

2018-2023年中国广播影视新媒体行业分析报告- 市场深度调研与发展前景预测

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《2018-2023年中国广播影视新媒体行业分析报告-市场深度调研与发展前景预测》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/guangbo/316329316329.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

网络视频行业仍然面临一系列问题:

一是内容同质化严重,普遍存在跟风创作现象,造成了资源浪费和市场管理混乱。

二是不良视频泛滥,由于互联网的无界;海量传播,速度快、范围广、影响大,如果不加以恰当管理和规范,对社会的危害很大。

三是由于网络技术滞后、传输环境差异,受众在线观看视频时常常遭遇传输延迟与画质模糊的困局。

四是商业模式不成熟、盈利模式单一,视频网站长期耽于盈利困境,整体处于亏损状态。

五是网络视频的盗版现象普遍、严重,版权官司屡见不鲜;今天,在各大网站纷纷走上正版化道路之时,版权费的虚高又为整个行业带来了新的压力。

虽然网络广播集合了互联网和传统广播的优点,但实际上,网络广播在我国存在很多缺陷:受众群体不成规模,盈利模式不够成熟,特别是无线网络不普及条件下,无法接收问题突出。同时,广播网站的内容同质化现象也很普遍;无论是编排形式还是节目表达,不论是页面风格还是受众定位,都较少差异,个性未得到彰显。

虽然手机电视的起步较为顺利,业界普遍抱有很高期望,但是它在中国的应用普及还很有限,发展所面临的挑战依然很多。

制约其发展的因素有三:

一是内容匮乏和同质化;

二是国家技术标准T-DMB和行业技术标准CMMB两个标准并存,分别代表着电信业和广电业的利益,使手机电视陷入一场激烈的技术标准之争;

三是盈利模式单一,利润来源主要依靠用户的订制费用以及数据流量等接收使用费用。

我国手机广播的发展一直步履维艰,现存主要问题是内容匮乏和同质化。手机广播现有业务多是将电台播出节目分类整理后提供给运营商,内容同传统广播没有区别;而且手机自带的AM/FM收音模块已使用户能够获取此类内容,致使用户一直停留在传统广播阶段,很难愿意支付定制手机广播节目和数据流量的费用。

我国发展数字电视有三个突出的优势:

一是国家政策大力支持;国务院和相关主管部门多次出台政策,鼓励发展,引导社会力量投资数字电视运营;国务院“82号文件”规定的“台网分离”、“电信和广电业务不得交叉”也为数字电视的发展扫清了很大障碍。

二是用户规模庞大。

三是盈利空间充裕。

数字电视将是未来几年的消费热点,由内容提供商等构成的产业链,将给未来的相关产业带来上万亿元的市场价值。由于我国将在2015年关停模拟电视,仅仅是用户的终端设备更换就将产生千亿元级的市场效益。

尽管如此,现实中,数字电视运营效果并不理想,大范围盈利依然没有实现,受众的收视反应也不佳。

广电新媒体的未来发展趋势内容共享、渠道汇流、媒介融合,这是影响到全球媒介形态的大趋势。理想的宽频信息系统已经成形,它集各种功能于一身,将声音、影像等资料整合起来,储存庞大的内容供用户随时选取。全球广播电视产业的边界将逐渐模糊,甚至消失。

新媒体资源共享是实现媒介融合的根本举措之一。内容资源成为最核心的资源。因为当渠道资源已经不再稀缺之后,渠道的垄断优势已被大大削弱。而时尚、恰当的优质内容就成了竞争的最有力武器。以网络媒体为例,用户诉求就是尽可能多地获取可供选择的优质内容。

而网络广播电视媒体在新媒体格局中的拓展手段就是合作,与传统媒体机构、业余制作人广泛合作,获得更多的合法内容和第一现场素材;既要有海量提供,也要有权威性质量。

如今我国的广电新媒体经过一系列整合和重构后,已经发生了一些改变,但是其节目来源和对受众的吸引力仍然依赖于传统制播机构,并没有将其内在的生命力释放出来。这也就造成了广电新媒体节目资源单

一、创新不足、缺乏个性和互动性等问题,简言之就是“新媒体不新”现象。

新媒体行业产业周期 资料来源：公开资料整理 观研天下发布的《2018-2023年中国广播影视新媒体行业分析报告-市场深度调研与发展前景预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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。

【报告大纲】

第一章 广播影视新媒体业相关概述

第一节 新媒体的概念与内容分类

一、新媒体（New Media）内涵

二、中国广播影视新媒体领域特征

三、中国广播影视新媒体领域构成

第二节 新媒体的特征及经济学特性

一、新媒体的传播特征及要求

二、新媒体的优势与特点

三、新媒体的经济学特性

第二章 2016-2017年中国广播影视新媒体领域运行环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2017年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2016-2017年中国广播影视新媒体领域市场政策环境分析

一、《文化产业振兴规划》

二、广电总局对广播影视业监管

三、相关产业法律法规

第三节 2016-2017年中国广播影视新媒体领域市场技术环境分析

第四节 2016-2017年中国广播影视新媒体领域市场社会环境分析

第三章 2016-2017年中国新媒体产业运行新形势透析

第一节 2016-2017年新媒体行业运行综述

一、世界主要国家新媒体发展综述

二、中国新媒体产业发展环境分析

三、中国新媒体产业链日渐成熟

四、国内新媒体业务布局决胜要点

五、中国新媒体运营与赢利模式浅析

第二节 2016-2017年中国新媒体产业受众及需求分析

一、中国新媒体业目标群体分析

二、用户的需求与使用特点发生改变

三、针对需求变化提供新媒体产品

四、需求演变带来媒体角色的新变化

第三节 2016-2017年中国传统媒体与新媒体的竞争分析

一、新媒体环境下的传媒创新特征

二、新媒体对传统媒体的冲击分析

三、新媒体受众接触率已经超越传统媒体

四、新媒体与传统媒体竞争分析

五、传统媒体与新兴媒体的竞争格局

六、危机促进传统媒体向新媒体转变

七、新媒体与传统媒体的融合

第四节 2016-2017年中国新媒体营销解析

- 一、新媒体营销初露峥嵘
- 二、营销行业迎接新媒体时代来临
- 三、整合营销下的我国新媒体价值实现
- 四、新媒体变化促进精准营销发展
- 五、我国新媒体营销势在必行
- 六、新媒体实效营销传播趋势
- 七、新媒体营销的制胜之道

第五节 2016-2017年中国新媒体行业的问题及对策分析

- 一、我国新媒体产业发展面临的瓶颈及对策
- 二、新媒体产业链问题及对策
- 三、2016-2017年新媒体行业面临大洗牌
- 四、新媒体业以差异化与精准化突围

第四章 2016-2017年中国广播影视新媒体领域研究—有线数字电视

第一节 2016-2017年中国有线数字电视产业链研究

- 一、中国有线数字电视产业链构成
- 二、中国有线数字电视产业链现状
- 三、中国有线数字电视产业影响因素

第二节 2016-2017年中国有线数字电视市场规模研究

- 一、中国有线数字电视产业整体规模
- 二、中国有线数字电视产业终端规模
- 三、中国有线数字电视产业用户规模

第三节 2016-2017年中国有线数字电视运营市场评估

- 一、中国有线数字电视整体转换研究
- 二、中国有线数字电视网络整合研究
- 三、中国有线数字电视网络改造研究
- 四、中国有线数字电视增值业务研究

第四节 2016-2017年中国有线数字电视行业调研

- 一、中国有线数字电视运营市场发展趋势
- 二、中国有线数字电视设备市场发展趋势
- 三、中国有线数字电视用户市场发展趋势

第五章 2016-2017年中国广播影视新媒体领域研究—地面数字电视

第一节 2016-2017年中国地面数字电视产业链发展研究

- 一、中国地面数字电视产业链构成
- 二、中国地面数字电视产业链现状
- 三、中国地面数字电视产业链关系
- 第二节 2016-2017年中国地面数字电视产业规模研究
 - 一、地面数字电视整体市场规模
 - 二、地面数字电视设备市场规模
 - 三、地面数字电视广告市场规模
- 第三节 2016-2017年中国移动电视市场发展研究
 - 一、中国移动电视整体市场发展现状
 - 二、中国移动电视细分市场构成
 - 三、中国移动电视细分市场发展趋势
- 第四节 2016-2017年中国CMMB市场发展研究
 - 一、中国CMMB市场发展现状
 - 二、中国CMMB市场规模构成
 - 三、中国CMMB市场发展趋势
- 第五节 2016-2017年中国城市电视市场发展研究
 - 一、中国城市电视市场发展现状
 - 二、中国城市电视市场规模构成
 - 三、中国城市电视市场发展趋势
- 第六节 2016-2017年中国农村无线覆盖市场发展研究
 - 一、中国农村无线覆盖市场发展现状
 - 二、中国农村无线覆盖市场规模构成
 - 三、中国农村无线覆盖市场发展趋势
- 第七节 未来中国地面数字电视行业调研
 - 一、中国地面数字电视产业链发展趋势
 - 二、中国地面数字电视整体市场发展趋势
 - 三、中国地面数字电视设备市场发展趋势
 - 四、中国地面数字电视广告市场发展趋势
- 第八节 未来中国地面数字电视发展规模预测
 - 一、中国地面数字电视发展影响力估算
 - 二、中国地面数字电视机顶盒市场规模预测
 - 三、中国地面数字电视一体机市场规模预测

第六章 2016-2017年中国广播影视新媒体领域研究—高清数字电视

第一节 2016-2017年全球高清数字电视发展状况研究

- 一、全球高清数字电视发展状况
- 二、全球高清数字电视订户比例研究
- 三、全球高清数字电视订户增长预测
- 四、全球高清数字电视机用户发展研究
- 第二节 2016-2017年中国高清数字电视动态分析
 - 一、中国高清数字电视发展规划
 - 二、高清电视一个庞大产业集群的崛起
 - 三、清数字电视产业市场规模近千亿
 - 四、枣庄市峄城区首批数字电视信号正式开通启用
 - 五、北京将用三年时间大规模普及交互式数字高清电视
- 第三节 未来中国高清数字电视行业调研
 - 一、中国高清数字电视营销策略
 - 二、中国高清数字电视存在的问题
 - 三、中国高清数字电视市场发展趋势

第七章 2016-2017年中国广播影视新媒体领域研究—卫星数字电视

- 第一节 2016-2017年中国直播卫星产业宏观发展环境
 - 一、中国直播卫星产业宏观政策
 - 二、中国直播卫星产业发展规划
 - 三、中国直播卫星产业技术标准
- 第二节 2016-2017年中国直播卫星产业发展现状研究
 - 一、中国直播卫星发展意义
 - 二、中国直播卫星发展现状
 - 三、中国直播卫星存在的问题
- 第三节 2016-2017年中国广播影视“村村通”工程研究
 - 一、中国广播影视“村村通”工程政策
 - 二、中国广播影视“村村通”工程进展
 - 三、中国广播影视“村村通”工程目标
- 第四节 未来中国直播卫星产业行业调研
 - 一、中国直播卫星政策发展趋势
 - 二、中国直播卫星用户发展趋势
 - 三、中国直播卫星运营发展建议

第八章 2016-2017年中国广播影视新媒体领域研究—网络电视（IPTV）

- 第一节 2016-2017年中国IPTV产业链发展研究

一、中国IPTV产业链发展现状

二、中国IPTV产业链存在问题

三、中国IPTV产业链投资策略

第二节 2016-2017年中国IPTV市场规模研究

一、中国IPTV 整体市场规模

二、中国IPTV 用户市场规模

三、中国IPTV 机顶盒市场规模

第三节 2016-2017年中国IPTV运营模式研究

一、以主导权划分的运营模式

二、以接收终端划分的运营模式

三、以运营特征划分的运营模式

第四节 未来中国IPTV产业发展趋势

一、中国IPTV市场发展趋势

二、中国IPTV技术发展趋势

三、中国IPTV应用发展趋势

第九章 2016-2017年中国手机媒体及其业务运行分析

第一节 2016-2017年中国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、手机媒体赢利模式探讨

四、4G时代的手机媒体发展分析

第二节 2016-2017年中国手机电视发展分析

一、手机电视覆盖率分析

二、我国手机电视运营模式研究

三、亚洲手机电视渗透率全球领先

四、手机电视有望成立产业联盟

五、手机电视市场蕴含巨大潜力

六、未来手机电视产业的问题及解决

七、2017年4G手机电视用户预测

第三节 2016-2017年中国手机游戏运行分析

一、手机游戏产业链及收费模式

二、全球手机游戏营收情况

三、手机游戏整体盈利状况

四、新兴市场拉动手手机游戏收入增长

五、2016-2017年3G行业带来手机游戏大发展机遇

六、2018-2023年手机游戏市场规模及发展趋势

七、2018-2023年手机游戏年复合增长率

第四节 2016-2017年中国手机短信发展分析

一、全球短信业务浅析

二、短信业务在企业售后服务中的应用

三、手机短信的新闻管理和产业发展探讨

四、全球手机短信业务发展情况

五、我国短信业务量增长情况

第五节 2016-2017年中国手机广告发展分析

一、手机广告的几种模式

二、手机广告业务将加速发展

三、手机广告市场规模分析

四、手机媒体广告的发展瓶颈及对策

五、未来手机广告市场发展预测

第六节 2016-2017年中国手机媒体市场问题对策分析

一、手机媒体的缺陷与消费困境分析

二、中国手机媒体发展的五大制约因素

三、中国手机媒体的良性发展途径探析

第十章 2016-2017年其它网络媒体及其业务运行分析

第一节 网络视频

一、网络视频发展概况

二、网络视频广告的春天充满挑战

三、网络视频迎来“3G元年”

四、网络视频市场规模

五、中国网络视频市场收入

六、网络视频营销的发展与趋势分析

七、网络视频业发展面临的问题

八、网络视频业的良性发展道路探析

第二节 网络博客

一、中国博客规模发展情况

二、中国博客作者人数

三、中国博客市场运营状况分析分析

四、博客发展趋势分析

五、未来博客发展方向分析

第三节 网络游戏

- 一、我国网络游戏产业逆市飘红
- 二、中国网络游戏市场规模情况
- 三、2016-2017年我国网络游戏用户规模情况
- 四、2018-2023年我国网页游戏趋势预测分析

第四节 网络广告

- 一、网络广告市场现状及发展趋势
- 二、中国网络广告联盟市场规模
- 三、2016-2017年中国网络广告市场调研
- 四、2018-2023年网络广告规模分析预测
- 五、网络广告投资前景调研

第十一章 2017年中国广播影视新媒体主体企业运行分析

第一节 上海东方明珠（集团）股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 中视传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节 成都博瑞传播股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 湖南电广传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第五节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第六节 陕西广电网络传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十二章 关于中国广播影视新媒体趋势分析与投资规划建议分析

第一节 2018-2023年中国新媒体行业前景展望

- 一、中国新媒体投资前景调研预测广阔
- 二、新媒体发展方向探讨
- 三、我国新媒体产业发展趋势
- 四、2018-2023年新媒体市场规模预测

第二节 2018-2023年中国新媒体行业投资规划建议分析

- 一、产业盈利模式与获得风投的瓶颈
- 二、新媒体VC投资前景研究分析
- 三、新媒体行业风险投资形势分析
- 四、无线新媒体逆势飘红加大投资力度
- 五、风投对新媒体行业的态度分析
- 六、金融危机对新媒体投资影响分析

图表目录：

图表2016-2017年国内生产总值

图表 2016-2017年居民消费价格涨跌幅度

图表 2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表 2016-2017年年末国家外汇储备

图表 2016-2017年财政收入

图表 2016-2017年全社会固定资产投资

图表 2017年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表 2017年固定资产投资新增主要生力

图表 2017年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表 新媒体的经济学特性

（GYJPFSW）

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guangbo/316329316329.html>