

2022-2028年中国传媒行业 分析与投资方向研究报告

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

《2022-2028年中国传媒行业分析与投资方向研究报告》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/202110/242468.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。

一边是并购重组降温，另一边是新股发行常态化，这使得优质公司更多选择直接IPO上市。截至2019年底，申万传媒指数的成分标的已达到150个，较2015年的72个增长超过1倍。2016年后，众多行业头部公司相继上市，包括中国电影、上海电影、幸福蓝海、横店影视、金逸影视在内的头部院线公司纷纷IPO，中国科传、新经典、南方传媒、新华文轩、掌阅科技等出版公司也陆续上市。但值得注意的是，影视制作、游戏等轻资产公司IPO上市明显减少。游戏公司吉比特2017年1月上市后，A股再未出现一家游戏公司IPO，如开心麻花、新丽传媒、华视娱乐等影视公司均已暂停或放弃IPO进程。2011-2018A股借壳上市案例数量SW传媒指数成分股数量

中企顾问网发布的《2022-2028年中国传媒行业分析与投资方向研究报告》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：国内外传媒所属行业发展现状及趋势分析

1.1全球传媒所属行业发展现状分析

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国内传媒所属行业发展现状及趋势分析

1.6.1产业总产值及增长情况

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：传统媒体所属行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2019年上半年中国图书实体渠道码洋占比情况

- (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) 图书所属行业进出口分析
- (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：新媒体所属行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2022-2028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

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2：2019年全球电影票房TOP20（单位：亿美元）

图表3：2019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5：2015-2019年全球移动社交网络用户规模（单位：亿户，%）

图表6：2019年全球网络广告市场规模（单位：亿美元，%）

图表7：2019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/202110/242468.html>