

2021年中国媒体融合市场调研报告- 市场规模现状与发展趋势分析

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《2021年中国媒体融合市场调研报告-市场规模现状与发展趋势分析》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/532877532877.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

媒体融合，信息产业融合背景下传媒产业的一种新运营模式，主要是通过把报纸、电视台、电台等传统媒体，与互联网、手机、手持智能终端等新兴媒体传播通道有效结合起来，资源共享，集中处理，衍生出不同形式的信息产品，然后通过不同的平台传播给受众。

自2014年以后，随着移动互联网新媒体对传统媒体的冲击愈发猛烈，为推进传统媒体与网络新媒体的融合，国家相关部门陆续出台政策文件持续推进媒体融合行业发展。

2020年9月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》，从重要意义、目标任务、工作原则三个方面明确了媒体深度融合发展的总体要求，推动传统媒体和新兴媒体在体制机制、政策措施、流程管理、人才技术等方面加快融合步伐，尽快建成一批具有强大影响力和竞争力的新型主流媒体，逐步构建网上网下一体、内宣外宣联动的主流舆论格局，建立以内容建设为根本、先进技术为支撑、创新管理为保障的全媒体传播体系。

我国媒体融合行业相关政策

时间

发布主体

政策

要点

2008年

国务院

《关于鼓励数字电视产业发展若干政策的通知》

支持包括国有电信企业在内的资本参与数字电视接入网络建设和电视接收段数字化改造，为媒介融合打开窗口

2010年1月

国务院

《推进三网融合的总体规划》

将三网融合提升到培育战略性新兴产业的重要任务三网高度进行推进，并要求组织开展三网融合试点

2010年8月

新闻出版总署

《关于加快我国数字出版产业发展的若干意见》

为贯彻落实中央关于调整产业结构和转变发展方式的战略部署，贯彻落实《文化产业振兴规划》和新闻出版总署《关于进一步推动新闻出版产业发展的指导意见》，推进出版业升级，现就加快我国数字出版产业发展提出如下意见

2012年2月

新闻出版总署

《关于加快出版媒体集团改革的指导意见》

《意见》充分认识加快出版传媒集团改革发展的重要性紧迫性，加快出版传媒集团改革发展的指导思想、原则要求和主要目标，积极推进出版传媒集团战略性改组，大力支持出版传媒集团应用高新技术和推动产业升级，切实加强出版传媒集团科学管理，鼓励和扶持出版传媒集团走出去，加快出版传媒集团改革发展的保障措施等八部分

2014年8月

中央全面深化改革领导小组第四次会议

《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》

将推动传统媒体与新兴媒体融合发展上升到国家战略任务的层面，开启了我国媒介融合的序幕

2015年9月

国务院

《三网融合推广方案》

要求总结推广试点经验，将广电、电信业务双向进入扩大到全国范围并实质性展开工作

2016年7月

国家新闻出版广电总局

《关于进一步加快广播电视媒体与新兴媒体融合发展的意见》

提出力争两年内，广播电视媒体与新兴媒体融合发展在局部区域取得突破性进展，形成几种基本模式的总体目标

2017年1月

中共中央办公厅、国务院办公厅

《关于促进移动互联网健康有序发展的意见》

大力推动传统媒体与移动新媒体深度融合发展，加快布局移动互联网阵地建设

2017年5月

中共中央办公厅、国务院办公厅

《国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要》

扶持重点主流媒体创新思路，推动融合发展尽快从相“加”迈向相“融”，形成新型传播模式。支持党报党刊、通讯社、电台电视台建设统一指挥调度的融媒体中心、全媒体采编平台等“中央厨房”，重构新闻采编生产流程，生产全媒体产品。明确不同类型、不同层级媒体定位，统筹推进媒体结构调整和融合发展，打造一批新型主流媒体和媒体集团。

2018年11月

中央全面深化改革委员会第五次会议

《关于加强县级融媒体中心建设的意见》

要深化机构、人事、财政、薪酬等方面改革，调整优化媒体布局，推进融合发展，不断提高

县级媒体传播力、引导力、影响力。

2018年12月

国务院办公厅

《关于推进政务新媒体健康有序发展的意见》

按照前台多样、后台联通的要求，推动各类政务新媒体互联互通、整体发声、协同联动，推进政务新媒体与政府网站等融合发展，实现数据同源、服务同根，方便企业和群众使用

2019年1月

中共中央宣传部、国家广播电视总局

《县级融媒体中心建设规范》

县级融媒体中心应整合县级媒体资源，巩固壮大主流思想舆论，不断提高县级媒体传播力、引导力、影响力、公信力。

习近平总书记在中共中央政治局第十二次集体学习时的重要讲话

推动媒体融合向纵深发展，做大做强主流舆论。提出主流媒体要大胆运用新技术、新机制、新模式，加快融合发展脚步；通过技术支撑和内容建设，打造一批具有强大竞争力的新型主流媒体，从而掌握舆论场主动权和主导权。

2019年4月

国家广播电视总局

《总局办公厅关于建立“国家广播电视总局媒体融合发展专家库”的通知》

通过建立“国家广播电视总局媒体融合发展专家库”，凝聚最广泛力量，汇集全行业智慧，贯彻落实好中央“推动媒体融合发展、构建全媒体传播格局”重大战略部署，为总局推进媒体融合发展决策提供重要参考，提升总局广播电视行业治理体系和治理能力现代化水平。建设初期，专家库包括“优秀专家学者”和“优秀行业从业人员”两个子库。

2019年10月

国家广播电视总局

《总局关于创建广播电视媒体融合发展创新中心有关事宜的通知》

决定择优创建广播电视媒体融合发展创新中心，以改革创新思路举措，汇聚各方力量、深入研究探索、强化应用示范，加快推进广播电视媒体与新兴媒体深度融合一体发展。

2019年11月

科技部

《关于批准建设媒体融合与传播等4个国家重点实验室的通知》

为适应全媒体时代发展需求，推动媒体融合向纵深发展，强化科技支撑，批准建设“媒体融合与传播国家重点实验室”“传播内容认知国家重点实验室”“媒体融合生产技术与系统国家重点实验室”“超高清视音频制播呈现国家重点实验室”等4个实验室。

2020年年初

国家广播电视总局

《新闻出版广播影视“十三五”发展规划》

提出到2020年争取实现舆论传播力、引导力、影响力、公信力大幅提升，公共文化服务全面升级，对经济的拉动作用显著增强，“智慧广电”战略和新闻出版数字化转型升级行动全面推进，保障国家文化安全的能力显著提高，传播中国声音、提升中国形象、产品服务走出去的成效和作用更加凸显等目标。

2020年9月

中共中央办公厅、国务院办公厅

《关于加快推进媒体深度融合发展的意见》

深刻认识全媒体时代推进这项工作的重要性紧迫性，坚持正能量是总要求、管得住是硬道理、用得好是真本事，坚持正确方向，坚持一体发展，坚持移动优先，坚持科学布局，坚持改革创新，推动传统媒体和新兴媒体在体制机制、政策措施、流程管理、人才技术等方面加快融合步伐，尽快建成一批具有强大影响力和竞争力的新型主流媒体，逐步构建网上网下一体、内宣外宣联动的主流舆论格局，建立以内容建设为根本、先进技术为支撑、创新管理为保障的全媒体传播体系。资料来源：公开资料整理（shz）

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。《2021年中国媒体融合市场调研报告-市场规模现状与发展趋势分析》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、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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国媒体融合行业发展概述

第一节 媒体融合行业发展情况概述

- 一、媒体融合行业相关定义
- 二、媒体融合行业基本情况介绍
- 三、媒体融合行业发展特点分析
- 四、媒体融合行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、媒体融合行业需求主体分析

第二节 中国媒体融合行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、媒体融合行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国媒体融合行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国媒体融合行业生命周期分析

- 一、媒体融合行业生命周期理论概述
- 二、媒体融合行业所属的生命周期分析

第四节 媒体融合行业经济指标分析

- 一、媒体融合行业的赢利性分析
- 二、媒体融合行业的经济周期分析
- 三、媒体融合行业附加值的提升空间分析

第五节 中国媒体融合行业进入壁垒分析

- 一、媒体融合行业资金壁垒分析
- 二、媒体融合行业技术壁垒分析
- 三、媒体融合行业人才壁垒分析

四、媒体融合行业品牌壁垒分析

五、媒体融合行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球媒体融合行业市场发展现状分析

第一节 全球媒体融合行业发展历程回顾

第二节 全球媒体融合行业市场区域分布情况

第三节 亚洲媒体融合行业地区市场分析

一、亚洲媒体融合行业市场现状分析

二、亚洲媒体融合行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲媒体融合行业市场前景分析

第四节 北美媒体融合行业地区市场分析

一、北美媒体融合行业市场现状分析

二、北美媒体融合行业市场规模与市场需求分析

三、北美媒体融合行业市场前景分析

第五节 欧洲媒体融合行业地区市场分析

一、欧洲媒体融合行业市场现状分析

二、欧洲媒体融合行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲媒体融合行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界媒体融合行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球媒体融合行业市场规模预测

第三章 中国媒体融合产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品媒体融合总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国媒体融合行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国媒体融合产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国媒体融合行业运行情况

第一节 中国媒体融合行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国媒体融合行业市场规模分析

第三节 中国媒体融合行业供应情况分析

第四节 中国媒体融合行业需求情况分析

第五节 我国媒体融合行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国媒体融合行业供需平衡分析

第七节 中国媒体融合行业发展趋势分析

第五章 中国媒体融合所属行业运行数据监测

第一节 中国媒体融合所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国媒体融合所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国媒体融合所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国媒体融合市场格局分析

第一节 中国媒体融合行业竞争现状分析

一、中国媒体融合行业竞争情况分析

二、中国媒体融合行业主要品牌分析

第二节 中国媒体融合行业集中度分析

一、中国媒体融合行业市场集中度影响因素分析

二、中国媒体融合行业市场集中度分析

第三节 中国媒体融合行业存在的问题

第四节 中国媒体融合行业解决问题的策略分析

第五节 中国媒体融合行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国媒体融合行业需求特点与动态分析

第一节 中国媒体融合行业消费市场动态情况

第二节 中国媒体融合行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 媒体融合行业成本结构分析

第四节 媒体融合行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国媒体融合行业价格现状分析

第六节 中国媒体融合行业平均价格走势预测

一、中国媒体融合行业价格影响因素

二、中国媒体融合行业平均价格走势预测

三、中国媒体融合行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国媒体融合行业区域市场现状分析

第一节 中国媒体融合行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区媒体融合市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区媒体融合市场规模分析

四、华东地区媒体融合市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区媒体融合市场规模分析

四、华中地区媒体融合市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区媒体融合市场规模分析

四、华南地区媒体融合市场规模预测

第九章 2017-2020年中国媒体融合行业竞争情况

第一节 中国媒体融合行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国媒体融合行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国媒体融合行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 媒体融合行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国媒体融合行业发展前景分析与预测

第一节 中国媒体融合行业未来发展前景分析

一、媒体融合行业国内投资环境分析

二、中国媒体融合行业市场机会分析

三、中国媒体融合行业投资增速预测

第二节 中国媒体融合行业未来发展趋势预测

第三节 中国媒体融合行业市场发展预测

一、中国媒体融合行业市场规模预测

二、中国媒体融合行业市场规模增速预测

三、中国媒体融合行业产值规模预测

四、中国媒体融合行业产值增速预测

五、中国媒体融合行业供需情况预测

第四节 中国媒体融合行业盈利走势预测

一、中国媒体融合行业毛利润同比增速预测

二、中国媒体融合行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国媒体融合行业投资风险与营销分析

第一节 媒体融合行业投资风险分析

一、媒体融合行业政策风险分析

二、媒体融合行业技术风险分析

三、媒体融合行业竞争风险分析

四、媒体融合行业其他风险分析

第二节 媒体融合行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国媒体融合行业发展战略及规划建议

第一节 中国媒体融合行业品牌战略分析

一、媒体融合企业品牌的重要性

二、媒体融合企业实施品牌战略的意义

三、媒体融合企业品牌的现状分析

四、媒体融合企业的品牌战略

五、媒体融合品牌战略管理的策略

第二节 中国媒体融合行业市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国媒体融合行业战略综合规划分析

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

第四节 媒体融合行业竞争力提升策略

一、媒体融合行业产品差异性策略

二、媒体融合行业个性化服务策略

三、媒体融合行业的促销宣传策略

四、媒体融合行业信息智能化策略

五、媒体融合行业品牌化建设策略

六、媒体融合行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国媒体融合行业发展策略及投资建议

第一节 中国媒体融合行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国媒体融合行业营销渠道策略

一、媒体融合行业渠道选择策略

二、媒体融合行业营销策略

第三节 中国媒体融合行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国媒体融合行业重点投资区域分析

二、中国媒体融合行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wangluomeiti/532877532877.html>