

2022-2028年中国传媒行业 分析与投资前景分析报告

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

《2022-2028年中国传媒行业分析与投资前景分析报告》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/202110/242466.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

2019年中国传媒产业总规模达20959.5亿元，突破2万亿元大关。传媒产业增长率从2017年的16.6%下降至10.5%，但依旧保持两位数的增长，传媒产业整体格局在保持稳健的同时进行深度的结构性调整和政策规制的调整。

2016年后，传媒行业受外延并购对赌期陆续结束、行业增速放缓、政策监管趋严等多方面因素影响，板块上市公司整体业绩表现不及预期。以申万传媒指数168家公司为样本统计，传媒行业上市公司平均营业总收入增速从2016年开始下降，到2019年降至近5年来最低点12.1%；平均归母净利润从2016年开始下降，并由于2019年的大规模商誉减值，归母净利润增速由正转负。2019年，传媒行业共计计提商誉减值损失502.4亿元。传媒行业平均营业总收入及增速

中企顾问网发布的《2022-2028年中国传媒行业分析与投资前景分析报告》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：

第一章传媒产业发展综述

第一节传媒产业简介

一、行业定义

二、行业分类

三、传媒产业本质

四、分类统计标准

第二节传媒产业特点

一、注意力产业

二、独特的赢利模式

三、良好的赢利能力

四、以信息服务为主题

第三节新媒体与传统媒体融合

- 一、新媒体与传统媒体融合的必然性
- 二、传统媒体与新媒体融合的几种方式
- 三、传统媒体与新媒体融合发展趋势
- 四、全媒体发展模式

第四节传媒危机挑战与应对

- 一、国内外传媒危机现状
- 二、传媒危机与危机公关
- 三、传媒危机的应对

第二章传媒产业发展环境分析

第一节传媒产业政策环境分析

- 一、传媒产业管理体制
 - 1、主管部门
 - 2、监管体制
- 二、传媒产业主要政策及法律法规

第二节传媒产业经济环境分析

- 一、宏观经济运行情况
- 二、固定资产投资状况
- 三、宏观经济走势预测

第三节传媒产业社会环境分析

- 一、居民收入分析
- 二、居民文化娱乐支出分析
- 三、居民文化消费理念分析
- 四、传媒市场“碎片化”

第三章国际传媒所属行业发展分析及经验借鉴

第一节全球传媒市场总体情况分析

- 一、全球报纸产业发展分析
- 二、全球电影产业发展分析
- 三、全球移动互联网发展分析
- 四、全球电子商务发展分析
- 五、全球广告产业发展分析

第二节全球主要国家（地区）市场分析

一、美国传媒产业发展状况

- 1、美国传媒产业总体概况
- 2、美国传统媒体产业发展状况
- 3、美国新媒体产业发展状况

二、英国传媒产业发展状况

- 1、英国传媒产业总体概况
- 2、英国传统媒体产业发展状况
- 3、国新媒体产业发展状况

三、日本传媒产业发展状况

- 1、日本传媒产业总体概况
- 2、日本传统媒体产业发展状况
- 3、日本新媒体产业发展状况

第四章中国传媒所属行业整体运行状况分析2015-2018年传媒行业财务费用率

第一节传媒产业产品发展综述

- 一、传媒产业产品收入结构
- 二、传媒产业产品成本分析
 - 1、传媒产品生产成本分析
 - 2、传媒产品成本结构分析
 - 3、传媒产品成本影响因素

第二节传统传媒产业发展概况

- 一、传统传媒产业盈利模式分析
- 二、传统传媒产业市场规模分析
- 三、传统传媒市场竞争格局分析
- 四、传统传媒子行业成长性分析

第三节传媒产业盈利方式分析

- 一、传媒产业三大盈利模式
- 二、传媒企业商业模式划分
- 三、传媒产业利润组成分析

第二节传媒产业增长速度分析

- 一、全球传媒产业增速分析

二、发达国家传媒产业增速

三、中国传媒产业增长潜力

第三节中国传媒产业集团化的发展

一、传媒集团的模式

二、传媒业集团化运作的层次探析

三、传媒集团的资源整合及优势

四、中国传媒集团经营机构发展瓶颈和职能

第五章中国传媒产业重点业务分析

第一节传媒产业内容制作市场分析

一、传媒内容产品需求特征分析

二、内容产品制作趋势

三、传媒产业内容制作企业分析

1、企业内容储备分析

2、内容制作市场格局

四、传媒内容产品发行渠道分析

五、传媒内容产品市场规模及预测

第二节传媒产业广告市场分析

一、广告市场投放特点分析

1、广告投放的行业结构分布

2、广告资金投放规模分析

二、广告投放媒体的选择偏好

1、网络广告市场前景分析

2、传统广告市场前景分析

3、媒体广告投放结构分析

三、传媒产业重点广告市场对比分析

1、电视节目广告市场分析

2、视频网站广告市场分析

3、移动互联网广告市场分析

四、媒体广告业务竞争分析

1、媒体广告业务市场份额分析

2、媒体广告业务价格特点分析

第三节传媒产业衍生产品分析

第六章中国传媒细分行业需求分析及预测

第一节报刊市场现状与需求分析

一、报刊行业发展规模分析

二、报刊分类别市场需求分析

1、时政类报刊市场需求分析

2、生活类报刊市场需求分析

3、娱乐类报刊市场需求分析

4、财经类报刊市场需求分析

5、IT类报刊市场需求分析

三、报刊消费群体需求调研

四、报刊行业市场需求预测

第二节广播媒体市场现状与需求分析

一、广播产业发展规模分析

二、广播广告市场规模分析

三、广播产业受众市场分析

四、广播听众市场调研分析

1、广播听众规模

2、城市广播听众特征

3、听众的收听行为分析

4、听众的收听需求分析

五、广播产业市场需求预测

第三节电视媒体市场现状与需求分析

一、电视媒体产业链发展分析

(1) 电视媒体行业内容市场分析

(2) 电视媒体行业发行市场分析

(3) 电视媒体行业传播渠道分析

二、电视媒体广告市场规模

三、电视节目观众需求调研

四、电视节目市场需求预测

第四节电影媒体市场现状与需求分析

一、电影媒体产业链发展分析

(1) 电影媒体行业内容市场分析

(2) 电影媒体行业发行市场分析

(3) 电影媒体行业传播渠道分析

二、电影植入广告市场规模

三、电影观看群体需求调研

四、电影行业市场需求预测

第五节网络媒体市场现状与需求分析

一、网络媒体受众分析

(1) 网民基本特征分析

(2) 网民网络应用状况

(3) 网民上网动机分析

二、网络媒体广告市场规模

三、网络媒体细分市场分析

四、网络媒体市场需求预测

第六节移动媒体市场现状与需求分析

一、移动媒体用户规模分析

二、移动媒体市场规模分析

三、移动媒体用户特征调研

四、移动媒体细分市场分析

五、移动媒体市场需求预测

第七节数字媒体市场现状与需求分析

一、数字媒体用户规模分析

二、数字媒体市场规模分析

三、数字媒体用户特征调研

四、数字媒体细分市场分析

五、数字媒体市场需求预测

第八节图书市场现状与需求分析

一、图书行业发展规模分析

二、图书分类别市场需求分析

三、图书消费群体需求调研

四、图书行业市场需求预测

第七章2022-2028年传媒产业竞争形势

第一节行业总体市场竞争状况分析

一、传媒产业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力
- 6、竞争结构特点总结

二、传媒产业企业间竞争格局分析

- 1、不同地域企业竞争格局
- 2、不同规模企业竞争格局
- 3、不同所有制企业竞争格局

三、传媒产业集中度分析

- 1、市场集中度分析
- 2、企业集中度分析
- 3、区域集中度分析
- 4、各子行业集中度
- 5、集中度变化趋势

四、传媒产业SWOT分析

- 1、传媒产业优势分析
- 2、传媒产业劣势分析
- 3、传媒产业机会分析
- 4、传媒产业威胁分析

第二节中国传媒产业竞争格局综述

一、传媒产业竞争概况

- 1、中国传媒产业品牌竞争格局
- 2、传媒业未来竞争格局和特点
- 3、传媒市场进入及竞争对手分析

二、中国传媒产业竞争力分析

- 1、我国传媒产业竞争力剖析

- 2、我国传媒企业市场竞争的优势
- 3、民企与外企比较分析
- 4、国内传媒企业竞争能力提升途径

三、中国传媒竞争力优势分析

- 1、整体产品竞争力评价
- 2、产品竞争力评价结果分析
- 3、竞争优势评价及构建建议

四、传媒产业主要企业竞争力分析

- 1、重点企业资产总计对比分析
- 2、重点企业从业人员对比分析
- 3、重点企业营业收入对比分析
- 4、重点企业利润总额对比分析
- 5、重点企业综合竞争力对比分析

第三节传媒产业竞争格局分析

- 一、国内外传媒竞争分析
- 二、我国传媒市场竞争分析
- 三、我国传媒市场集中度分析
- 四、国内主要传媒企业动向
- 五、国内传媒企业拟在建项目分析

第四节传媒产业并购重组分析

- 一、行业并购重组现状及其重要影响
- 二、跨国公司在华投资兼并与重组分析
- 三、本土企业投资兼并与重组分析
- 四、企业升级途径及并购重组风险分析
- 五、行业投资兼并与重组趋势分析

第八章传媒产业领先企业经营形势分析

第一节中国传媒企业总体发展状况分析

- 一、传媒企业主要类型
- 二、传媒企业资本运作分析
- 三、传媒企业创新及品牌建设
- 四、传媒企业国际竞争力分析

五、传媒产业企业排名分析

第二节中国领先传媒企业经营形势分析

一、北青传媒股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业发展规模分析
- 5、企业经营业绩分析

二、北京传媒投资股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业发展规模分析
- 5、企业经营业绩分析

三、华闻传媒投资集团股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业发展规模分析
- 5、企业经营业绩分析

四、广东广州日报传媒股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业发展规模分析
- 5、企业经营业绩分析

五、上海新华传媒股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业发展规模分析
- 5、企业经营业绩分析

六、湖南天舟科教文化股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业发展规模分析
- 5、企业经营业绩分析

七、北方联合出版传媒（集团）股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业发展规模分析
- 5、企业经营业绩分析

八、时代出版传媒股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业发展规模分析
- 5、企业经营业绩分析

九、安徽新华传媒股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业发展规模分析
- 5、企业经营业绩分析
- 8、企业最新发展动向

十、中南出版传媒集团股份有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业产品结构分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业发展规模分析
- 5、企业经营业绩分析

第九章2022-2028年传媒产业需求前景分析

第一节传媒产业五年规划现状及未来预测

- 一、 “十三五”期间传媒产业运行情况
- 二、 “十三五”期间传媒产业发展成果
- 三、 传媒产业“十三五”发展方向预测
 - 1、 传媒产业“十三五”规划制定进展
 - 2、 传媒产业“十三五”规划重点指导
 - 3、 传媒产业在“十三五”规划中重点部署
 - 4、 “十三五”时期传媒产业发展方向及热点

第二节2022-2028年传媒市场发展前景

- 一、 2022-2028年传媒市场发展潜力
- 二、 2022-2028年传媒市场发展前景展望
- 三、 2022-2028年传媒细分行业发展前景分析

第三节2022-2028年传媒市场发展趋势预测

- 一、 2022-2028年传媒产业发展趋势
- 二、 2022-2028年传媒市场规模预测
- 三、 2022-2028年传媒产业应用趋势预测
- 四、 2022-2028年细分市场发展趋势预测

第四节2022-2028年中国传媒产业供需预测

- 一、 2022-2028年中国传媒产业供给预测
- 二、 2022-2028年中国传媒产业产量预测
- 三、 2022-2028年中国传媒产业需求预测
- 四、 2022-2028年中国传媒产业供需平衡预测

第五节2022-2028年中国传媒产业潜在需求分析

- 一、 全球传媒消费者需求变革趋势
 - 1、 全球传媒消费者需求迁移因素
 - 2、 发达国家消费者需求变革趋势
- 二、 国内传媒产业受众需求调研
 - 1、 传媒用户终端接收方式偏好分析
 - 2、 传媒内容用户付费驱动因素分析
- 三、 国内传媒产业广告主需求调研
 - 1、 国内企业广告支出规模分析

- 2、国内企业广告支出行业分布
- 3、国内企业广告支出特征分析
- 4、消费者关注度与广告收益转化率

第六节传媒产业市场需求满足策略

- 一、传媒产业持续创新策略
- 二、传媒产业市场细分策略
- 三、传媒产业消费引导策略

第六节2022-2028年传媒产业发展的影响因素

- 一、有利因素
- 二、不利因素

第十章2022-2028年传媒产业投资机会与风险防范

第一节传媒产业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、传媒产业投资现状分析

第二节2022-2028年传媒产业投资机会

- 一、影视产业仍存投资机会
- 二、新媒体面临发展机遇
- 三、整合与数字化利好出版业

第三节2022-2028年传媒产业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

第四节中国传媒产业投资建议

- 一、传媒产业未来发展方向
- 二、传媒产业主要投资建议

三、中国传媒企业融资分析

第十一章传媒产业发展战略研究

第一节传媒产业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节对我国传媒品牌的战略思考

一、传媒品牌的重要性

二、传媒实施品牌战略的意义

三、传媒企业品牌的现状分析

四、我国传媒企业的品牌战略

五、传媒品牌战略管理的策略

第三节传媒经营策略分析

一、传媒市场细分策略

二、传媒市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、传媒新产品差异化战略

第四节传媒产业投资战略研究

一、2022-2028年传媒产业投资战略

二、2022-2028年细分行业投资战略

第十二章研究结论及发展建议

第一节传媒产业研究结论及建议

第二节传媒子行业研究结论及建议

第三节传媒产业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表传媒产业生命周期

图表传媒产业产业链结构

图表2015-2019年全球传媒产业市场规模

图表2015-2019年中国传媒产业市场规模

图表2015-2019年传媒产业重要数据指标比较

图表2015-2019年中国传媒市场占全球份额比较

图表2015-2019年中国传媒产业总产值及其占GDP比重走势图

图表传媒产业主要监管部门及职责

图表中国传媒产业相关政策规划简析

图表中国传媒产业发展机遇与威胁分析

图表传媒企业广告业务收入集中度（单位：%）

图表不同类型媒体整合营销业务规模及增长速度（单位：亿元，%）

图表2015-2019年中国报纸广告经营额、发行收入及报业总产值增长率（单位：亿元，%）

图表2015-2019年图书出版行业出版社规模（单位：家）

图表2015-2019年中国图书销售收入及增长率（单位：亿元，%）

图表2019年新闻出版行业直接就业人数的产业类别构成（单位：万人，%）

图表2015-2019年中国出版物发行网点变化情况（单位：处，%）

图表2015-2019年中国广播电视行业总收入增长情况（单位：亿元，%）

图表听众经常收听广播的方式（单位：%）

图表2019年以来中国广播接触率（单位：%）

图表城市广播听众特征（单位：%）

图表听众收听广播的同时从事的活动（单位：%）

图表观众收听广播的时间（单位：%）

图表听众收听广播的目的（单位：%）

图表电视媒体传播渠道投资与收购情况

图表2019年互联网应用使用率（单位：万，%）

图表2019年中国网络新闻用户数及使用率（单位：万人，%）

图表2019年网络视频用户数及使用率（单位：万人，%）

图表2019年中国搜索引擎用户数及使用率（单位：万人，%）

图表2019年全球网络广告市场规模

图表2019年美国报纸广告收入

图表2022-2028年广播市场份额分布情况预测（单位：%）

图表2022-2028年网络媒体行业市场份额分布情况预测

图表2022-2028年移动媒体行业市场份额分布情况预测

图表2022-2028年数字媒体行业市场份额分布情况预测

图表2022-2028年中国传媒产业整体市场容量预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202110/242466.html>