

# 2017-2022年中国网络媒体市场现状调查及十三五运行态势预测报告

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《2017-2022年中国网络媒体市场现状调查及十三五运行态势预测报告》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/259587259587.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

网络媒体和传统的电视、报纸、广播等媒体一样，都是传播信息的渠道，是交流、传播信息的工具，信息载体。与传统的音视频设备采用的工作方式不同，网络媒体依赖IT设备开发商们提供的技术和设备来传输、存储和处理音视频信号。最流行的传统的SDI（串型数字）传输方式缺乏真正意义上的网络交换特性。需要做大量的工作才可能利用SDI创建类似以太网和IP（因特网协议）所提供的部分网络功能。

中国报告网发布的《2017-2022年中国网络媒体市场现状调查及十三五运行态势预测报告》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。

报告目录：

### 第一章网络媒体相关概述

#### 第一节新媒体阐述

- 一、新媒体的内涵
- 二、新媒体内容分类
- 三、新媒体的特征及经济学特性
  - 1、新媒体的传播特征及要求
  - 2、新媒体的优势与特点
  - 3、新媒体的经济学特性

#### 第二节网络媒体简述

- 一、网络媒体的特性
- 二、网络媒体和传统媒体之间的关系
- 三、网络媒体的利润点

### 第二章中国网络媒体运行环境分析

#### 第一节国内网络媒体经济环境分析

- 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、2016年中国网络媒体经济发展预测分析
- 第二节中国网络媒体行业政策环境分析
- 第三章中国新媒体行业运行态势分析
- 第一节2016年中国新媒体行业运行概况
- 一、中国新媒体产业链日渐成熟
- 二、国内新媒体业务布局决胜要点
- 三、中国新媒体运营与赢利模式浅析
- 第二节2016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、新媒体用户的需求与使用特点发生改变
- 三、针对客户需求变化提供新媒体产品
- 四、需求演变导致媒体角色产生新变化
- 第三节2016年中国传统媒体与新媒体的竞争与发展
- 一、新媒体发展是传统媒体变革的必然
- 二、新媒体环境下的传媒创新特征
- 三、新媒体对传统媒体的冲击分析
- 四、新媒体受众接触率已经超越传统媒体
- 五、我国新媒体与传统媒体共谋发展
- 第四节2016年中国新媒体营销解析
- 一、新媒体时代的营销及原则
- 二、新媒体营销初显峥嵘
- 三、营销行业迎接新媒体时代来临
- 四、整合营销下的我国新媒体价值实现
- 五、新媒体变化促进精准营销发展
- 六、新媒体浪潮下网络营销策略解析
- 第四章中国网络媒体运行态势分析
- 第一节2016年中国网络媒体运行总况
- 一、中国网络媒体发展的第一个十年阶段
- 二、中国网络媒体发展规律
- 第二节2016年中国网络媒体业热点透析
- 一、网络媒体建设
- 二、网络媒体管理
- 第三节2016年中国网络媒体业
- 一、网络新闻信息传播

二、博客能量增长

三、网络技术发展

四、网络舆论影响

五、对互联网作用的评估

第五章中国网络媒体细分市场运行分析

第一节搜索类网络媒体情况

一、搜索引擎市场基本状况

二、搜索引擎用户特征调查分析

三、中国搜索引擎用户数量及变化情况

1、中国搜索引擎用户数量情况

2、中国搜索引擎用户占互联网用户比例情况

3、中国搜索引擎日搜索请求量情况

四、中国搜索引擎网站用户使用量情况

1、中国搜索引擎网站用户使用量变化情况

2、2016年中国搜索引擎使用量情况

3、2016年中国搜索引擎使用量情况

4、用户使用的中国搜索引擎网站市场份额变化情况

5、2016年中国搜索引擎各搜索功能用户访问量市场份额情况

6、中国搜索引擎市场规模情况

7、中国搜索引擎市场运营商收入市场份额

第二节新闻类网络媒体情况

一、2016年中国网络媒体新闻类网站用户覆盖数

二、2016年新闻类网站用户月均访问页面数

第三节IT类网络媒体情况

一、2016年IT类网站的用户覆盖数情况

二、2016年IT类网站用户月均访问页面数

第四节游戏资讯类网络媒体情况

一、游戏资讯类网络媒体用户情况

1、用户经常访问游戏资讯类网络媒体的原因

2、主要游戏资讯类媒体用户的教育情况

3、主要游戏资讯类媒体用户的地区情况

二、我国网络游戏服务发展现状

三、中国网络游戏营销现状

第五节汽车类网络媒体情况

一、中国部分汽车类网站个体综述

- 二、中国汽车类网站的内容分析
- 三、中国汽车类网站广告业务分析
- 四、用户基本特征和行为分析
- 五、中国汽车类网站整体分析
- 六、汽车类网络媒体发展趋势
- 第六节房产类网络媒体情况
  - 一、房产类网站的五大种类
  - 二、2016年房产类网络媒体的用户覆盖数
- 第七节博客类网络媒体情况
  - 一、中国博客及博客读者规模发展状况
  - 二、中国博客用户发展情况
- 第八节门户类网络媒体情况
  - 一、用户经常访问门户类网络媒体的原因
  - 二、用户经常使用门户类网络媒体的服务
  - 三、主要门户类网络媒体用户的职业情况
- 第六章中国互联网用户深度分析
  - 第一节2016年中国互联网络宏观状况
    - 一、网民规模
    - 二、网民数量
    - 三、宽带网民及占网民同比分析
  - 第二节2016年中国网民基础概况
    - 一、性别分布
    - 二、省市分布
    - 三、地区分布
  - 第三节我国互联网网民特征结构调查
  - 第四节网民上网途径调查
  - 第五节网民上网行为调查
- 第七章中国网络媒体典型企业发展现状分析
  - 第一节腾讯
    - 一、腾讯公司简介
    - 二、腾讯公司收入状况
    - 三、企业动态分析
    - 四、企业竞争力体现
  - 第二节新浪
    - 一、新浪公司简介

## 二、新浪净营收额情况

## 三、企业动态分析

## 四、企业竞争力体现

### 第三节 搜狐

#### 一、搜狐公司简介

#### 二、搜狐净营收额情况

#### 三、企业动态分析

#### 四、企业竞争力体现

### 第四节 网易

#### 一、网易公司简介

#### 二、近几年网易净营收额情况

#### 三、企业动态分析

#### 四、企业竞争力体现

### 第五节 百度

#### 一、百度公司简介

#### 二、百度2016年经营状况

#### 三、企业动态分析

#### 四、企业竞争力体现

## 第八章 2014-2016年中国网络媒体前景展望与趋势预测分析

### 第一节 2014-2016年中国新媒体行业前景分析

#### 一、未来新媒体的趋势展望

#### 二、中国新媒体未来前景看好

### 第二节 2014-2016年中国网络媒体趋势预测

#### 一、网络媒体迈向Web3.0时代

#### 二、手机上网将得到普及，手机媒体将成为新媒体的主要成员

##### 1、中国电信格局重组，将带来手机上网热潮

##### 2、手机宽带上网—3G会成主流

## 第九章 2014-2016年中国网络媒体产业投资规划建设分析

### 第一节 2014-2016年中国网络媒体行业投资概况

#### 一、网络媒体行业投资特性

#### 二、网络媒体具有良好的投资价值

#### 三、网络媒体投资环境

### 第二节 2014-2016年中国网络媒体投资机会分析

#### 一、网络媒体成投资新热点

#### 二、宽带业务投资机遇

### 第三节2014-2016年中国网络媒体投资前景及防范

一、技术风险分析

二、金融风险分析

三、政策风险分析

四、竞争风险分析

图表目录（部分）：

图表：2014-2016年国内生产总值

图表：2014-2016年居民消费价格涨跌幅度

图表：2016年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2014-2016年国家外汇储备

图表：2014-2016年财政收入

图表：2014-2016年全社会固定资产投资

图表：2016年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2016年固定资产投资新增主要生产能力

更多图表，请见报告正文。。。。。

（GYZT）

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wangluomeiti/259587259587.html>