

2015-2020年中国新媒体市场 监测及发展策略研究报告

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

《2015-2020年中国新媒体市场监测及发展策略研究报告》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/201501/119682.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

我国微博用户数已超过5亿(仅新浪就已过4亿)，微博以43.8%使用率成为增幅最大的移动应用，微博网民使用率达到50.9%；微信上线20个月便积累起两亿用户，即时活跃用户数过亿；而伴随中国成为全球智能手机出货量最大的国家，国内移动APP的应用呈现爆炸式增长。

2014年，微博营销成为热潮；2014年，微信成为营销新阵地；2014年，APP必将崛起为又一大营销平台，目前APP应用已达到百万。坐看2014年的新媒体营销格局，微博营销将持续火热，移动营销将异军突起，微博、微信和APP(微至)将成为企业新媒体营销的三架马车。

2014年全国广播电视行业总收入达到3734.88亿元，创收收入3242.77亿元，同比增长15.67%，增幅比上年降低2.56个百分点。广播电视广告收入达到1387.01亿元，增速比上年下降3.93个百分点，广播和电视广告增速分别降到2.74%和6.97%。全国每个用户月平均收入值27.5元，比上年增长7.3%。创收收入结构逐渐优化，传统收入下降，而新型业务理论上升，版权商业模式加速成长，这是广电商业模式转型和产业增长的新的标志。

中企顾问网发布的《2015-2020年中国新媒体市场监测及发展策略研究报告》共十一章。首先介绍了中国新媒体行业的概念，接着分析了中国新媒体行业发展环境，然后对中国新媒体行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国新媒体行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国新媒体行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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。

第一章 新媒体相关概述

第一节 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

第二节 新媒体的特征及经济学特性

一、新媒体的传播特征及要求

二、新媒体的优势与特点

三、新媒体的经济学特性

第二章 2014年中国新媒体产业运行环境分析

第一节 2014年中国新媒体产业宏观经济环境分析

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、2014年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2014年中国新媒体产业政策环境分析

一、互联网信息服务管理办法

二、互联网等信息网络传播视听节目管理办法

三、广电总局关于加强广播电视有线数字付费频道业务申办及开播管理工作的通知

四、广电总局关于加强移动数字电视试验管理有关问题的通知

第三节 2014年中国新媒体产业社会环境分析

一、2014年中国新媒体产业人口环境分析

二、2014年中国新媒体产业教育环境分析

三、2014年中国新媒体产业文化环境分析

四、2014年中国新媒体产业生态环境分析

第三章 2014年中国新媒体行业分析

第一节 2014年新媒体行业发展概况

一、世界主要国家新媒体发展综述

二、中国新媒体产业发展环境分析

三、中国新媒体产业发展概况

四、中国新媒体产业链日渐成熟

五、国内新媒体业务布局决胜要点

六、中国新媒体运营与赢利模式浅析

第二节 2011-2014年中国新媒体发展分析

一、2014年中国新媒体发展回顾

二、2014年中国新媒体发展综述

三、2014年国内新媒体发展特点

第三节 2014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

第四节 2014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

第五节 2014年中国新媒体营销分析

- 一、新媒体时代的营销及原则
- 二、新媒体营销初显峥嵘
- 三、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

第六节 2014年中国新媒体行业的问题及对策分析

- 一、我国新媒体产业发展面临的瓶颈及对策
- 二、中国新媒体市场面临的几点问题
- 三、中国新媒体市场的挑战及发展
- 四、新媒体业发展需要具备的条件分析
- 五、新媒体业以差异化与精准化突围

第四章 2014年中国新媒体产业投资现状分析

第一节 2014年我国新媒体产业总体发展情况分析

- 一、2014年我国新媒体产业数量变化分析
- 二、2014年我国新媒体产业从业人员数量变化分析
- 三、2014年我国新媒体产业资产规模变化分析
- 四、2014年我国新媒体产业收入利润变化分析

第二节 2014年中国新媒体产业供给分析及预测

- 一、2014年中国新媒体产业供给总量及速率分析
- 二、2014年中国新媒体产业供给结构变化分析
- 三、2015-2020年中国新媒体产业供给预测

第三节 2014年中国新媒体产业需求分析及预测

- 一、2014年中国新媒体产业需求总量及速率分析
- 二、2014年中国新媒体产业需求结构变化分析
- 三、2015-2020年中国新媒体产业需求预测

第四节 2014年中国新媒体产业供需平衡及价格分析

- 一、2014年中国新媒体产业供需平衡分析及预测
- 二、2014年中国新媒体产业价格变化分析及预测
- 三、2014年新媒体产业发展预期及建议

第五节 2014年中国新媒体产业经营效益分析

- 一、2014年中国新媒体产业盈利能力分析
- 二、2014年中国新媒体产业营运能力分析
- 三、2014年中国新媒体产业偿债能力分析
- 四、2014年中国新媒体产业发展能力分析
- 五、2014年中国新媒体产业效益预测

第五章 2014年中国移动媒体行业综合分析

第一节 移动媒体行业发展概况

- 一、移动新媒体的主要特性
- 二、移动媒体成增长最快的新媒体产业
- 三、媒体移动化是行业发展的趋势
- 四、移动媒体创造传媒产业新天地

第二节 2014年中国移动媒体市场分析

- 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

第三节 2014年中国四大通信运营商的移动媒体战略研讨

- 一、中国四大通信运营商的基本状况
- 二、中国四大运营商移动媒体战略的具体情况
- 三、我国四大通讯运营商移动媒体战略比较评析

第四节 2014年中国移动媒体行业面临的挑战及对策

- 一、移动媒体产业发展存在的问题
- 二、移动媒体产业发展面临的困境
- 三、移动媒体盈利模式过于单一
- 四、移动新媒体发展存在误区
- 五、移动多媒体产业发展建议

六、移动媒体产业发展对策

第五节 未来移动媒体行业投资前景分析

- 一、移动多媒体的五个投资机遇分析
- 二、移动媒体发展的趋向
- 三、移动媒体将成户外媒体发展主力
- 四、移动新媒体发展的业务创新发展趋势
- 五、2014年移动媒体服务市场预测

第六章 2014年中国移动电视媒体现状分析

第一节 2014年中国移动电视行业发展综合分析

- 一、中国移动电视业营收增长迅猛
- 二、移动电视市场竞争格局变化
- 三、中国主要城市移动电视收视率赶超传统电视
- 四、移动电视演变为第五媒体
- 五、移动电视市场蓬勃发展

第二节 2014年中国移动电视营运分析

- 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

第三节 2014年中国车载电视业发展现状

- 一、移动车载媒体产业蓬勃发展
- 二、车载电视创造移动市场新空间
- 三、移动车载电视运营模式分析
- 四、公交移动电视行业仍需要修身养性
- 五、车载电视产业发展面临四大问题

第四节 2014年中国移动电视行业存在的问题分析

- 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、传播系统的缺失成为公交移动电视的发展瓶颈
- 五、移动电视业务发展仍待完善

第五节 2014年中国移动电视行业发展对策分析

- 一、移动电视发展对策分析
- 二、移动电视行业应着眼一二线城市
- 三、中国数字移动电视发展需共同协作
- 四、欧盟移动电视发展战略对我国的启示
- 五、移动电视发展商投资运营需要谨慎

第六节 未来中国移动电视发展前景预测

- 一、世界移动电视市场潜力巨大
- 二、2014年全球移动电视用户预测
- 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 2014年中国手机媒体及其业务发展分析

第一节 2014年中国手机媒体市场发展分析

- 一、手机媒体成为传媒资讯新载体
- 二、中国手机新媒体产业逐渐成形
- 三、中国手机媒体取得长足发展
- 四、手机媒体相对互联网的比较优势
- 五、手机媒体盈利模式分析
- 六、3G时代手机媒体将会加速发展
- 七、手机媒体化发展前景广阔

第二节 2014年中国手机电视业发展现状

- 一、手机电视发展现状
- 二、手机电视业务技术发展状况
- 三、我国手机电视主要运营模式分析
- 四、手机电视发展需解决的几个问题

第三节 2014年中国手机游戏业发展现状

- 一、手机游戏成增值服务业新商机
- 二、手机游戏发展面临考验
- 三、手机网游的主要瓶颈分析
- 四、2014年中国手机游戏市场展望

第四节 2014年中国手机短信业发展现状

一、手机短信新闻发展探析

二、春节假期全国手机短信发送火爆

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

第五节 2014年中国手机广告业发展现状

一、手机媒体广告的特性与优势

二、中国手机广告市场发展分析

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

七、3G手机广告业务的市场推广策略

第六节 2014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 2014年中国网络电视产业发展综合分析

第一节 2014年中国IPTV市场发展分析

一、中国IPTV发展概况

二、2014年IPTV行业盘点

三、中国IPTV牌照运营商现状分析

第二节 2014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

第三节 2014年中国网络电视市场存在问题综述

- 一、我国IPTV存在的发展问题及其原因分析
- 二、制约中国IPTV发展的主要问题解析
- 三、IPTV发展的几个障碍
- 四、IPTV面临标准、市场及政策“三重门”
- 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

第四节 2014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
- 五、进一步促进中国IPTV发展的建议

第五节 2014年中国网络电视发展趋势分析

- 一、2014年IPTV行业发展形势
- 二、中国IPTV的发展趋势
- 三、IPTV四大增值业务发展预测

第九章 2014年中国其它网络媒体及其业务发展分析

第一节 2014年中国网络视频行业发展现状

- 一、网络视频发展概述
- 二、金融危机下网络视频行业加快转型步伐
- 三、金融危机给网络视频广告带来发展机遇
- 四、中国网络视频技术发展状况分析
- 五、网络视频发展面临问题分析
- 六、网络视频业的良性发展道路探析
- 七、网络视频产业步入“剩者为王”时代

第二节 2014年中国网络博客行业发展现状

- 一、中国博客市场发展现状
- 二、中国博客经济发展解析
- 三、博客发展趋势分析
- 四、博客未来发展方向预测

第三节 2014年中国网络游戏行业发展现状

- 一、中国网络游戏产业尚处于发展初期

二、2014年网络游戏产业发展状况

三、金融危机下网络游戏行业出口势头较好

四、网络游戏发展动力因素解析

五、网络游戏发展的两个关键分析

六、网络游戏产品的未来发展趋势

第四节 2014年中国网络广告行业发展现状

一、网络广告是门户网站主要收入来源

二、2014年中国互联网广告市场状况

三、2014年中国网络广告快速增长

四、网络广告期待结束“霸王时代”

第十章 2014年中国新媒体行业相关上市公司经营状况

第一节 上海东方明珠（集团）股份有限公司

一、上海东方明珠（集团）简介

二、2013-2014年上海东方明珠（集团）偿债能力分析

三、2013-2014年上海东方明珠（集团）盈利能力分析

四、2013-2014年上海东方明珠（集团）运营能力分析

五、2013-2014年上海东方明珠（集团）发展能力分析

第二节 中视传媒股份有限公司

一、中视传媒股份有限公司简介

二、2013-2014年中视传媒股份有限公司偿债能力分析

三、2013-2014年中视传媒股份有限公司盈利能力分析

四、2013-2014年中视传媒股份有限公司运营能力分析

五、2013-2014年中视传媒股份有限公司发展能力分析

第三节 成都博瑞传播股份有限公司

一、成都博瑞传播股份有限公司简介

二、2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司偿债能力分析

三、2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司盈利能力分析

四、2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司运营能力分析

五、2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司发展能力分析

第四节 湖南电广传媒股份有限公司

一、湖南电广传媒股份有限公司简介

二、2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司偿债能力分析

三、2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司盈利能力分析

四、2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司运营能力分析

五、2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司发展能力分析

第五节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

一、北京歌华有线电视网络股份有限公司简介

二、2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司偿债能力分析

三、2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司盈利能力分析

四、2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司运营能力分析

五、2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司发展能力分析

第六节 陕西广电网络传媒股份有限公司

一、陕西广电网络传媒股份有限公司简介

二、2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司偿债能力分析

三、2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司盈利能力分析

四、2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司运营能力分析

五、2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司发展能力分析

第十一章 2015-2020年中国新媒体行业投资前景分析

第一节 2015-2020年中国新媒体行业投资分析

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

第二节 2015-2020年中国新媒体行业前景分析

一、未来新媒体的趋势展望

二、2014年中国新媒体行业发展的趋势

三、中国新媒体未来前景看好

第三节 2015-2020年我国新媒体产业前景预测

一、2015-2020年我国新媒体产业工业总产值预测

二、2015-2020年我国新媒体产业销售收入预测

三、2015-2020年我国新媒体产业利润总额预测

四、2015-2020年我国新媒体产业总资产预测

五、2015-2020年我国新媒体产业经营能力预测

六、2015-2020年我国新媒体产业盈利能力预测

七、2015-2020年我国新媒体产业偿债能力预测

报告图表目录

图表 2013-2014年中国GDP总量及增长趋势图

图表 2014年中国三产业增加值结构图

图表 2011-2014年中国CPI、PPI月度走势图

图表 2013-2014年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 2013-2014年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表 2001-2014年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表 2001-2014年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表 2013-2014年中国工业增加值增长趋势图

图表 2011-2014年我国工业增加值分季度增速

图表 2013-2014年我国全社会固定资产投资额走势图

图表 2013-2014年我国城乡固定资产投资额对比图

图表 2013-2014年我国财政收入支出走势图

图表 2014年人民币兑美元汇率中间价

图表 2011-2014年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表 2014年中国货币供应量月度增速走势图

图表 2001-2014年中国外汇储备走势图

图表 2013-2014年央行利率调整统计表

图表 我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表 2013-2014年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表 2013-2014年我国货物进出口总额走势图

图表 2013-2014年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表 2013-2014年中国就业人数走势图

图表 2013-2014年中国城镇就业人数走势图

图表 2001-2014年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表 2001-2014年我国总人口数量增长趋势图

图表 2014年人口数量及其构成

图表 2013-2014年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表 2011-2014年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表 2001-2014年中国城镇化率走势图

图表 媒体成本收益曲线图对比

图表 新媒体产业价链

图表 动漫产业链

图表 新媒体产业与传统产业在资源需求方面的差异性

图表 中国本土手机出货预测

图表 非及时互动“树状 + 网状传播”模式

图表 可及时互动“树状 + 网状传播”模式

图表 手机媒体广告SWOT分析

图表 网络电视IPTV的内容及应用示意图

图表 网络电视IPTV产业链示意图

图表 2014年1-12月东方明珠主要财务数据

图表 2014年1-12月东方明珠扣除非经常性损益项目和金额

图表 2011-2014年东方明珠主要会计数据和财务指标

图表 2014年1-12月东方明珠主营业务分行业、产品情况表

图表 2014年1-12月东方明珠主营业务分地区情况

图表 2014年东方明珠主要会计数据及财务指标

图表 2014年东方明珠非经常性损益项目及金额

图表 2014年1-12月中视传媒主要财务数据

图表 2014年1-12月中视传媒扣除非经常性损益项目和金额

图表 2011-2014年中视传媒会计数据和财务指标

图表 2014年1-12月中视传媒主营业务按行业划分的构成情况

图表 2014年1-12月中视传媒主营业务按地区划分的构成情况

图表 2014年中视传媒主要会计数据及财务指标

图表 2014年中视传媒非经常性损益项目及金额

图表 2014年1-12月博瑞传播主要财务数据

图表 2014年1-12月博瑞传播非经常性损益项目及金额

图表 2011-2014年博瑞传播主要会计数据和主要财务指标

图表 2014年1-12月博瑞传播主营业务分行业情况

图表 2014年1-12月博瑞传播主营业务分地区情况

图表 2014年1-12月博瑞传播主要财务数据

图表 2014年1-12月博瑞传播非经常性损益项目及金额

图表 2011-2014年博瑞传播主要会计数据和主要财务指标

图表 2014年1-12月博瑞传播主营业务分行业、产品情况

图表 2014年1-12月博瑞传播主营业务分地区情况

图表 2014年1-12月电广传媒主要利润指标

图表 2011-2014年电广传媒主要会计数据

图表 2011-2014年电广传媒主要财务指标

图表 2014年1-12月电广传媒非经常性损益项目涉及项目及金额

图表 2014年1-12月电广传媒主营业务经营情况

图表 2014年1-12月电广传媒主营业务分地区情况

图表 2014年电广传媒主要会计数据及财务指标

图表 2014年电广传媒非经常性损益项目及金额

图表 2014年1-12月歌华有线主要财务数据

图表 2014年1-12月歌华有线扣除非经常性损益项目和金额

图表 2011-2014年歌华有线主要会计数据和财务指标

图表 2014年1-12月歌华有线主营业务分行业、产品情况表

图表 2014年1-12月歌华有线主营业务分地区情况

图表 2014年歌华有线主要会计数据及财务指标

图表 2014年歌华有线非经常性损益项目及金额

图表 2014年1-12月广电网络主要财务数据

图表 2014年1-12月广电网络非经常性损益项目和金额

图表 2011-2014年广电网络主要会计数据

图表 2011-2014年广电网络主要财务指标

图表 2014年1-12月广电网络净资产收益率及每股收益

图表 2014年1-12月广电网络主营业务分行业、产品情况表

图表 2014年1-12月广电网络主营业务分地区情况表

图表 2014年1-12月广电网络费用情况

图表 2014年广电传媒主要会计数据及财务指标

图表 2014年广电传媒非经常性损益项目及金额

图表 2015-2020年我国新媒体产业工业总产值统计及预测

图表 2015-2020年我国新媒体产业销售收入统计及预测

图表 2015-2020年我国新媒体产业利润总额预测表

图表 2015-2020年我国新媒体产业总资产统计及预测

图表 2015-2020年我国新媒体产业营运效率预测

图表 2015-2020年我国新媒体产业效益指标预测

图表 2015-2020年我国新媒体产业资产负债率预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201501/119682.html>