2022-2028年中国视听新媒体行业发展态势与投资战略咨询报告

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

《2022-2028年中国视听新媒体行业发展态势与投资战略咨询报告》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/202204/286549.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

“新媒体”是一个相对的概念。在媒介演变谱系的不同时间节点，广播之于报纸，电视之于广播，互联网之于广播电视和报纸，智能手机之于传统媒体，都可以被视为新媒体。2020年3月OTT点播媒体运营数据

排名

点播媒体

月活跃规模（万户）

月活规模环比（%）

日活跃规模（万户）

日活规模环比（%）

日户均时长（分钟）

日户均时长环比（%）

1

云视听·极光

9433

2%

3298

-3%

284

6%

2

银河·奇异果

7670

-1%

3394

-7%

272

-8%

3

CIBN酷喵影视

7446

1%

2791

-6%

206

-1%

4

芒果TV

3288

-21%

585

-23%

221

-6%

5

云视听小电视

1891

25%

212

26%

117

8%

6

云视听MoreTV

830

-2%

219

7%

243

-1%

7

CIBN聚体育

812

-20%
67
-34%
70
-14%
8
CIBN聚精彩
427
-18%
42
-13%
95
17%
9
CIBN微视听
343
3%
87
6%
122
-3%　　中企顾问网发布的《2022-2028年中国视听新媒体行业发展态势与投资战略咨询报告》共十五章。首先介绍了中国视听新媒体行业市场发展环境、视听新媒体整体运行态势等，接着分析了中国视听新媒体行业市场运行的现状，然后介绍了视听新媒体市场竞争格局。随后，报告对视听新媒体做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国视听新媒体行业发展趋势与投资预测。您若想对视听新媒体产业有个系统的了解或者想投资中国视听新媒体行业，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 视听新媒体相关概述
第一节 视听新媒体的概念与内容分类
一、视听新媒体的内涵
二、视听新媒体内容分类
第二节 视听新媒体的特征及经济学特性
一、视听新媒体的传播特征及要求
二、视听新媒体的优势与特点
三、视听新媒体的经济学特性

第二章 视听新媒体行业分析
第一节 视听新媒体行业发展概况
一、世界主要国家视听新媒体发展综述
二、中国视听新媒体产业发展环境分析
三、中国视听新媒体产业发展概况
四、中国视听新媒体产业链日渐成熟
五、国内视听新媒体业务布局决胜要点
六、中国视听新媒体运营与赢利模式浅析
第二节 2015-2019年中国视听新媒体发展分析

新媒体行业整体流量及货币化景气度向上，OTT、IPTV、PUGC/UGC/PGC视频等新媒体对传统视听娱乐的渗透趋势预计仍会持续，关注一季度新增会员后续留存以及ARPPU提升，但全年广告业务或将承压；爱优腾MAU增长放缓，芒果TV在低基数水平下仍保持较高增长。随着春节假期结束以及复工复学，3月视频平台用户规模有所回落，但是对比去年12月，腾讯视频和优酷用户规模仅出现微降，爱奇艺和芒果TV仍实现一定增长。其中，芒果TV年初以来推出了《下一站是幸福》《明星大侦探5》等多部热门剧综，3月MAU达16770万，同比增长51%；1Q20剧集和综艺有效播放量分别同比增长98%和7%，剧集和综艺有效播放市占率分别同比增加1.3pct和2.8pct。20年1月，芒果TV人均单日使用时长达80分钟，同比增长27%，时长绝对值领先三大头部视频网站。从头部热度的综艺和和影视榜单来看，综艺方面芒果质量稳定，2019年综艺节目热度TOP10中芒果自制节目占7席，精品比例较高，影视剧仍有较大发展空间。2020Q1各视频平台剧集有效播放市占率同比变化

一、2019年中国视听新媒体发展回顾
二、2019年中国视听新媒体发展亮点
三、2015-2019年中国视听新媒体产业评述

第三节 中国视听新媒体产业受众及需求分析
一、中国视听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、针对需求变化提供视听新媒体产品
四、需求演变带来媒体角色的新变化
第四节 传统媒体与视听新媒体的竞争与发展
一、视听新媒体环境下的传媒创新特征
二、视听新媒体对传统媒体的冲击分析
三、视听新媒体受众接触率已经超越传统媒体
四、视听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视听新媒体转变
七、视听新媒体与传统媒体的融合
第五节 视听新媒体营销
一、视听新媒体营销初露峥嵘
二、营销行业迎接视听新媒体时代来临
三、整合营销下的我国视听新媒体价值实现
四、视听新媒体变化促进精准营销发展
五、我国视听新媒体营销势在必行
六、视听新媒体实效营销传播趋势预测分析
七、视听新媒体营销的制胜之道
第六节 视听新媒体行业的问题及对策分析
一、我国视听新媒体产业发展面临的瓶颈及对策
二、视听新媒体产业链问题及对策
三、中国视听新媒体产业发展面临的问题
四、视听新媒体业以差异化与精准化突围
五、2015-2019年视听新媒体发展过程中的几个问题
六、2019年视听新媒体行业面临大洗牌

第三章 移动媒体行业综合分析
第一节 移动视听媒体行业发展概况
一、移动视听新媒体的主要特性

二、媒体移动化是行业发展的趋势预测分析
三、移动媒体创造传媒产业新天地
第二节 移动视听媒体市场分析
一、移动多媒体业务的消费群体分析
二、移动多媒体应用产业发展分析
三、移动视听新媒体的商业模式创新
四、移动媒体的受众之争
五、移动视听新媒体发展趋势预测分析
第三节 中国三大通信运营商的移动媒体战略研讨
一、三大通信运营商的基本情况分析
二、三大运营商移动媒体战略的具体状况分析
三、三大通讯运营商移动媒体战略比较
第四节 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、移动媒体产业发展存在的难题
三、移动传媒产业盈利模式存在的问题
四、移动视听新媒体发展存在的误区
五、移动媒体产业发展已迫在眉睫
第五节 移动媒体行业投资前景预测
一、2019年中国移动媒体产业发展趋势预测分析
二、2022-2028年移动媒体市场预测分析
三、移动媒体的投资前景预测
四、移动多媒体的投资机遇分析
五、2022-2028年下一代移动多媒体蓝图

第四章 移动电视媒体
第一节 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转变
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、2019年移动电视市场发展现状调研

第二节 移动电视营运分析
一、移动电视运营的发展概况
二、数字移动电视运营模式分析
三、移动电视的盈利模式分析
四、数字移动电视运营模式及策略
五、数字移动电视产业化运营的战略分析
第三节 车载电视发展分析
一、2019年车载电视成投资新宠
二、2019年车载移动电视市场现状调研
三、2019年车载电视主题发展分析
四、2019年中国车载电视市场销量预测分析
五、2019年车载移动电视市场步入发展新阶段
六、2022-2028年中国车载移动电视市场预测分析
第四节 移动电视行业存在的问题分析
一、传播方式有待改进
二、收视环境不好
三、受众的不确定性
四、中国数字移动电视的现实瓶颈
第五节 移动电视行业发展对策分析
一、制定相关产业政策
二、产业链平衡发展
三、移动电视行业挺进一二线城市是关键
四、欧盟移动电视发展战略对我国的启示
第六节 移动电视发展前景预测分析
一、2019年中国视听新媒体分化与移动电视发展趋势预测分析
二、2015-2019年移动电视市场竞争格局
三、2019年全国移动电视市场规模预测分析
四、2019年全球移动电视市场消费预测分析
五、2019年全球移动电视用户数预测分析

第五章 手机媒体及其业务发展分析
第一节 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、2022-2028年手机媒体赢利模式探讨
四、2022-2028年3g时代的手机媒体发展
五、2022-2028年手机媒体发展研究
第二节 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、2019年亚洲手机电视渗透率全球领先
四、2019年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、2019年3g手机电视用户预测分析
第三节 手机游戏发展分析
一、手机游戏产业链及收费模式
二、2019年全球手机游戏营收状况分析
三、2019年手机游戏整体盈利情况分析
四、2019年新兴市场拉动手机游戏收入增长
五、2019年中国手机游戏市场发展情况分析
六、2019年3g行业带来手机游戏大发展机遇
七、2015-2019年手机游戏市场规模及发展趋势预测分析
八、2022-2028年手机游戏年复合增长率
第四节 手机短信发展分析
一、全球短信业务发展分析
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、2019年全球手机短信业务发展状况分析
五、2019年我国短信业务量增长状况分析
第五节 手机广告发展分析
一、手机广告的几种模式
二、手机广告业务发展模式研究
三、手机广告发展状况分析

四、手机媒体广告的发展瓶颈及对策
五、2019年3g手机广告模式发展分析
六、2019年全球手机广告市场规模
七、2019年手机广告业务将加速发展
八、2015-2019年手机广告市场发展预测分析
第六节 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

第六章 中国网络电视产业发展综合分析
第一节 中国iptv市场发展分析
一、我国iptv市场现状调研
二、2015-2019年中国iptv市场回顾与展望
三、中国iptv市场上演激烈竞争
第二节 中国iptv产业链分析
一、设备供应商及设备供应市场
二、平台提供商及平台市场分析
三、电信运营商及运营市场分析
四、频道/内容运营商及内容市场分析
五、芯片及其他技术供应商及市场分析
六、终端厂商及终端市场分析
七、用户及用户市场分析
第三节 中国网络电视市场存在问题及对策
一、影响iptv发展因素
二、我国iptv存在的发展问题及其政策原因
三、中国的iptv为何发展缓慢的原因
四、iptv应突破传统定价模式
五、2019年iptv行业发展机遇和挑战分析
第四节 iptv发展趋势预测
一、我国iptv发展前景预测
二、2019年iptv技术发展趋势预测分析

三、2015-2019年全球iptv市场预测分析
四、2022-2028年中国iptv发展预测分析
五、2019年我国iptv用户发展预测分析

第七章 其它网络媒体及其业务发展分析
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、2019年网络视频市场规模
五、2019年中国网络视频市场收入
六、网络视频营销的发展与趋势预测
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 网络微博
一、中国微博规模发展状况分析
二、2019年中国微博用户人数
三、中国微博市场调查分析
四、微博发展趋势预测
五、未来微博发展方向分析
第三节 网络游戏
一、2019年我国网络游戏产业逆市飘红
二、2019年中国网络游戏市场规模状况分析
三、2019年我国网络游戏用户规模状况分析
四、2019年中国网络游戏市场规模状况分析
五、2019年网络游戏产业市场格局分析
六、2019年我国网页游戏发展前景预测
第四节 网络广告
一、网络广告市场现状及发展趋势预测分析
二、2019年中国网络广告联盟市场规模
三、2019年中国网络广告市场分析
四、2019年网络广告规模分析预测

五、网络广告未来趋势预测分析

第八章 视听新媒体行业竞争分析
第一节 2019年中国视听新媒体企业的竞争现状调研
一、视听新媒体竞争现状分析
二、视听新媒体行业的综合实力竞争分析
三、2019年视听新媒体业的奥运竞争分析
四、数字时代视听新媒体竞争发展分析
第二节 传统媒体与视听新媒体的竞争与发展
一、视听新媒体与传统媒体竞争分析
二、传统媒体与新兴媒体的竞争格局
第三节 2015-2019年中国视听新媒体行业竞争分析及预测

第九章 视听新媒体企业竞争策略分析
第一节 视听新媒体市场竞争策略分析
第二节 视听新媒体企业竞争策略分析

第十章 视听新媒体重点企业分析
第一节 hulu
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、经营情况分析
四、发展战略
第二节 you tube
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、经营情况分析
四、发展战略
第三节 nicovideo
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、经营情况分析

四、发展战略
第四节 netflix
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、经营情况分析
四、发展战略
第五节 vevo
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、经营情况分析
四、发展战略
第六节 google tv
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、经营情况分析
四、发展战略
第七节 上海东方传媒集团有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、经营情况分析
四、发展战略
第八节 北京北广传媒集团有限公司
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、经营情况分析
四、发展战略
第九节 凤凰新媒体
一、企业概况
二、竞争优势分析
三、经营情况分析
四、发展战略

第十一章 视听新媒体行业发展趋势预测分析
第一节 视听新媒体行业前景预测
第二节 2022-2028年视听新媒体市场趋势预测
第三节 2022-2028年视听新媒体市场预测分析

第十二章 视听新媒体行业投资现状分析

第十三章 视听新媒体行业投资环境分析
第一节 经济发展环境分析
第二节 政策法规环境分析
第三节 社会发展环境分析

第十四章 视听新媒体行业投资机会与风险
第一节 视听新媒体行业投资效益分析
第二节 影响视听新媒体行业发展的主要因素
第三节 视听新媒体行业投资风险及应对措施

第十五章 视听新媒体行业投资战略研究()
第一节 视听新媒体行业发展战略研究
一、战略综合规划
二、业务组合战略
三、区域战略规划
四、产业战略规划
五、营销品牌战略
六、竞争战略规划
第二节 对视听新媒体品牌的战略思考()
第三节视听新媒体行业投资战略研究

详细请访问：http://www.cction.com/report/202204/286549.html