

2020-2026年中国广播影视 新媒体市场运行形势分析及发展战略研究报告

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

《2020-2026年中国广播影视新媒体市场运行形势分析及发展战略研究报告》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/201910/144863.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

报告目录：

第一章 广播影视新媒体业相关概述

第一节 新媒体的概念与内容分类

一、新媒体(New Media)内涵

二、中国广播影视新媒体领域特征

三、中国广播影视新媒体领域构成

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 2015-2017年中国广播影视新媒体领域运行环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

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、2017年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2015-2017年中国广播影视新媒体领域市场政策环境分析

一、《文化产业振兴规划》

二、广电总局对广播影视业监管

三、相关产业法律法规

第三节 2015-2017年中国广播影视新媒体领域市场技术环境分析

第四节 2015-2017年中国广播影视新媒体领域市场社会环境分析

第三章 2015-2017年中国新媒体产业运行新形势透析

第一节 2015-2017年新媒体行业运行综述

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、中国新媒体产业链日渐成熟

四、国内新媒体业务布局决胜要点

五、中国新媒体运营与赢利模式浅析

第二节 2015-2017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、用户的需求与使用特点发生改变
- 三、针对需求变化提供新媒体产品
- 四、需求演变带来媒体角色的新变化

第三节 2015-2017年中国传统媒体与新媒体的竞争分析

- 一、新媒体环境下的传媒创新特征
- 二、新媒体对传统媒体的冲击分析
- 三、新媒体受众接触率已经超越传统媒体
- 四、新媒体与传统媒体竞争分析
- 五、传统媒体与新兴媒体的竞争格局
- 六、危机促进传统媒体向新媒体转变
- 七、新媒体与传统媒体的融合

第四节 2015-2017年中国新媒体营销解析

- 一、新媒体营销初露峥嵘
- 二、营销行业迎接新媒体时代来临
- 三、整合营销下的我国新媒体价值实现
- 四、新媒体变化促进精准营销发展
- 五、我国新媒体营销势在必行
- 六、新媒体实效营销传播趋势
- 七、新媒体营销的制胜之道

第五节 2015-2017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、新媒体产业链问题及对策
- 三、2015-2017年新媒体行业面临大洗牌
- 四、新媒体业以差异化与精准化突围

第四章 2015-2017年中国广播影视新媒体领域研究——有线数字电视

第一节 2015-2017年中国有线数字电视产业链研究

- 一、中国有线数字电视产业链构成
- 二、中国有线数字电视产业链现状
- 三、中国有线数字电视产业影响因素

第二节 2015-2017年中国有线数字电视市场规模研究

一、中国有线数字电视产业整体规模

二、中国有线数字电视产业终端规模

三、中国有线数字电视产业用户规模

第三节 2015-2017年中国有线数字电视运营市场研究

一、中国有线数字电视整体转换研究

二、中国有线数字电视网络整合研究

三、中国有线数字电视网络改造研究

四、中国有线数字电视增值业务研究

第四节 2015-2017年中国有线数字电视发展趋势研究

一、中国有线数字电视运营市场发展趋势

二、中国有线数字电视设备市场发展趋势

三、中国有线数字电视用户市场发展趋势

第五章 2015-2017年中国广播影视新媒体领域研究——地面数字电视

第一节 2015-2017年中国地面数字电视产业链发展研究

一、中国地面数字电视产业链构成

二、中国地面数字电视产业链现状

三、中国地面数字电视产业链关系

第二节 2015-2017年中国地面数字电视产业规模研究

一、地面数字电视整体市场规模

二、地面数字电视设备市场规模

三、地面数字电视广告市场规模

第三节 2015-2017年中国移动电视市场发展研究

一、中国移动电视整体市场发展现状

二、中国移动电视细分市场构成

三、中国移动电视细分市场发展趋势

第四节 2015-2017年中国CMMB市场发展研究

一、中国CMMB市场发展现状

二、中国CMMB市场规模构成

三、中国CMMB市场发展趋势

第五节 2015-2017年中国城市电视市场发展研究

一、中国城市电视市场发展现状

二、中国城市电视市场规模构成

三、中国城市电视市场发展趋势

第六节 2015-2017年中国农村无线覆盖市场发展研究

一、中国农村无线覆盖市场发展现状

二、中国农村无线覆盖市场规模构成

三、中国农村无线覆盖市场发展趋势

第七节 未来中国地面数字电视发展趋势研究

一、中国地面数字电视产业链发展趋势

二、中国地面数字电视整体市场发展趋势

三、中国地面数字电视设备市场发展趋势

四、中国地面数字电视广告市场发展趋势

第八节 未来中国地面数字电视发展规模预测

一、中国地面数字电视发展影响力估算

二、中国地面数字电视机顶盒市场规模预测

三、中国地面数字电视一体机市场规模预测

第六章 2015-2017年中国广播影视新媒体领域研究——高清数字电视

第一节 2015-2017年全球高清数字电视发展状况研究

一、全球高清数字电视发展状况

二、全球高清数字电视订户比例研究

三、全球高清数字电视订户增长预测

四、全球高清数字电视机用户发展研究

第二节 2015-2017年中国高清数字电视动态分析

一、中国高清数字电视发展规划

二、高清电视一个庞大产业集群的崛起

三、清数字电视产业市场规模近千亿

四、枣庄市峰城区首批数字电视信号正式开通启用

五、北京将用三年时间大规模普及交互式数字高清电视

第三节 未来中国高清数字电视发展趋势研究

一、中国高清数字电视营销策略

二、中国高清数字电视存在的问题

三、中国高清数字电视市场发展趋势

第七章 2015-2017年中国广播影视新媒体领域研究——卫星数字电视

第一节 2015-2017年中国直播卫星产业宏观发展环境

- 一、中国直播卫星产业宏观政策
- 二、中国直播卫星产业发展规划
- 三、中国直播卫星产业技术标准

第二节 2015-2017年中国直播卫星产业发展现状研究

- 一、中国直播卫星发展意义
- 二、中国直播卫星发展现状
- 三、中国直播卫星存在的问题

第三节 2015-2017年中国广播影视“村村通”工程研究

- 一、中国广播影视“村村通”工程政策
- 二、中国广播影视“村村通”工程进展
- 三、中国广播影视“村村通”工程目标

第四节 未来中国直播卫星产业发展趋势研究

- 一、中国直播卫星政策发展趋势
- 二、中国直播卫星用户发展趋势
- 三、中国直播卫星运营发展建议

第八章 2015-2017年中国广播影视新媒体领域研究——网络电视（IPTV）

第一节 2015-2017年中国IPTV产业链发展研究

- 一、中国IPTV产业链发展现状
- 二、中国IPTV产业链存在问题
- 三、中国IPTV产业链发展策略

第二节 2015-2017年中国IPTV市场规模研究

- 一、中国IPTV 整体市场规模
- 二、中国IPTV 用户市场规模
- 三、中国IPTV 机顶盒市场规模

第三节 2015-2017年中国IPTV运营模式研究

- 一、以主导权划分的运营模式
- 二、以接收终端划分的运营模式

三、以运营特征划分的运营模式

第四节 未来中国IPTV产业发展趋势

一、中国IPTV市场发展趋势

二、中国IPTV技术发展趋势

三、中国IPTV应用发展趋势

第九章 2015-2017年中国手机媒体及其业务运行分析

第一节 2015-2017年中国手机媒体市场发展分析

一、手机媒体的形态与内容分析

二、手机媒体的用户与需求分析

三、手机媒体赢利模式探讨

四、4G时代的手机媒体发展分析

第二节 2015-2017年中国手机电视发展分析

一、手机电视覆盖率分析

二、我国手机电视运营模式研究

三、亚洲手机电视渗透率全球领先

四、手机电视有望成立产业联盟

五、手机电视市场蕴含巨大潜力

六、未来手机电视产业的问题及解决

七、2017年4G手机电视用户预测

第三节 2015-2017年中国手机游戏运行分析

一、手机游戏产业链及收费模式

二、全球手机游戏营收情况

三、手机游戏整体盈利状况

四、新兴市场拉动手机游戏收入增长

五、2015-2017年3G行业带来手机游戏大发展机遇

六、2020-2026年手机游戏市场规模及发展趋势

七、2020-2026年手机游戏年复合增长率

第四节 2015-2017年中国手机短信发展分析

一、全球短信业务浅析

二、短信业务在企业售后服务中的应用

三、手机短信的新闻管理和产业发展探讨

四、全球手机短信业务发展情况

五、我国短信业务量增长情况

第五节 2015-2017年中国手机广告发展分析

一、手机广告的几种模式

二、手机广告业务将加速发展

三、手机广告市场规模分析

四、手机媒体广告的发展瓶颈及对策

五、未来手机广告市场发展预测

第六节 2015-2017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、中国手机媒体发展的五大制约因素

三、中国手机媒体的良性发展途径探析

第十章 2015-2017年其它网络媒体及其业务运行分析

第一节 网络视频

一、网络视频发展概况

二、网络视频广告的春天充满挑战

三、网络视频迎来“3G元年”

四、网络视频市场规模

五、中国网络视频市场收入

六、网络视频营销的发展与趋势分析

七、网络视频业发展面临的问题

八、网络视频业的良性发展道路探析

第二节 网络博客

一、中国博客规模发展情况

二、中国博客作者人数

三、中国博客市场调查分析

四、博客发展趋势分析

五、未来博客发展方向分析

第三节 网络游戏

一、我国网络游戏产业逆市飘红

二、中国网络游戏市场规模情况

三、2015-2017年我国网络游戏用户规模情况

四、2020-2026年我国网页游戏发展前景分析

第四节 网络广告

一、网络广告市场现状及发展趋势

二、中国网络广告联盟市场规模

三、2015-2017年中国网络广告市场分析

四、2020-2026年网络广告规模分析预测

五、网络广告未来趋势

第十一章 2015-2017年中国广播影视新媒体主体企业运行分析

第一节 上海东方明珠（集团）股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 中视传媒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 成都博瑞传播股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 湖南电广传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第五节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第六节 陕西广电网络传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第十二章 2020-2026年中国广播影视新媒体前景预测与投资战略分析

第一节 2020-2026年中国新媒体行业前景展望

- 一、中国新媒体未来发展前景广阔
- 二、新媒体发展方向探讨
- 三、我国新媒体产业发展趋势
- 四、2020-2026年新媒体市场规模预测

第二节 2020-2026年中国新媒体行业投资战略分析

- 一、产业盈利模式与获得风投的瓶颈
- 二、新媒体VC投资策略分析
- 三、新媒体行业风险投资形势分析
- 四、无线新媒体逆势飘红加大投资力度

五、风投对新媒体行业的态度分析

六、金融危机对新媒体投资影响分析

图表目录：

图表：2015-2017年国内生产总值

图表：2015-2017年居民消费价格涨跌幅度

图表：2017年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2013-2016年年末国家外汇储备

图表：2015-2017年财政收入

图表：2015-2017年全社会固定资产投资

图表：2016年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2016年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2016年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：新媒体的经济学特性

图表：2015-2017年中国网民人数增长情况

图表：2015-2017年中国互联网普及率

图表：互联网的应用功能分类

图表：2015-2017年中国新媒体产业规模

图表：2015-2017年中国新媒体产业细分市场结构

图表：移动网络升级带来的增值业务提升

图表：两种主流地面广播技术标准比较

图表：基于移动通信和数字广播的移动电视业务比较

图表：2015-2017年中国车载电视市场规模及增长预测

图表：Media.与Media.的对比

图表：公交移动受众人群特征

图表：公交移动受众时段调查

图表：国际移动电视广播标准

图表：融合运营商业模式

图表：融合运营商业模式下手机电视产业运营的具体操作层面

图表：非即时互动“树状传播”模式

图表：可即时互动“树状+网状传播”模式

图表：典型IPTV业务组成

图表：IPTV厂商所面临的外部环境

图表：广电运营商的SWOT分析

图表：电信运营商的SWOT分析

图表：IPTV领域广电和电信的博弈矩阵

图表：IPTV领域广电和电信的博弈矩阵

图表：博客价值链

图表：博客作者总规模

图表：活跃博客作者规模

图表：博客作者拥有的博客帐户数量

图表：活跃用户拥有博客帐户的数量

图表：2015-2017年活跃博客作者的增长趋势

图表：博客开始使用互联网的时间分布

图表：博客作者的网龄分布特点

图表：博客作者的平均上网时间

图表：每个博客作者的注册博客帐户的数量

图表：博客作者的博客状态

图表：博客作者注册博客的原因

图表：博客作者注册博客的动因分析

图表：博客作者更新博客的频率

图表：博客作者停止更新博客的原因

图表：博客作者日志内容分布

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

图表：博客作者链接什么人的博客

图表：博客作者中参加博客圈的比例

图表：博客作者参加博客圈的类型

图表：博客作者是否在博客中留下自己的真实信息

图表：博客上个人真实信息的类型

图表：博客作者的博客日志内容与线下行为的一致性

图表：博客作者对增值服务的态度

图表：博客作者的性别比例

图表：博客作者的学历构成

图表：博客作者的职业类别

图表：博客作者收入情况

图表：博客注册用户的博文浏览行为

图表：博客作者浏览博客的频率

图表：博客注册用户是否有固定浏览别人博客的行为

图表：博客作者进入固定浏览博客页面的方式

图表：获知博客的渠道分布

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201910/144863.html>