

2020-2026年中国传媒市场 深度评估与未来前景预测报告

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

《2020-2026年中国传媒市场深度评估与未来前景预测报告》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/202008/179434.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

2018 年上半年，全行业营业收入总规模达到 2,499.9 亿元，同比增长 17.5%。增速相较前两年有所放缓，2016、2017 年同期收入增速分别为 32.0%、20.1%。分板块看，互联网服务和营销服务板块增速较高，分别同比增长 68.8%和 40.9%。传媒行业 1H15-1H18 营业收入及其增速

2018 年上半年全行业毛利率 31.4%，同比下降 206bps，整体延续小幅下滑的态势（去年同期毛利率 33.5%，同比下降 106bps）。分版块来看，网络游戏板块毛利率依然最高，达到 56.4%，同比增加 141bps。其他板块毛利率均同比下降，其中营销服务板块毛利率同比下降 430bps，主要由于低毛利的网络营销业务收入占比提升所致；互联网服务板块毛利率同比下降 390bps，主要由于部分公司毛利率下滑幅度较大，其中暴风集团毛利率从 1H17 的 20.2%下滑到 1H18 的-4.7%。

2018 年上半年，传媒板块净利润继续实现小幅增长，全行业实现净利润 336.6 亿元，同比增长 5.3%。净利润增速较前两年大幅下滑，2016、2017 年同期净利润增速分别达 40.3%、25.0%。分版块来看，互联网服务板块净利润增速最高，同比增长 50.3%，主要由于东方财富、快乐购等公司净利润增长带动；影视动漫、营销服务板块亦表现不俗，同比分别增长 19.7%和 13.4%；而有线网络板块净利润同比下降 10.9%，板块个股业绩普遍下滑，仅东方明珠、华数传媒录得增长。传媒行业 1H15-1H18 归母净利润及其增

中企顾问网发布的《2020-2026年中国传媒市场深度评估与未来前景预测报告》共五章。首先介绍了中国传媒行业市场发展环境、传媒整体运行态势等，接着分析了中国传媒行业市场运行的现状，然后介绍了传媒市场竞争格局。随后，报告对传媒做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国传媒行业发展趋势与投资预测。您若想对传媒产业有个系统的了解或者想投资中国传媒行业，本报告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。

报告目录：

第1章：国内外传媒产业发展现状及趋势分析

1.1全球传媒产业发展现状分析

1.1.1全球报纸产业发展分析

1.1.2全球电影产业发展分析

1.1.3全球移动互联网发展分析

1.1.4全球电子商务发展分析

1.1.5全球广告产业发展分析

1.2美国传媒产业发展状况

1.2.1美国传媒产业总体概况

1.2.2美国传统媒体产业发展状况

1.2.3美国新媒体产业发展状况

1.3英国传媒产业发展状况

1.3.1英国传媒产业总体概况

1.3.2英国传统媒体产业发展状况

1.3.3英国新媒体产业发展状况

1.4日本传媒产业发展状况

1.4.1日本传媒产业总体概况

1.4.2日本传统媒体产业发展状况

1.4.3日本新媒体产业发展状况

(1) 因特网用户数量以及普及率

(2) 手机市场发展情况

(3) 社会化媒体

1.5全球传媒产业发展趋势分析

1.5.1电影

1.5.2有线电视

1.5.3数字杂志和报纸

1.5.4电子书

1.5.5游戏

1.6国内传媒产业发展现状及趋势分析

1.6.1产业总产值及增长情况

从数字经济发展整体现状看，全球数字经济规模持续扩张，占GDP比重快速提升；融合型数字经济的主体地位进一步巩固，在数字经济中的占比持续上升；美国数字经济规模排在全球首位，已超10万亿美元，占GDP比重超58%，主要国家融合型数字经济占比普遍超过70%，少数国家甚至达到90%；中国是全球第二大数字经济大国，呈现快速增长、规模庞大、潜力巨大的特征，2016年中国数字经济总量达到22.6万亿元，同比增长18.9%，增长速度位居全球前

列，数字经济占GDP的比重为30.3%，低于全球其他主要国家。由此可见，中国的数字经济仍有较大发展空间，随着互联网逐渐成为受众获取信息资讯和娱乐的主通道，互联网也已成为全球传媒业发展的重要驱动力。

未来五年全球娱乐及媒体行业市场的复合年增长率为4.2%，由于全球政治经济形势不确定因素的增加，传媒业的发展速度将会放缓，而中国仍将以两倍于全球的速度增长。中国稳定的政治经济态势为传媒业营造了良好的发展环境，根据本传媒蓝皮书课题组的统计，2017年中国传媒产业总规模达1万8966.7亿元人民币，较上年同比增长16.6%。2011~2017年中国传媒产业总值与年增长率

1.6.2细分市场规模及增长情况

1.6.3传媒产业市场结构

1.6.4传媒产业形态表现

1.6.5国内传媒产业发展趋势分析

第2章：传统媒体产业发展现状及趋势分析

2.1报纸产业发展现状及趋势分析

2.1.1报纸产业发展规模分析

- (1) 报纸产业总体规模
- (2) 报纸出版发行规模
- (3) 报纸广告规模分析

2.1.2报纸发行市场竞争分析

- (1) 报纸发行市场概况
- (2) 都市类报纸区域竞争格局分析
- (3) 其他类别报纸市场分析

2.1.3报纸广告市场运行分析

- (1) 报纸广告市场概况
- (2) 报纸广告市场结构分析

2.1.4报纸产业发展趋势分析

- (1) 传媒环境变化对报业的影响
- (2) 报纸产业发展趋势分析

2.2图书产业发展现状及趋势分析

2.2.1图书产业发展概况

- (1) 图书出版总量

(2) 图书出版政策解析

2.2.2图书产业发展规模

- (1) 出版社数量
- (2) 产业销售收入
- (3) 从业人员数量
- (4) 出版物发行网点
- (5) 图书进出口分析
- (6) 版权引进输出情况

2.2.3图书产业发展特征

- (1) 图书产业经营效益
- (2) 图书产业区域特征
- (3) 图书出版行业竞争格局

2.2.4图书出版行业发展趋势

- (1) 电子图书与传统图书并融
- (2) 图书成为奢侈品是趋势

2.3期刊产业发展现状及趋势分析

2.3.1期刊产业发展规模

- (1) 期刊出版规模
- (2) 期刊类群结构
- (3) 期刊销售和广告规模

2.3.2期刊发行市场竞争格局

- (1) 期刊市场概况
- (2) 时尚类期刊竞争格局
- (3) 汽车类期刊竞争格局
- (4) 财经类期刊竞争格局
- (5) 家居类期刊竞争格局分析

2.3.3期刊产业发展趋势分析

2.4广播音像产业发展现状及趋势分析

2.4.1广播产业发展现状及趋势分析

- (1) 广播产业发展规模
- (2) 广播产业受众市场分析
- (3) 广播广告经营分析

- (4) 广播产业发展特点
- (5) 广播收听市场分析
- (6) 广播市场竞争格局分析
- (7) 广播产业发展趋势分析

2.4.2 音像产业发展现状及趋势分析

- (1) 音像产业发展规模
- (2) 不同类别音像载体出版情况

2.5 电视产业发展现状及趋势分析

2.5.1 电视产业发展规模分析

- (1) 电视产业基础
- (2) 电视节目时长
- (3) 电视产业规模

2.5.2 电视市场收视特征分析

- (1) 收视量的变化趋势
- (2) 收视量的观众特征
- (3) 收视量的频道分布
- (4) 收视量的时段分布
- (5) 收视量的周天特征

2.5.3 电视市场竞争趋势分析

- (1) 整体竞争格局
- (2) 频道竞争力差异
- (3) 受众市场竞争表现

2.5.4 电视节目类型和收视特点调查

- (1) 各类型节目收视份额
- (2) 各类型节目收视特点
- (3) 电视收视竞争特点总结

2.5.5 电视产业发展趋势分析

- (1) 3D电视需求旺盛
- (2) 电视新媒体发展步伐加快

2.6 电影产业发展现状及趋势分析

2.6.1 电影产业发展规模分析

- (1) 电影院线规模

- (2) 电影产量规模
- (3) 电影观众规模
- (4) 电影票房收入
- (5) 电影海外销售

2.6.2电影产业竞争格局分析

- (1) 区域竞争格局
- (2) 影片竞争格局
- (3) 国产与进口电影竞争格局

2.6.3电影产业发展趋势与前景

- (1) 电影产业发展趋势分析
- (2) 电影产业发展前景预测

第3章：新媒体产业发展现状及趋势分析

3.1数字媒体产业发展现状及趋势分析

3.1.1数字报纸发展分析

- (1) 数字报纸概念
- (2) 数字报纸价值分析
- (3) 数字报纸市场优劣势分析
- (4) 数字报纸市场发展规模
- (5) 数字报纸市场发展趋势
- (6) 数字报纸市场发展前景

3.1.2数字图书发展分析

- (1) 数字图书概念简介
- (2) 数字图书技术分析
- (3) 数字图书应用模式
- (4) 数字图书市场规模
- (5) 数字图书市场结构
- (6) 数字图书前景预测

3.1.3数字期刊发展分析

- (1) 数字期刊发展现状分析
- (2) 纸质期刊的数字化转型分析
- (3) 数字期刊发展前景预测

3.1.4数字广播/音像发展分析

- (1) 数字广播/音像发展现状分析
- (2) 数字广播/音像发展趋势分析

3.1.5数字电视发展分析

- (1) 数字电视用户规模
- (2) 数字电视市场结构
- (3) 数字电视发展趋势分析

3.1.6数字电影发展分析

- (1) 3D电影发展规模
- (2) 3D电影盈利能力
- (3) 3D电影发展契机
- (4) 3D电影发展前景

3.2网络媒体产业发展现状及趋势分析

3.2.1网络媒体产业发展分析

- (1) 网络媒体产业基本状况
- (2) 网络媒体产业细分市场情况

3.2.2网络媒体产业发展趋势分析

- (1) 网络媒体产业主要变化分析
- (2) 网络媒体产业发展趋势分析

3.3移动媒体产业发展现状及趋势分析

3.3.1移动媒体产业发展概况

- (1) 移动媒体市场规模
- (2) 移动媒体市场结构

3.3.2移动媒体产品与服务发展情况

- (1) 移动通信的发展
- (2) 移动搜索的发展
- (3) 移动微博的发展
- (4) 移动视频的发展
- (5) 移动游戏的发展
- (6) 移动购物的发展

3.3.3移动媒体发展趋势分析

- (1) 移动视频媒体潜力巨大

(2) 户外新媒体资本时代结束

3.4 新媒体与传统媒体融合及全媒体发展分析

3.4.1 新媒体与传统媒体的融合发展分析

- (1) 新媒体与传统媒体融合的必然性分析
- (2) 美国传统媒体与新媒体融合的几种方式
- (3) 电视媒体与网络媒体融合发展现状分析
- (4) 传统媒体与新媒体融合发展趋势分析

3.4.2 全媒体发展分析

- (1) 全媒体概念解析
- (2) 传统媒体选择全媒体战略的现实基础
- (3) 传统媒体实施全媒体战略的关键点
- (4) 全媒体战略风险分析

3.4.3 全媒体发展趋势分析

- (1) 数字视频新媒体拥有广阔的发展前景和空间
- (2) 媒介融合由浅入深，从“物理变化”趋向“化学变化”
- (3) 媒介形态、终端及其生产更加专业、细分

第4章：中国传媒产业领先企业经营分析

4.1 传统媒体产业领先企业经营分析

4.1.1 北青传媒股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展规模分析
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业运营情况分析
- (4) 企业经营优劣势分析

4.1.2 华闻传媒投资集团股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展规模分析
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业运营情况分析
- (4) 企业经营优劣势分析

4.1.3 广东广州日报传媒股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展规模分析
- (2) 企业主营业务分析

- (3) 企业运营情况分析
- (4) 企业经营优劣势分析

4.1.4上海新华传媒股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展规模分析
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业运营情况分析
- (4) 企业经营优劣势分析

4.1.5北方联合出版传媒（集团）股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展规模分析
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业运营情况分析
- (4) 企业经营优劣势分析

4.2新媒体产业领先企业经营分析

4.2.1华视传媒集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展规模分析
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业运营情况分析
- (4) 企业经营优劣势分析

4.2.2上海东方明珠（集团）股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展规模分析
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业运营情况分析
- (4) 企业经营优劣势分析

4.2.3TOM集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展规模分析
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业运营情况分析
- (4) 企业经营优劣势分析

4.2.4分众传媒控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展规模分析
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业运营情况分析

(4) 企业经营优劣势分析

4.2.5北京航美传媒广告有限公司经营情况分析

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业运营情况分析

(4) 企业经营优劣势分析

第5章：传媒产业2020-2026年投资机会与建议

5.1传媒产业进入壁垒分析

5.2传媒产业投资环境变化

5.2.1信贷环境变化

(1) 存款准备金率变化

(2) 利率变化

(3) 新增信贷变化

5.2.2金融支持政策

5.2.3传媒新股投融资概况

5.2.4传媒企业上市潮解读

5.3传媒产业投资机会分析

5.3.1影视产业仍存投资机会

5.3.2新媒体面临发展机遇

5.3.3整合与数字化利好出版业

5.4传媒产业投资建议

5.4.1继续发展影视业

5.4.2争当动漫行业领导者

5.4.3加大数字化出版投入

5.4.4适当加大广告投入

部分图表目录：

图表1：全球报纸出版市场结构与GDP增长对比（单位：百万美元，%）

图表2：2018年全球电影票房TOP20（单位：亿美元）

图表3：2018年中国电影票房TOP20（单位：亿元）

图表4：全球高速无线网络设备产值（单位：亿美元）

图表5：2013-2018年全球移动社交网络用户规模（单位：亿户，%）

图表6：2018年全球网络广告市场规模（单位：亿美元，%）

图表7：2018年美国报纸广告收入（单位：百万美元）

图表8：近年美国总体图书销售收入（单位：百万美元，%）

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/179434.html>