

2021-2027年中国网络新媒体市场深度分析与行业竞争对手分析报告

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

《2021-2027年中国网络新媒体市场深度分析与行业竞争对手分析报告》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/202108/235118.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

网络与新媒体专业重在人才的创新性、综合性、技术性、实践性、可塑性，新媒体本身就意味着该专业设置就是一个开放的学科体系，融合了现代传播的最新成果，紧跟时代、社会发展步伐，及时开创新的理论。

网络媒体与传统的音视频设备采用的工作方式不同，网络媒体依赖IT设备开发商们提供的技术和设备来传输、存储和处理音视频信号。最流行的传统的SDI（串型数字）传输方式缺乏真正意义上的网络交换特性。需要做大量的工作才可能利用SDI创建类似以太网和IP（因特网协议）所提供的部分网络功能。所以，视频行业中的网络媒体技术就应运而生。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国网络新媒体市场深度分析与行业竞争对手分析报告》共十二章。首先介绍了网络新媒体相关概念及发展环境，接着分析了中国网络新媒体规模及消费需求，然后对中国网络新媒体市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国网络新媒体面临的机遇及发展前景。您若想对中国网络新媒体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。

报告目录：

第一章 2015-2019年中国新媒体行业发展形势分析

第一节 2015-2019年中国新媒体发展综述

- 一、中国新媒体行业发展概况
- 二、新媒体盈利模式探析
- 三、新媒体对国家软实力的建构与传播意义重大

第二节 三网融合带给新媒体行业重大变化

- 一、三网融合简介
- 二、我国三网融合推进状况
- 三、三网融合助推新旧媒体联动合作
- 四、三网融合下新媒体需与新媒介融合发展

第三节 3G产业环境下新媒体的机遇及发展策略

- 一、中国3G产业链发展逐渐成熟

- 二、3G产业发展获国家鼎力支持
- 三、3G技术推动新媒体向纵深发展
- 四、3G时代激发新媒体平台的融合化发展趋势
- 五、3G时代新媒体价值链的重组与提升

第二章 2015-2019年中国网络新媒体行业市场发展环境分析

第一节 2015-2019年中国经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、消费价格指数CPI、PPI
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况
- 七、中国汇率调整（人民币升值）
- 八、对外贸易&进出口

第二节 2015-2019年中国网络新媒体行业政策环境分析

- 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、广电总局关于加强移动数字电视试验管理有关问题的通知

第三节 2015-2019年中国网络新媒体行业社会环境分析

- 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、中国城镇化率
- 六、居民的各种消费观念和习惯

第四节 2021-2027年中国网络新媒体行业技术环境分析

第三章 2021-2027年中国网络新媒体行业发展情况综述

第一节 2021-2027年中国网络新媒体行业发展概述

- 一、我国网络新媒体的发展历程
- 二、互联网新媒体的突出特征

三、互联网新媒体主要分类

四、互联网视频发展和演进

第二节 2015-2019年中国网络新媒体行业动态分析

一、中国互联网用户数量高速增长

二、中国网络媒体表现不凡

三、中国网络媒体发展情况

四、十八种网络新媒体的赢利模式

第三节 2015-2019年中国网络新媒体行业发展存在问题分析

第四章 2015-2019年中国网络新媒体行业运行走势分析

第一节 2015-2019年中国网络媒体营销分析

一、网络媒体催生软化营销方式

二、搜索引擎营销现状及发展趋势探析

三、社交网站营销价值及模式分析

四、门户网站博客营销全面解析

五、微博迅速发展成为新兴营销工具

第二节 2015-2019年中国网络新媒体营销价值探讨

第三节 2015-2019年中国网络新媒体的发展及对社会的影响

一、网络时代初现

二、新兴的第四媒体

三、媒体与网络未来

第五章 2015-2019年中国网络新媒体细分产业解析——新闻网站

第一节 2015-2019年中国新闻网站运行形势分析

一、中国新闻网站发展历程

二、国内重点新闻网站简介

三、新闻网站市场化改革势在必行

第二节 2015-2019年中国新闻网站运行动态分析

一、新闻网站需求分析

二、新闻网站上市的实力及机遇分析

三、新闻网站改制上市的策略分析

第三节 2015-2019年中国新闻网站案例分析

- 一、新华网转企改制案例研究
- 二、地方新闻网站转企改制案例分析

第六章 2015-2019年中国网络新媒体细分产业解析——网络视频

第一节 2015-2019年中国网络视频行业发展透析

- 一、网络视频发展概述
- 二、网络视频发展任重道远
- 三、中国网络视频市场分析
- 四、网络视频盈利模式全面透析
- 五、中国网络视频呈现主流化发展趋向

第二节 2015-2019年中国网络视频用户分析

- 一、中国网络视频用户内容需求与行为解析
- 二、国内手机视频用户发展现状与原因分析
- 三、网络视频产业的发展应立足于用户体验
- 四、网络视频内容及用户体验研究
- 五、中国网络视频受众商业价值分析
- 六、网络视频用户调研

第三节 2015-2019年中国网络视频商业运行模式分析

- 一、国内网络视频商业模式发展现状
- 二、中国宽频网站运营模式有待进一步探索
- 三、P2P流媒体的几种可行商业模式
- 四、中国网络视频分享平台的商业模式展望

第七章 2015-2019年中国网络新媒体细分产业解析——搜索引擎

第一节 2015-2019年中国搜索引擎行业发展概述

- 一、搜索引擎传媒功能日益凸显
- 二、中国搜索引擎市场分析
- 三、搜索引擎行业应加强自律和公众监督

第二节 2015-2019年中国搜索引擎用户分析

- 一、搜索引擎用户规模与结构特征分析
- 二、搜索用户的品牌选择
- 三、搜索用户对品牌选择的原因及忠诚度分析

四、搜索用户的搜索特点

五、搜索用户对广告的区别情况

第三节 2015-2019年中国搜索引擎营销分析

一、搜索引擎营销的目标层次原理

二、搜索引擎营销将引领网络新经济时代

三、贸易战下中小企业掀起新一轮搜索引擎营销热潮

四、搜索引擎营销运用解析

五、搜索营销迈向“个性化”时代

六、搜索引擎营销将走向效果营销

第八章 2015-2019年中国网络新媒体细分产业解析——博客

第九章 2015-2019年中国网络新媒体细分产业解析——社交网站

第十章 2015-2019年中国网络新媒体行业优势企业竞争力分析

第十一章 2021-2027年中国网络新媒体行业发展趋势分析

第十二章 2021-2027年中国网络新媒体行业投资机会与风险分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202108/235118.html>