

2016-2022年中国移动媒体市场发展现状及十三五 投资价值分析报告

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《2016-2022年中国移动媒体市场发展现状及十三五投资价值分析报告》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/guanggaochuanmei/250457250457.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

中国报告网发布的《2016-2022年中国移动媒体市场发展现状及十三五投资价值分析报告》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。

报告简介

第一章移动媒体行业发展综述

第一节移动媒体行业相关概念概述

- 一、移动媒体行业定义
- 二、移动媒体特点分析
- 三、传统媒体与移动媒体对比

第二节zui近3-5年中国移动媒体行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒 / 退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标
- 八、行业成熟度分析

第二章移动媒体行业市场环境及影响分析

第一节移动媒体行业政治法律环境

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要法律法规
- 三、移动媒体行业相关标准
- 四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节行业经济环境分析

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节行业社会环境分析

一、移动媒体产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、技术环境对行业的影响

第三章我国移动媒体行业运行现状分析

第一节我国移动媒体行业发展状况分析

一、我国移动媒体行业发展背景

二、我国移动媒体行业发展总体概况

三、我国移动媒体行业发展特点分析

四、移动媒体行业运营模式分析

第二节2014-2016年移动媒体行业发展现状

一、2014-2016年我国移动媒体行业市场规模

二、2014-2016年我国移动媒体行业发展分析

第三节2014-2016年移动媒体市场情况分析

一、2014-2016年中国移动媒体市场总体概况

二、2014-2016年中国移动媒体产品市场发展分析

第四章我国移动媒体行业整体运行指标分析

第一节2014-2016年中国移动媒体行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业产值规模分析

第二节2014-2016年中国移动媒体行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

第三节我国移动媒体市场供需分析

一、2014-2016年我国移动媒体行业供给情况

二、2014-2016年我国移动媒体行业需求情况

三、2014-2016年我国移动媒体行业供需平衡分析

第五章移动媒体行业细分业态分析

第一节手机媒体发展概况

一、移动通信的发展

二、移动增值业务的发展

第二节手机音乐业务

一、中国手机音乐发展历程

二、中国手机音乐商业模式分析

三、中国手机音乐市场用户规模

四、中国手机音乐发展现状

五、中国手机音乐市场竞争格局

六、中国手机音乐用户行为分析

七、中国手机音乐市场发展趋势

第三节手机报业务

一、手机报的发展状况

二、手机报的发展现状

三、手机报发展存在的问题及制约

四、解决手机报发展瓶颈的措施及发展前景

第四节手机阅读业务

一、手机阅读发展背景

二、手机阅读产业链分析

三、手机阅读市场现状

四、手机阅读需求特点

五、主流手机阅读软件对比分析

六、手机阅读用户调查分析

七、手机阅读发展存在的问题

八、手机阅读发展前景预测

第五节手机游戏业务

一、手机游戏发展阶段

二、手机游戏发展情况

三、手机游戏市场分析

四、手机游戏情况

五、手机游戏市场趋势分析

六、手机游戏市场前景预测

第六节手机视频业务

一、中国手机视频市场规模

二、中国手机视频布局分析

三、中国手机视频用户调研分析

四、中国手机视频商业模式分析

五、中国手机视频行业发展趋势

第七节手机动漫业务

一、中国手机动漫发展背景

二、中国手机动漫市场规模

三、中国手机动漫政策扶持情况

四、中国手机动漫发展趋势

第六章2016-2022年移动媒体行业竞争形势及策略

第一节行业总体市场竞争状况分析

一、移动媒体行业竞争结构分析

二、移动媒体行业企业间竞争格局分析

三、移动媒体行业集中度分析

四、移动媒体行业SWOT分析

第二节2014-2016年中国移动媒体行业竞争格局综述

一、移动媒体行业竞争概况

二、中国移动媒体行业竞争力分析

三、中国移动媒体竞争力优势分析

四、移动媒体行业主要企业竞争力分析

第三节2016-2022年国内外移动媒体行业竞争格局分析

一、2016-2022年国外移动媒体竞争分析

二、2016-2022年我国移动媒体市场竞争分析

第四节移动媒体市场竞争策略分析

第七章移动媒体行业领先企业经营形势分析

第一节广州网易计算机系统有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业移动媒体业务发展

四、企业发展战略分析

第二节新浪网络科技股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业移动媒体业务发展

四、企业发展战略分析

第三节深圳市腾讯计算机系统有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业移动媒体业务发展

四、企业发展战略分析

第四节掌阅科技股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业移动媒体业务发展

四、企业发展战略分析

第五节杭州斯凯网络科技有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业移动媒体业务发展

四、企业发展战略分析

第六节北京搜狐新时代信息技术有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业移动媒体业务发展

四、企业发展战略分析

第七节北京百度网讯科技有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业移动媒体业务发展

四、企业发展战略分析

第八章2016-2022年移动媒体行业前景及趋势预测

第一节2016-2022年移动媒体市场发展前景

一、2016-2022年移动媒体市场发展潜力

二、2016-2022年移动媒体市场发展前景展望

三、2016-2022年移动媒体细分行业发展前景分析

第二节2016-2022年移动媒体市场发展趋势预测

一、2016-2022年移动媒体行业发展趋势

二、2016-2022年移动媒体市场规模预测

三、2016-2022年移动媒体行业应用趋势预测

第三节2016-2022年中国移动媒体行业供需预测

一、2016-2022年中国移动媒体行业供给预测

二、2016-2022年中国移动媒体企业数量预测

三、2016-2022年中国移动媒体资产规模预测

四、2016-2022年中国移动媒体行业需求预测

五、2016-2022年中国移动媒体行业供需平衡预测

第四节影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

第九章2016-2022年移动媒体行业投资机会与风险防范

第一节移动媒体行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、移动媒体行业投资现状分析

第二节2016-2022年移动媒体行业投资机会

一、细分市场投资机会

二、重点区域投资机会

三、移动媒体行业投资机遇

第三节2016-2022年移动媒体行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

第四节中国移动媒体行业投资建议

一、移动媒体行业未来发展方向

二、移动媒体行业主要投资建议

第十章2016-2022年移动媒体行业面临的困境及对策

第一节2016-2022年移动媒体行业面临的困境和对策

第二节移动媒体企业面临的困境及对策

第三节中国移动媒体市场发展面临的挑战与对策

第十一章移动媒体行业发展战略研究

第一节移动媒体行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节对我国移动媒体品牌的战略思考

一、移动媒体品牌的重要性

二、移动媒体实施品牌战略的意义

三、移动媒体企业品牌的现状分析

四、我国移动媒体企业的品牌战略

五、移动媒体品牌战略管理的策略

第三节移动媒体经营策略分析

一、移动媒体市场细分策略

二、移动媒体市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、移动媒体新产品差异化战略

第十二章研究结论及发展建议

第一节移动媒体行业研究结论及建议

第二节移动媒体子行业研究结论及建议

第三节移动媒体行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：2013-2015年中国手机网民规模及其占网民比例

图表：2013-2015年网络新闻/手机网络新闻用户规模及使用率

图表：2013年12月-2016年5月中国网民对各类手机应用使用率

图表：行业周期示意图

图表：“十三五”移动媒体相关行业发展规划和目标

图表：2013-2015年我国GDP增长速度情况

图表：2013-2015年居民消费价格上涨率情况

图表：2013-2015年我国居民恩格尔系数情况

图表：2013-2015年固定资产投资增速情况

图表：2013-2015年我国固定资产投资总值及增长率情况

图表：2013-2015年房地产投资增速情况

图表：2013-2015年我国规模以上工业增加值增速情况

图表：2013-2015年全国公共财政收入情况分析

图表：2015年末人口数及其构成

图表：2013-2015年城镇新增就业人数

图表：2013-2015年农村居民人均纯收入

图表：2013-2015年城镇居民人均可支配收入

图表：2013-2015年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2013-2015年研究与试验发展（R&D）经费支出

图表：2013-2015年卫生技术人员人数

图表：2013-2015年我国移动媒体行业市场规模

图表：我国移动媒体用户使用情况分析

（GYYS）

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/guanggaochuanmei/250457250457.html>