

# 2023-2029年中国新媒体行业分析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](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国新媒体行业分析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/202309/408670.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国新媒体行业分析与未来前景预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录： 第一章&emsp;新媒体行业介绍

1.1&emsp;新媒体定义及主要形式 1.1.1&emsp;行业定义 1.1.2&emsp;行业形式 1.2&emsp;新媒体的特征分析 1.2.1&emsp;主要特征 1.2.2&emsp;传播特征 1.2.3&emsp;经济学特性 第二

章&emsp;中国新媒体产业发展环境分析 2.1&emsp;经济环境 2.1.1&emsp;国内生产总值

2.1.2&emsp;进出口总额 2.1.3&emsp;固定资产投资 2.1.4&emsp;社会融资规模 2.2&emsp;消费环

境 2.2.1&emsp;城乡居民收入 2.2.2&emsp;消费价格走势 2.2.3&emsp;消费市场特点 2.3&emsp;技

术环境 2.3.1&emsp;互联网技术 2.3.2&emsp;数字技术 2.3.3&emsp;移动技术 2.3.4&emsp;物联网

技术 2.3.5&emsp;大数据技术 2.3.6&emsp;云计算技术 第三章&emsp;新媒体行业发展分析

3.1&emsp;新媒体行业综述 3.1.1&emsp;新媒体盈利模式 3.1.2&emsp;行业牌照管制分析

3.1.3&emsp;国家软实力渠道 3.1.4&emsp;新媒体特征分析 3.2&emsp;中国新媒体行业发展分析

3.2.1&emsp;新媒体发展现状 3.2.2&emsp;新媒体广告规模 3.2.3&emsp;行业加速融合

3.2.4&emsp;行业热点主题 3.2.5&emsp;发展策略建议 3.3&emsp;三网融合对新媒体行业发展的

影响分析 3.3.1&emsp;三网融合简介 3.3.2&emsp;三网融合格局 3.3.3&emsp;三网融合进程

3.3.4&emsp;新媒介发展分析 3.3.5&emsp;新媒体发展动向 3.4&emsp;4G产业对新媒体行业发展

影响分析 3.4.1&emsp;4G国际发展现状 3.4.2&emsp;4G中国发展现状 3.4.3&emsp;4G新媒体管理

3.4.4&emsp;4G新媒体服务 3.5&emsp;新媒体行业受众群体分析 3.5.1&emsp;受众心理分析

3.5.2&emsp;受众需求研究 3.5.3&emsp;受众媒介依赖性分析 3.5.4&emsp;新媒体用户行为分析

3.5.5&emsp;强制性传播反应分析 第四章&emsp;网络新媒体行业分析 4.1&emsp;中国互联网发

展分析 4.1.1&emsp;网民规模分析 4.1.2&emsp;网民属性分析 4.1.3&emsp;接入方式分析

4.2&emsp;网络新媒体行业分析 4.2.1&emsp;行业主要分类 4.2.2&emsp;行业特征分析

4.2.3&emsp;行业优势分析 4.2.4&emsp;行业发展现状 4.2.5&emsp;面临问题分析 4.3&emsp;新闻

网站发展分析 4.3.1&emsp;行业发展历程 4.3.2&emsp;市场化分析 4.3.3&emsp;上市SWOT分析

4.3.4&emsp;上市策略分析 4.3.5&emsp;发展机遇分析 4.4&emsp;网络视频发展分析 4.4.1&emsp;

市场规模分析 4.4.2&emsp;市场结构分析 4.4.3&emsp;广告市场规模 4.4.4&emsp;行业发展特征

4.4.5&emsp;行业发展趋势 4.5&emsp;搜索引擎发展分析 4.5.1&emsp;发展驱动因素 4.5.2&emsp;

市场发展现状 4.5.3&emsp;市场规模分析 4.5.4&emsp;市场竞争格局 4.5.5&emsp;引入人工智能

4.5.6&emsp;发展趋势分析 4.6&emsp;微博发展分析 4.6.1&emsp;发展优势分析 4.6.2&emsp;用户

规模分析 4.6.3&emsp;盈利规模分析 4.6.4&emsp;用户行为分析 4.6.5&emsp;微博支付行为  
4.6.6&emsp;商业模式分析 4.6.7&emsp;发展前景预测 4.7&emsp;社交网站发展分析 4.7.1&emsp;  
覆盖规模分析 4.7.2&emsp;用户构成分析 4.7.3&emsp;行业发展特性 4.7.4&emsp;商业价值分析  
4.7.5&emsp;发展趋势预测 第五章&emsp;交互式网络电视（IPTV）发展分析 5.1&emsp;IPTV  
行业介绍 5.1.1&emsp;行业定义 5.1.2&emsp;服务类型 5.1.3&emsp;关键技术 5.1.4&emsp;特色应  
用 5.2&emsp;中国IPTV行业发展分析 5.2.1&emsp;行业发展历程 5.2.2&emsp;产业链分析  
5.2.3&emsp;用户行为分析 5.2.4&emsp;与OTT对比 5.2.5&emsp;行业发展现状 5.2.6&emsp;行业  
发展动态 5.3&emsp;IPTV产业发展要素分析 5.3.1&emsp;内容集成管理 5.3.2&emsp;EPG规划展  
示 5.3.3&emsp;业务运营管理 5.3.4&emsp;数据采集反馈 5.4&emsp;中国IPTV视频业务分析  
5.4.1&emsp;直播电视 5.4.2&emsp;4K电视 5.4.3&emsp;融合电视 5.4.4&emsp;智能应用 5.5&emsp;  
中国IPTV区域发展分析 5.5.1&emsp;北京市 5.5.2&emsp;江苏省 5.5.3&emsp;湖南省 5.5.4&emsp;  
浙江省 5.5.5&emsp;广东省 5.6&emsp;中国IPTV市场存在的问题及对策分析 5.6.1&emsp;面临问  
题分析 5.6.2&emsp;行业制约分析 5.6.3&emsp;行业发展策略 5.7&emsp;IPTV行业发展发展前景  
及趋势分析 5.7.1&emsp;行业前景展望 5.7.2&emsp;行业发展机遇 5.7.3&emsp;行业发展趋势  
5.7.4&emsp;技术发展趋势 第六章&emsp;车载移动电视行业分析 6.1&emsp;移动数字电视发展  
概况 6.1.1&emsp;行业定义 6.1.2&emsp;行业分类 6.1.3&emsp;产业链分析 6.2&emsp;车载移动电  
视市场分析 6.2.1&emsp;市场竞争格局 6.2.2&emsp;车载广告规模 6.2.3&emsp;市场价值分析  
6.2.4&emsp;SWOT分析 6.2.5&emsp;市场经营建议 6.2.6&emsp;行业发展前景 6.3&emsp;中国公  
交移动电视发展分析 6.3.1&emsp;媒介特征分析 6.3.2&emsp;影响能力分析 6.3.3&emsp;运营模  
式分析 6.3.4&emsp;市场竞争格局 6.3.5&emsp;节目内容分析 6.3.6&emsp;行业面临的问题  
6.3.7&emsp;行业发展对策 6.4&emsp;其他车载移动电视 6.4.1&emsp;地铁移动电视 6.4.2&emsp;  
出租车移动电视 6.4.3&emsp;铁路列车电视 第七章&emsp;手持电视（CMMB）行业分析  
7.1&emsp;手持电视（CMMB）概述 7.1.1&emsp;行业介绍 7.1.2&emsp;发展历程 7.1.3&emsp;主  
要业务形态 7.1.4&emsp;终端发展分析 7.2&emsp;手持电视（CMMB）市场分析 7.2.1&emsp;市  
场特点分析 7.2.2&emsp;业务状况分析 7.2.3&emsp;发展热点分析 7.2.4&emsp;市场SWOT分析  
7.3&emsp;手持电视（CMMB）发展策略分析 7.3.1&emsp;内容创新分析 7.3.2&emsp;盈利策略  
分析 7.3.3&emsp;发展切入点 7.4&emsp;手持电视（CMMB）市场发展前景及趋势分析  
7.4.1&emsp;三网融合机遇 7.4.2&emsp;技术发展目标 第八章&emsp;手机媒体行业分析  
8.1&emsp;手机媒体行业总体发展 8.1.1&emsp;市场规模分析 8.1.2&emsp;技术趋势分析  
8.1.3&emsp;市场价格分析 8.1.4&emsp;市场竞争格局 8.1.5&emsp;手机媒体应用 8.1.6&emsp;媒  
体传播能力 8.2&emsp;手机报 8.2.1&emsp;传播方式分析 8.2.2&emsp;产业链分析 8.2.3&emsp;运  
营模式分析 8.2.4&emsp;行业运行状况 8.2.5&emsp;政府支持加大 8.2.6&emsp;面临问题分析

8.2.7&emsp;发展对策分析 8.2.8&emsp;市场发展趋势 8.3&emsp;手机电视 8.3.1&emsp;手机电视概述 8.3.2&emsp;产业链分析 8.3.3&emsp;业务模式分析 8.3.4&emsp;用户特征分析 8.3.5&emsp;用户行为分析 8.3.6&emsp;内容监管分析 8.4&emsp;手机视频 8.4.1&emsp;手机视频概述 8.4.2&emsp;市场规模分析 8.4.3&emsp;用户行为研究 8.4.4&emsp;发展动力分析 8.4.5&emsp;未来发展趋势 8.5&emsp;手机音频广播 8.5.1&emsp;媒介特性分析 8.5.2&emsp;产业链分析 8.5.3&emsp;业务模式分析 8.5.4&emsp;用户特征分析 8.5.5&emsp;用户行为分析 8.5.6&emsp;行业发展动态 8.5.7&emsp;发展前景展望 8.6&emsp;手机小说 8.6.1&emsp;传播形式分析 8.6.2&emsp;媒介特性分析 8.6.3&emsp;产业链分析 8.6.4&emsp;业务模式分析 8.6.5&emsp;用户特征研究 8.6.6&emsp;用户行为分析 8.6.7&emsp;版权监管加强 第九章&emsp;其他新媒体分析 9.1&emsp;视频直播 9.1.1&emsp;市场发展历程 9.1.2&emsp;直播产业链 9.1.3&emsp;市场参与主体 9.1.4&emsp;市场监管现状 9.1.5&emsp;直播业务现状 9.1.6&emsp;市场发展规模 9.2&emsp;多媒体数字报 9.2.1&emsp;产品优势及作用 9.2.2&emsp;国外发展启示 9.2.3&emsp;行业发展现状 9.2.4&emsp;发展案例研究 9.2.5&emsp;收费模式分析 9.2.6&emsp;价值提升策略 9.2.7&emsp;企业发展路径 9.3&emsp;多媒体数字杂志 9.3.1&emsp;发展历程回顾 9.3.2&emsp;发展优势分析 9.3.3&emsp;需求心理分析 9.3.4&emsp;平台盈利模式 9.3.5&emsp;盈利策略分析 9.4&emsp;电子书 9.4.1&emsp;市场状况 9.4.2&emsp;主要品牌分析 9.4.3&emsp;行业发展现状 9.4.4&emsp;行业发展问题 9.4.5&emsp;行业发展策略 9.4.6&emsp;技术发展方向 9.5&emsp;楼宇电视 9.5.1&emsp;传播特点分析 9.5.2&emsp;行业发展阶段 9.5.3&emsp;发展特点分析 9.5.4&emsp;面临问题分析 9.5.5&emsp;未来发展策略 第十章&emsp;新媒体行业竞争分析 10.1&emsp;新媒体与传统媒体的竞争概况 10.1.1&emsp;传统媒体竞争优势 10.1.2&emsp;新媒体竞争优势 10.1.3&emsp;新旧媒体互补优势 10.2&emsp;新媒体行业竞争分析 10.2.1&emsp;竞争格局分析 10.2.2&emsp;核心竞争力分析 10.2.3&emsp;内容竞争分析 10.2.4&emsp;提升竞争力策略 10.3&emsp;传统媒体向新媒体转变发展分析 10.3.1&emsp;央视网 10.3.2&emsp;人民电视 10.3.3&emsp;新华视频 10.4&emsp;传统媒体在新旧竞争中发展策略 10.4.1&emsp;电视媒体转型路线 10.4.2&emsp;介入新媒体领域 10.4.3&emsp;新型发展途径 10.4.4&emsp;竞争策略分析 10.5&emsp;新媒体与传统媒体竞争融合分析 10.5.1&emsp;合作意义重大 10.5.2&emsp;融合政策支持 10.5.3&emsp;大数据积极影响 10.5.4&emsp;竞争融合策略 第十一章&emsp;新媒体行业营销分析 11.1&emsp;新媒体营销概述 11.1.1&emsp;营销价值分析 11.1.2&emsp;营销方式分析 11.1.3&emsp;营销优势分析 11.2&emsp;网络媒体营销 11.2.1&emsp;微信营销分析 11.2.2&emsp;搜索引擎营销 11.2.3&emsp;社交网站营销 11.2.4&emsp;微博营销分析 11.3&emsp;网络视频营销 11.3.1&emsp;营销优势分析 11.3.2&emsp;互动娱乐营销 11.3.3&emsp;网络视频营销新模式 11.3.4&emsp;网红经济成新营销模式 11.3.5&emsp;VR/AR技术推动营销变革 11.4&emsp;移动营销分析 11.4.1&emsp;移动营销规

