

2009年中国新媒体行业市场分析及投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2009年中国新媒体行业市场分析及投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200812/8633.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

第一章 2008年中国新媒体行业发展环境分析

一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2008年中国新媒体行业发展政治环境分析

三、2008年中国新媒体行业发展社会环境分析

第二章 新媒体相关概述

一、新媒体的概念与内容分类

- (一) 新媒体的内涵
- (二) 新媒体内容分类

二、新媒体发展模式分析

- (一) 新媒体的传播特征
- (二) 新媒体发展条件
- (三) 运营与赢利模式
- (四) 目标群体分析

三、新媒体传播的特点及对营销传播的影响

- (一) 新媒体的传播特点分析
- (二) 新媒体传播对营销传播的影响

第三章 2008年全球新媒体行业发展形势分析

一、2008年全球新媒体行业的发展现状分析

- (一) 全球新媒体行业发展现状分析
- (二) 2008年全球新媒体行业快速发展的主要原因
- (三) 目前全球新媒体行业发展特点分析

二、2008年全球新媒体主要国家发展动态分析

- (一) 美国
- (二) 日本
- (三) 韩国
- (四) 台湾

三、2009-2012年全球新媒体产业发展趋势分析

第四章 2008年中国新媒体行业发展态势剖析

一、2008年中国新媒体行业概况

(一) 中国新媒体行业产业链分析

(二) 中国新媒体运营与盈利模式浅析

二、2008年中国新媒体行业动态分析

(一) 广告——网络广告异军突起

(二) 有线数字电视——进入全面快速发展阶段

(三) 宽带——上升空间巨大

(四) 网络游戏——市场集中度较高

三、2008年中国新媒体行业受众及需求分析

(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

四、2008年中国新媒体行业发展特点分析

(一) 融合

(二) 创新

(三) 合作

(四) 替代

五、2008年中国新媒体行业发展存在问题及对策分析

(一) 中国新媒体市场面临的几点问题

(二) 中国新媒体市场的挑战及发展

(三) 新媒体业发展需要具备的条件分析

(四) 新媒体业以差异化与精准化突围

第五章 2008年中国移动媒体行业发展综合态势分析

一、2008年中国移动媒体行业发展概况分析

(一) 移动媒体创造传媒产业新天地

(二) 移动多媒体业务的消费群体分析

(三) 移动媒体业发展动力分析

- (四) 广电与电信的移动多媒体业务竞争
- (五) 清晰的业务模式促使移动多媒体产业链发展

二、2008年中国移动媒体市场运行态势分析

- (一) 中国移动新媒体技术及发展
- (二) 移动多媒体业务的消费群体分析
- (三) 移动媒体业发展动力分析
- (四) 广电与电信的移动多媒体业务竞争
- (五) 清晰的业务模式促使移动多媒体产业链发展
- (六) 移动新媒体的商业模式创新解析

三、2008年中国移动媒体行业面临的挑战及对策

- (一) 移动数字内容发展面临的挑战
- (二) 移动媒体盈利模式过于单一
- (三) 移动媒体发展遭遇尴尬境地
- (四) 移动新媒体发展存在误区

四、2009-2012年中国移动媒体行业投资前景分析

- (一) 移动多媒体五个投资机遇分析
- (二) 移动新媒体发展的业务创新发展趋势

第六章 2008年中国移动电视媒体发展概况分析

一、2008年中国移动电视行业发展总体分析

- (一) 日韩主导全球移动电视市场
- (二) 2008年移动电视市场发展现状分析
- (三) 3G移动电视技术和业务发展及分析
- (四) 数字移动电视产业化运营的战略分析
- (五) 从欧盟战略看我国移动电视发展

二、2008年中国移动电视营运形势分析

- (一) 中国移动电视的运营优势分析
- (二) 移动电视的赢利模式构建
- (三) 数字移动电视运营模式分析
- (四) 数字移动电视盈利渠道分析
- (五) 构建移动电视多元化运营模式

三、车载电视发展分析

- (一) 2008年车载电视成投资新宠
- (二) 2008年车载移动电视市场发展现状
- (三) 2008年移动车载电视运营模式分析
- (四) 车载电视产业发展面临四大问题

四、2008年中国移动电视行业发展存在的问题及对策分析

- (一) 移动电视发展存在不确定性
- (二) 移动电视发展面临的问题
- (三) 移动电视发展尚处初级阶段
- (四) 移动电视商用面临的三大问题
- (五) 移动电视发展对策分析

五、2009-2012年中国移动电视发展前景预测分析

- (一) 全球移动电视市场潜力巨大
- (二) 中国移动电视市场规模预测
- (三) 中国移动电视市场腾飞在即
- (四) 数字移动电视的市场前景分析
- (五) 移动电视行业发展展望

第七章 2008年中国手机媒体及其业务发展局势探究

一、2008年中国手机媒体市场发展状况分析

- (一) 手机媒体成为传媒资讯新载体
- (二) 手机媒体技术发展状况
- (三) 手机媒体的发展应用及盈利模式分析
- (四) 中国手机新媒体产业逐渐成形

二、2008年中国手机电视发展概况分析

- (一) 手机电视短期盈利难以实现
- (二) 手机电视业务技术发展状况
- (三) 中国手机电视的13亿元大市场
- (四) 中国手机电视商业模式分析
- (五) 手机电视发展面临四大难题
- (六) 手机电视市场培养是重点

三、2008年中国手机游戏发展状况分析

- (一) 手机游戏成增值服务业新商机

- (二) 手机游戏发展面临的机遇与挑战
- (三) 手机网游的主要瓶颈分析
- (四) 2008年手机游戏为用户付费的首选
- (五) 2009-2012年我国手机游戏市场发展预测

四、2008年中国手机短信发展态势分析

- (一) 手机短信业发展探析
- (二) 手机短信市场潜力巨大
- (三) 中国多媒体短信(MMS)的发展
- (四) 五大手机增值业务发展分析
- (五) 中国手机短信发展面临瓶颈
- (六) 2008年手机短信将有“防火墙”

五、2008年中国手机广告发展概况分析

- (一) 手机媒体广告的特性与优势
- (二) 中国手机媒体广告市场发展迅猛
- (三) 手机媒体广告的几种模式
- (四) 手机媒体广告的SWOT分析
- (五) 手机媒体广告发展瓶颈及对策
- (六) 手机媒体广告形式及效果评估

六、2008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) 手机媒体在发展中存在的问题分析
- (三) 手机与媒体联姻遭遇尴尬
- (四) 中国手机媒体发展的五大制约因素
- (五) 手机媒体发展受制于技术瓶颈
- (六) 中国手机媒体的良性发展途径探析

第八章 2008年中国网络电视行业发展综合分析

一、2008年中国IPTV行业发展概况分析

- (一) 我国IPTV发展前景分析
- (二) 影响IPTV发展因素
- (三) IPTV应突破传统定价模式
- (四) 中国IPTV市场上演激烈竞争

二、2008年中国IPTV市场发展现状分析

- (一) 2008年中国IPTV市场发展现状
- (二) 2008年我国IPTV市场发展态势
- (三) 2008年IPTV业务与产业链分析
- (四) 有线数字电视IPTV发展分析

三、2008年中国IPTV产业链分析

- (一) 内容供应商的发展以渠道为主
- (二) 频道运营商发展仍有缺失
- (三) 广电运营商承担角色混乱
- (四) 电信运营商业定位不明朗
- (五) 生产厂家积极推进市场发展

四、2008年中国网络电视市场存在问题综述

- (一) 制约中国IPTV发展的主要问题解析
- (二) IPTV发展的几个障碍
- (三) IPTV面临标准、市场及政策“三重门”
- (四) 国内IPTV发展存在硬伤
- (五) 电信运营商发展网络电视的五大障碍
- (六) 中国IPTV发展遭遇过多政策壁垒

五、2008年中国网络电视发展对策分析

- (一) 中国IPTV业务成功关键发展因素解析
- (二) 应对IPTV发展瓶颈的策略分析
- (三) IPTV共赢需要产业链环节联盟
- (四) 发展IPTV需要突破思维短板

六、2009-2012年中国网络电视发展趋势分析

- (一) 中国IPTV未来发展趋势预测
- (二) 中国网络电视市场热点及前景预测
- (三) 中国IPTV发展阶段预测
- (四) IPTV四大增值业务发展预测

第九章 2008年中国其它网络媒体及其业务发展情况浅析

一、网络视频

- (一) 网络视频发展概况

- (二) 2008年网络视频发展现状
- (三) 网络视频业发展面临的问题
- (四) 网络视频良性发展分析
- (五) 2008年网络视频发展新趋势

二、网络博客

- (一) 中国博客市场商机无限
- (二) 中国博客经济发展解析
- (三) 博客发展趋势分析

三、网络游戏

- (一) 中国网络游戏市场发展分析
- (二) 网络游戏发展的两个关键分析
- (三) 网络游戏发展动力因素解析
- (四) 2009-2012年中国网络游戏市场规模预测

四、网络广告

- (一) 网络广告是门户网站主要收入来源
- (二) 中国网络广告市场发展特点
- (三) 网络广告期待结束“霸王时代”
- (四) 网络广告迅猛增长在于内涵的拓展
- (五) 中国互联网广告面临机遇与挑战

第十章 2008年中国新媒体营销状况分析

一、2008年中国新媒体营销环境分析

二、2008年中国新媒体营销状况分析

- (一) 新媒体时代的营销及原则
- (二) 新媒体营销初显峥嵘
- (三) 新媒体整合营销让广告的传播方式发生改变
- (四) 营销行业迎接新媒体时代来临
- (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

三、2007-2008年中国新媒体营销方针分析

第十一章 2008年中国新媒体行业竞争格局分析

一、2008年中国传统媒体与新媒体的竞争分析

- (一) 新媒体发展是传统媒体变革的必然
- (二) 新兴媒体挑战中国媒体市场结构
- (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

二、2008年中国新媒体行业竞争现状分析

- (一) 国内新媒体竞争进入2.0时代
- (二) 2008年奥运期间新媒体竞争升级
- (三) 渠道型新媒体混乱的圈地竞争
- (四) 2008年外资角逐我国新媒体市场

三、2008年中国新媒体行业竞争存在的问题分析

四、2009-2012年中国新媒体行业竞争趋势分析

第十二章 中国新媒体行业上市公司分析

一、上海东方明珠(集团)股份有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业财务状况分析
- (三) 企业发展战略分析

二、中视传媒股份有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业财务状况分析
- (三) 企业发展战略分析

三、成都博瑞传播股份有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业财务状况分析
- (三) 企业发展战略分析

四、湖南电广传媒股份有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业财务状况分析
- (三) 企业发展战略分析

五、北京歌华有线电视网络股份有限公司

- (一) 企业概况

(二) 企业财务状况分析

(三) 企业发展战略分析

六、陕西广电网络传媒股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务状况分析

(三) 企业发展战略分析

第十三章 2009-2012年中国新媒体发展策略分析

一、2009-2012年中国新媒体发展模式及策略分析

(一) 新媒体动漫营销的新模式

(二) 户外新媒体的价值创新路径

(三) 广播电视新媒体的发展策略

二、2009-2012年中国传统电视的新媒体发展策略

(一) 新媒体对传统电视的影响

(二) 传统电视的新媒体发展策略

三、英国第四频道新媒体品牌运营策略借鉴

(一) 全方位多渠道拓展品牌内涵

(二) 建立新旧媒体融合统一的品牌形象

(三) 实现传统电视节目内容的传播增值

(四) 提升新媒体形态下的品牌核心竞争力

(五) 在互动中提升品牌影响力

第十四章 2009-2012年中国新媒体行业发展及投资分析

一、2009-2012年中国新媒体行业发展前景分析

(一) 未来新媒体的趋势展望

(二) 中国新媒体发展趋势分析

(三) Web2.0新媒体发展趋势解析

二、2009-2012年中国新媒体行业发展趋势分析

(一) 新媒体发展国家的战略已经基本确立

(二) 新媒体传播的技术日趋走向成熟

(三) 新媒体传播的内容不断发展丰富

(四) 新媒体传播呈快速的发展趋势

三、2009-2012年中国新媒体行业市场发展趋势分析

- (一) 新媒体传播的市场总量将持续快速增长
- (二) 融合趋势促使复合新媒体传播的加速发展
- (三) 创建合作共赢的商业模式
- (四) 新媒体传播移动化趋势明晰

四、2009-2012年中国新媒体行业投资机会分析

- (一) 新媒体成传媒行业的投资新热点
- (二) 数字新媒体产业中的风投热点分析
- (三) 数字新媒体业的面临宽带业务投资机遇
- (四) 新媒体产业盈利模式与获得风投的瓶颈解析
- (五) 新媒体VC投资策略分析

五、2009-2012年中国新媒体行业投资风险分析

六、2009-2012年中国新媒体行业投资建议分析

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200812/8633.html>