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

第十三节 北京歌华有线电视网络股份有限公司经营情况分析

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

第十四节 陕西广电网络传媒广告（集团）股份有限公司经营情况分析

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

第十五节 湖南电广传媒广告股份有限公司经营情况分析

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

第十四章 新媒体行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 华视传媒广告集团有限公司经营情况分析

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）股份有限公司经营情况分析

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 TOM集团有限公司经营情况分析

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 分众传媒广告控股有限公司经营情况分析

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 北京航美传媒广告广告有限公司经营情况分析

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 新浪网技术（中国）有限公司经营情况分析

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 北京搜狐互联网信息服务有限公司经营情况分析

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

第八节 腾讯控股有限公司经营情况分析

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

第九节 百度在线网络技术（北京）有限公司经营情况分析

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

第十节 优酷土豆股份有限公司

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

第十一节 上海盛大网络发展有限公司经营情况分析

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

第十二节 成都博瑞传播股份有限公司经营情况分析

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

第十三节 深圳中青宝互动网络股份有限公司经营情况分析

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

第十四节 凤凰新媒体经营情况分析

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

第十五节 乐视网信息技术（北京）股份有限公司经营情况分析

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

第十五章 传媒广告产业投资特性分析

第一节 传媒广告产业进入壁垒分析

第二节 传媒广告产业盈利因素分析

一、决策型人才因素

二、产业价值链因素

三、创意因素

第三节 传媒广告产业盈利模式分析

一、广播电视盈利模式

(1) 电视

(2) 广播

(3) 电影

二、新媒体盈利模式

(1) 互联网新传媒广告

(2) 移动互联网新传媒广告

三、出版类传媒广告盈利模式

(1) 报纸与杂志

(2) 图书出版

第十六章 传媒广告产业投资机会与建议

第一节 传媒广告产业投资环境变化

一、信贷环境变化

(1) 存款准备金率变化

(2) 利率变化

(3) 新增信贷变化

二、金融支持政策

三、传媒广告新股投融资概况

四、传媒广告企业上市潮解读

第二节 传媒广告产业投资机会分析

一、影视产业仍存投资机会

二、新媒体面临发展机遇

三、整合与数字化利好出版业

第三节 传媒广告产业投资建议

一、继续发展影视业

二、争当动漫行业领导者

三、加大数字化出版投入

四、适当加大广告投入

图表目录

图表1：本报告研究范围简况

图表2：2009-2020年中国传媒广告产业总产值及其占GDP比重走势图（单位：亿元，%）

图表3：传媒广告产业主要监管部门及职责

图表4：中国传媒广告产业相关政策规划简析

图表5：2017-2020年中国国内生产总值及其增长率情况（单位：万亿元，%）

图表6：2017-2020年全社会固定资产投资额及同比增速（单位：亿元）

图表7：2017-2020年中国城乡居民人均收入增长情况（单位：元，%）

图表8：2017-2020年中国城乡居民收入比趋势图（单位：倍）

图表9：2017-2020年中国城乡居民消费支出增长（单位：元，%）

图表10：城镇、农村居民人均文教娱支出占消费支出的比重（单位：%）

图表11：中国城镇居民人均消费性支出结构（单位：%）

图表12：2017-2020年全社会消费品零售总额及增长率变化（单位：万亿元，%）

图表13：中国传媒广告产业发展机遇与威胁分析

图表14：全球报纸出版市场结构与GDP增长对比（单位：百万美元，%）

图表15：全球电影票房TOP20（单位：亿美元）

图表详见报告正文（GYSYL）

【简介】

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。《2020年中国传媒广告市场前景研究报告-行业运营态势与投资前景预测》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、阿里巴巴、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/504007504007.html>