

2008-2009年中国新媒体产业研究咨询报告

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《2008-2009年中国新媒体产业研究咨询报告》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/tongxin/3018730187.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7500元 电子和纸介版: 8000

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

2008年奥运会对于中国新媒体有着非比寻常的意义。2008年，比较成熟的市场运行规则、多元资本的效率竞赛、历经风雨的坚韧心力，都使得新媒体呈现出欣欣向荣的面貌、蓬勃发展的势头：分众通过对好耶、艾瑞、玺诚等待收购逐渐构建出户外数字媒体、网络广告、移动媒体相结合的多元业务体系；IPTV、数字电视在2008年取得较大突破；手机电视、移动电视、3G网络的用户群体逐步增长；方正阿帕比等公司积极切入新媒体市场，为传统报业、出版业利用新媒体实现“数字化转型”提供全面的数字出版解决方案。

2008年奥运会期间，新媒体竞争升级。以“分众传媒”为代表，通过高昂代价获得有价值媒体阵地的“新媒体”1.0模式正在被颠覆，国内新媒体竞争开始进入2.0时代。我国新媒体产业的市场发展空间巨大，同时政府扶持力度加大，管理手段逐渐完善，新媒体产业的外部发展环境越来越好。但同时，进入新媒体行业的力量越来越多，导致市场竞争日趋激烈。随着竞争加剧，新媒体企业将呈现出两极分化的特点。少数大型新媒体企业获得了大量的投资、技术和人力优势，更加壮大。而小一些的新媒体企业则只能依靠更加细化的市场，在总体增长的市场中分一杯羹。

2008年以来，随着北京奥运会发展以及我国经济的快速发展，通讯3G时代开启，国外的风险投资和私募基金纷纷投入我国新媒体领域，主要集中在网络视频、手机电视、户外影音等方面，并且单笔投资数额都在上千万美元，有的高达近亿美元。业内专家指出，国外资本追捧我国新媒体主要是看到我国消费模式的网络化转变，新媒体优胜劣汰的集中度提高，特别是新媒体广告市场在每年100亿人民币的基础上，正在以50%速度递增，从而吸引了国际资本的关注。

2008年中国新媒体的影响力将趋于主流，广告业务的收入也将保持快速增长；视频、网游领域在发展中维持激烈竞争态势；而奥运因素将对电子商务、移动营销、数字电视产生积极影响。预测2008年新媒体的市场规模将要超过了1000亿元，未来3年仍将每年以30%-40%的速度成长，预计到2011年整个市场规模会超过3000亿元。

本研究咨询报告主要依据了国家统计局、国家商务部、国家工业和信息化部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国新闻出版总署、中国互联网协会、国内外相关报刊杂志的基础信息以及新媒体产业专业研究单位等公布和提供的大量数据资料，对我国新媒体行业的发展状况及相关市场发展态势等进行了分析。报告重点研究了我国新媒体的市场发展现状、移动新媒体的发展现状、行业发展策略、以及重点新媒体企业的发展现状。报告还对国家新媒体的投资动向、发展趋势进行了审慎的研判，是新媒体经营企业、科研机构、投资公司等单位准确了解目前新媒体产业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 新媒体相关概述	1
第一节 新媒体的概念及特性	1
一、新媒体的定义	1
二、新媒体的特点	2
三、新媒体的经济学特性	2
第二节 新媒体发展模式分析	4
一、新媒体的内涵及传播特征	4
二、新媒体发展条件	5
三、新媒体内容	7
四、运营与赢利模式	8
五、目标群体分析	9
第三节 新媒体传播的特点及对营销传播的影响	10
一、新媒体的传播特点分析	10
二、新媒体传播对营销传播的影响	13
第二章 新媒体行业分析	16
第一节 新媒体行业发展概况	16
一、中国新媒体发展前景广阔	16
二、新媒体产业链发展分析	18
三、2008年新媒体产业商业模式分析	20
第二节 中国新媒体产业受众及需求分析	23
一、用户的需求与使用特点发生改变	23
二、针对需求变化提供新媒体产品	24
三、需求演变带来媒体角色的新变化	26
第三节 中国新媒体动漫产业发展分析	27
一、网络动漫发展分析	28
二、手机动漫成引擎	33
第二部分 移动媒体发展现状分析	
第三章 移动媒体行业发展概况	41
第一节 移动媒体行业发展分析	41
一、移动新媒体的发展概况	41
二、移动新媒体发展的误区	49
三、移动新媒体的发展趋势	50
四、移动新媒体的商业模式创新	53
第二节 移动媒体市场分析	55
一、移动多媒体应用产业发展分析	55

二、移动媒体发展存在的难题	56
第三节 移动媒体行业投资前景分析	58
一、移动媒体的投资前景分析	58
二、移动多媒体的投资机遇分析	60
第四章 移动电视媒体	62
第一节 移动电视行业发展总体分析	62
一、2008年移动电视市场发展现状	62
二、3G移动电视技术和业务发展及分析	62
三、数字移动电视产业化运营的战略分析	69
四、从欧盟战略看我国移动电视发展	73
第二节 移动电视营运分析	76
一、移动电视运营的发展概况	76
二、数字移动电视运营模式分析	81
三、移动电视的盈利模式分析	85
第三节 车载电视发展分析	87
一、2008年车载电视成投资新宠	87
二、2008年车载移动电视市场发展现状	88
三、2008年车载电视主题发展分析	92
四、2008年奥运车载液晶电视市场分析	93
五、2008-2009年中国车载电视市场销量预测	94
第四节 移动电视发展预测	96
一、2008-2010年移动电视市场竞争格局	96
二、2010年全国移动电视市场规模预测	100
三、2012年全球移动电视市场消费预测	102
第三部分 行业细分市场及区域市场分析	
第五章 手机媒体及其业务发展分析	105
第一节 手机媒体市场发展分析	105
一、手机媒体的形态与内容分析	105
二、手机媒体的用户与需求分析	110
三、手机媒体的经营与发展分析	114
第二节 2008年手机电视发展分析	121
一、手机电视覆盖率分析	121
二、2008年手机电视标准分析	122
三、2008年手机电视发展需解决的难题	124
四、2008年手机电视实践亮点分析	125

- 五、2008-2010年手机电视消费需求预测 130
- 六、2012年3G手机电视用户预测 134
- 第三节 2008年手机游戏发展分析 135
 - 一、2008年手机游戏产业面临的机遇与挑战 135
 - 二、2008年手机游戏迈向新时代 138
 - 三、2008年手机游戏为用户付费的首选 140
 - 四、2008年手机游戏收入预测 141
 - 五、2010年我国手机游戏市场发展预测 143
- 第四节 2008年手机短信发展分析 143
 - 一、全球短信业务发展分析 143
 - 二、2008年手机短信将有“防火墙” 146
 - 三、2008年短信市场规模分析 146
- 第五节 2008年手机广告发展分析 149
 - 一、手机媒体广告的发展瓶颈及对策 149
 - 二、2008年3G手机广告模式发展分析 153
 - 三、2008年全球手机广告市场规模预测 156
 - 四、2008-2010年中国无线广告市场规模预测 157
- 第六章 中国IPTV产业发展分析 159
 - 第一节 中国IPTV市场发展分析 159
 - 一、我国IPTV发展前景分析 159
 - 二、影响IPTV发展因素 160
 - 三、IPTV应突破传统定价模式 163
 - 四、中国IPTV市场上演激烈竞争 164
 - 第二节 2008年IPTV市场发展现状 171
 - 一、2008年中国IPTV市场发展现状 171
 - 二、2008年我国IPTV市场发展态势 175
 - 三、2008年IPTV业务与产业链分析 178
 - 四、有线数字电视IPTV发展分析 179
 - 第三节 IPTV发展趋势分析 181
 - 一、2009年IPTV技术发展趋势 181
 - 二、2008-2010年IPTV全球发展市场预测 183
- 第七章 其它网络媒体及其业务发展分析 187
 - 第一节 网络视频 187
 - 一、网络视频发展概况 187
 - 二、2008年网络视频发展现状 189

- 三、网络视频业发展面临的问题 190
- 四、网络视频良性发展分析 191
- 五、2008年网络视频发展新趋势 194
- 第二节 网络博客 198
 - 一、中国博客规模发展情况 198
 - 二、2007年中国博客市场调查分析 199
 - 三、博客发展趋势分析 232
 - 四、未来博客发展方向分析 236
- 第三节 网络游戏 238
 - 一、2008年网络游戏市场发展分析 238
 - 二、2008年中国网络游戏市场发展分析 247
 - 三、2008年中国网络游戏产业发展趋势 249
 - 四、2009年中国网络游戏市场规模预测 253
- 第四节 网络广告 254
 - 一、2008年网络广告的机遇与挑战 254
 - 二、2008年中国网络广告规模分析 255
 - 三、2008-2011年中国网络广告市场预测 256
- 第四部分 行业竞争格局分析
- 第八章 新媒体竞争格局分析 259
 - 第一节 传统媒体与新媒体的竞争与发展 259
 - 一、新媒体与传统媒体竞争分析 259
 - 二、传统媒体与新兴媒体的竞争格局 260
 - 第二节 2008年新媒体竞争现状分析 262
 - 一、国内新媒体竞争进入2.0时代 262
 - 二、2008年奥运期间新媒体竞争升级 263
 - 三、渠道型新媒体混乱的圈地竞争 265
 - 四、2008年外资角逐我国新媒体市场 269
- 第九章 新媒体行业重点企业分析 271
 - 第一节 北京歌华有线电视网络股份有限公司 271
 - 一、公司概况 271
 - 二、2008年公司经营情况 272
 - 三、2008年公司动态 281
 - 第二节 上海东方明珠（集团）股份有限公司 282
 - 一、公司概况 282
 - 二、2008年公司经营情况 284

三、2008年公司动态	289
第三节 成都博瑞传播股份有限公司	291
一、公司概况	291
二、2008年公司经营情况	293
第四节 上海新华传媒股份有限公司	299
一、公司概况	299
二、2008年公司经营情况	300
三、2008年公司动态	303
第五节 湖南电广传媒股份有限公司	304
一、公司概况	304
二、公司主营业务	305
三、2008年公司经营情况	308
四、2008年公司动态	313
第六节 中视传媒股份有限公司	315
一、公司概况	315
二、2008年公司经营情况	316
第五部分 行业发展策略及趋势	
第十章 新媒体发展策略	321
第一节 新媒体发展模式及策略分析	321
一、新媒体动漫营销的新模式	321
二、户外新媒体的价值创新路径	324
三、广播电视新媒体的发展策略	326
第二节 传统电视的新媒体发展策略	327
一、新媒体对传统电视的影响	327
二、传统电视的新媒体发展策略	330
第三节 英国第四频道新媒体品牌运营策略	334
一、全方位多渠道拓展品牌内涵	335
二、建立新旧媒体融合统一的品牌形象	335
三、实现传统电视节目内容的传播增值	335
四、提升新媒体形态下的品牌核心竞争力	336
五、在互动中提升品牌影响力	336
第十一章 新媒体行业投资及发展趋势	338
第一节 新媒体行业投资分析	338
一、新媒体的盈利方式分析	338
二、理性投资新媒体行业	343

第二节 2008年新媒体的发展趋势 346

一、2008年新媒体业务方式预测 347

二、2008年新媒体产业特性预测 348

三、2008年新媒体技术形态预测 349

四、2008年新媒体市场机会预测 350

第三节 2008-2011年新媒体行业发展趋势 352

一、2008年中国新媒体发展主流趋势 352

二、2009年中国新媒体市场发展预测 354

三、2008-2011年新媒体市场规模预测 355

图表目录

图表：新媒体的经济学特性 3

图表：2004-2007年中国网民人数增长情况 17

图表：2002-2007年中国互联网普及率 17

图表：互联网的应用功能分类 18

图表：两种主流地面广播技术标准比较 64

图表：基于移动通信和数字广播的移动电视业务比较 67

图表：2006-2009年中国车载电视市场规模及增长预测 96

图表：国际移动电视广播标准 98

图表：2007-2012年全球手机电视市场规模及增长 133

图表：2008年1季度短信业务增量速度情况 147

图表：2008年2季度中国移动增值细分市场份额 147

图表：2007年1季度-2008年2季度中国SMS市场规模及增长 148

图表：2008-2012年全球手机广告市场规模预测 157

图表：2005-2010年中国无线广告市场规模及增长率 158

图表：广电运营商的SWOT分析 165

图表：电信运营商的SWOT分析 166

图表：IPTV领域广电和电信的博弈矩阵 171

图表：2003-2008年上半年中国IPTV用户数 172

图表：截至2008年上半年中国IPTV用户数运营商分布 174

图表：2008第2季度中国IPTV市场用户数市场份额 174

图表：2008-2012年中国IPTV用户数 175

图表：2004-2008年全球IPTV用户数和市场规模预测 184

图表：2004-2008年中国IPTV用户数和市场规模预测 185

图表：2006-2010年中国网络视频市场规模及增长率 195

图表：2003-2007年中国博客规模发展情况 199

- 图表：博客价值链 200
- 图表：博客作者总规模 202
- 图表：活跃博客作者规模 202
- 图表：博客作者拥有的博客帐户数量 203
- 图表：活跃用户拥有博客帐户的数量 204
- 图表：2002-2007年活跃博客作者的增长趋势 204
- 图表：博客开始使用互联网的时间分布 206
- 图表：博客作者的网龄分布特点 206
- 图表：博客作者的平均上网时间 207
- 图表：每个博客作者的注册博客帐户的数量 208
- 图表：博客作者的博客状态 208
- 图表：博客作者注册博客的原因 209
- 图表：博客作者注册博客的动因分析 209
- 图表：博客作者更新博客的频率 210
- 图表：博客作者停止更新博客的原因 210
- 图表：博客作者日志内容分布 211
- 图表：博客作者中在自己的博客中是否添加他人的博客链接 212
- 图表：博客作者链接什么人的博客 212
- 图表：博客作者中参加博客圈的比例 213
- 图表：博客作者参加博客圈的类型 213
- 图表：博客作者是否在博客中留下自己的真实信息 214
- 图表：博客上个人真实信息的类型 215
- 图表：博客作者的博客日志内容与线下行为的一致性 215
- 图表：博客作者对增值服务的态度 216
- 图表：博客作者的性别比例 216
- 图表：博客作者的学历构成 217
- 图表：博客作者的职业类别 218
- 图表：博客作者收入情况 218
- 图表：博客注册用户的博文浏览行为 220
- 图表：博客作者浏览博客的频率 220
- 图表：博客注册用户是否有固定浏览别人博客的行为 221
- 图表：博客作者进入固定浏览博客页面的方式 221
- 图表：获知博客的渠道分布 222
- 图表：浏览博客的目的分析 222
- 图表：经常浏览的博客内容类别 223

- 图表：经常浏览那些人的博客 224
- 图表：博客工具使用度研究 224
- 图表：网民浏览博文与新闻的时长比较 225
- 图表：网民浏览博文与新闻的频率比较 225
- 图表：网民对博文与新闻的信任度比较 226
- 图表：博客作者对博客平台的满意度情况 228
- 图表：博客作者是否更换过博客平台 229
- 图表：博客作者更换博客平台的原因 229
- 图表：博客作者使用过的博客功能或者工具 230
- 图表：博客作者对博客平台功能的需求 230
- 图表：博客作者对自己的博客使用独立域名的需求状况 231
- 图表：博客作者对个性化博客域名的接受度 231
- 图表：2006年1季度-2008年1季度中国网络游戏市场规模 239
- 图表：2006年4季度-2008年1季度中国网络游戏市场集中度 239
- 图表：2008年1季度中国网络游戏市场细分份额 240
- 图表：2008年1季度中国各网络游戏类型比例 240
- 图表：2008年1季度中国网络游戏产地分布 241
- 图表：2008年1季度中国网络游戏收费模式占比 241
- 图表：2008年1季度网络游戏运营商市场规模份额TOP10 242
- 图表：2008年1季度中国网络游戏运营商市场规模TOP15 242
- 图表：2008年1季度中国各网络游戏类型比例 243
- 图表：2006年1季度-2008年2季度中国网络游戏市场规模 244
- 图表：2008年5月5日-6月1日某网络游戏企业充值笔数 245
- 图表：2008年2季度中国网络游戏运营商市场规模份额TOP15 246
- 图表：2008年2季度网络游戏运营商市场规模份额TOP10 247
- 图表：2007-2011年中国网页游戏用户付费率 247
- 图表：2007年2季度-2008年2季度中国网络广告市场规模 255
- 图表：2003-2011年中国网络广告市场规模 258
- 图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司偿债能力分析 272
- 图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司资本结构分析 272
- 图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司经营效率分析 273
- 图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司获利能力分析 273
- 图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司发展能力分析 274
- 图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司现金流量分析 274
- 图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司投资收益分析 275

- 图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司收入细分情况比较 275
- 图表：2006-2008年2季度北京歌华有线电视网络股份有限公司毛利率变化情况 276
- 图表：2006-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司收入、成本及利润增长情况 276
- 图表：2008年上半年北京歌华有线电视网络股份有限公司主要指标增长情况 277
- 图表：2008-2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司收入预测 278
- 图表：2008-2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司损益简表及预测 279
- 图表：2008-2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司资产负债表 279
- 图表：2008-2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司利润表 280
- 图表：2008-2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司现金流量表 280
- 图表：2008-2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司主要财务比率 281
- 图表：2006-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司利润表 285
- 图表：2006-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司收入构成 286
- 图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司偿债能力分析 286
- 图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司资本结构分析 287
- 图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司经营效率分析 287
- 图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司获利能力分析 288
- 图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司发展能力分析 288
- 图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司现金流量分析 289
- 图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司投资收益分析 289
- 图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司偿债能力分析 293
- 图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司资本结构分析 293
- 图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司经营效率分析 294
- 图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司获利能力分析 294
- 图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司发展能力分析 295
- 图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司现金流量分析 295
- 图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司投资收益分析 296
- 图表：2008-2010年成都博瑞传播股份有限公司利润表预测 296
- 图表：2008-2010年成都博瑞传播股份有限公司主要财务指标预测 297
- 图表：2008-2010年成都博瑞传播股份有限公司资产负债表 297
- 图表：2008-2010年成都博瑞传播股份有限公司现金流量表 298
- 图表：2008-2010年成都博瑞传播股份有限公司主要财务比率 298
- 图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司偿债能力分析 300
- 图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司资本结构分析 301
- 图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司经营效率分析 301
- 图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司获利能力分析 302

图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司发展能力分析 302
图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司现金流量分析 303
图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司投资收益分析 303
图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司偿债能力分析 308
图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司资本结构分析 308
图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司经营效率分析 309
图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司获利能力分析 309
图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司发展能力分析 310
图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司现金流量分析 310
图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司投资收益分析 311
图表：2008-2010年湖南电广传媒股份有限公司资产负债表 311
图表：2008-2010年湖南电广传媒股份有限公司利润表 312
图表：2008-2010年湖南电广传媒股份有限公司现金流量表 312
图表：2008-2010年湖南电广传媒股份有限公司主要财务比率 313
图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司偿债能力分析 316
图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司资本结构分析 317
图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司经营效率分析 317
图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司获利能力分析 318
图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司发展能力分析 318
图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司现金流量分析 319
图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司投资收益分析 319
图表：2008-2010年中视传媒股份有限公司预测和比率 319

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxin/3018730187.html>