

2023-2029年中国新媒体行业分析与市场供需预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国新媒体行业分析与市场供需预测报告》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/202303/341599.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

新媒体是利用数字技术，通过计算机网络、无线通信网、卫星等渠道，以及电脑、手机、数字电视机等终端，向用户提供信息和服务的传播形态。从空间上来看，“新媒体”特指当下与“传统媒体”相对应的，以数字压缩和无线网络技术为支撑，利用其大容量、实时性和交互性，可以跨越地理界线最终得以实现全球化的媒体。

广义的新媒体包括两大类：一是基于技术进步引起的媒体形态的变革，尤其是基于无线通信技术和网络技术出现的媒体形态，如数字电视、IPTV（交互式网络电视）、手机终端等；二是随着人们生活方式的转变，以前已经存在，现在才被应用于信息传播的载体，例如楼宇电视、车载电视等。狭义的新媒体仅指第一类，基于技术进步而产生的媒体形态。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国新媒体行业分析与市场供需预测报告》共十三章。首先介绍了新媒体相关概念及发展环境，接着分析了中国新媒体规模及消费需求，然后对中国新媒体市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国新媒体面临的机遇及发展前景。您若想对中国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 新媒体相关概述

第一节 新媒体的概念及特性

一、新媒体的定义

二、新媒体的特点

三、新媒体的经济学特性

第二节 新媒体发展模式分析

一、新媒体的内涵及传播特征

二、新媒体发展条件

三、新媒体内容

四、运营与赢利模式

五、目标群体分析

第三节 新媒体传播的特点及对营销传播的影响

一、新媒体的传播特点分析

二、新媒体传播对营销传播的影响

第二章 2023-2029年中国新媒体行业市场发展环境分析

第一节 2023-2029年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2023-2029年中国新媒体行业政策环境分析

一、中国传媒业知识产权政策

二、文化传媒业对外开放政策

三、互联网视听节目许可制度施行

四、《信息网络传播视听节目许可证》推动市场洗牌

五、《电子出版物出版管理规定》正式实施

六、《中央补助地方文化体育与传媒事业发展专项资金管理暂行办法》

七、2022年文化产业振兴规划

八、2023-2029年九部门发布金融支持文化产业振兴发展指导意见

九、2023-2029年国家广电总局加强互联网视听节目发展和管理

十、2023-2029年“十三五”国家重点音像电子出版方向确定

第三节 2023-2029年中国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

第三章 2023-2029年中国新媒体行业发展现状综述

第一节 2023-2029年新媒体行业发展概况

一、中国新媒体产业发展情况

二、中国新媒体趋势预测广阔

三、新媒体传播研究热点述评

四、中国新媒体广告增长远超传统媒体

第二节 2023-2029年中国新媒体产业受众及需求分析

一、用户的需求与使用特点发生改变

二、针对需求变化提供新媒体产品

三、需求演变带来媒体角色的新变化

第三节 2023-2029年中国新媒体动漫产业发展分析

一、网络动漫发展分析

二、手机动漫成引擎

第四章 2023-2029年中国移动媒体行业发展基本概述

第一节 2023-2029年移动媒体行业发展分析

一、移动新媒体的发展概况

二、移动新媒体发展的误区

三、移动新媒体的发展趋势

四、移动新媒体的商业模式创新

第二节 2023-2029年移动媒体市场调研

一、移动多媒体应用产业发展分析

二、移动媒体发展存在的难题

第三节 2023-2029年移动媒体行业前景调研分析

一、移动终端的新媒体投资机遇分析

二、移动多媒体投资机遇分析

三、移动媒体发展的趋势

第五章 2023-2029年中国移动电视媒体发展分析

第一节 2023-2029年移动电视行业发展总体分析

一、2022年移动电视行业发展总体分析

二、移动电视开通城市数量增长迅速

三、中国移动电视市场格局分析

四、2023-2029年移动电视技术步入纳米时代

第二节 2023-2029年中国移动电视营运分析

- 一、数字移动电视运营模式分析
- 二、移动电视的盈利模式分析
- 三、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、车载电视成投资新宠
- 二、车载移动电视市场发展现状
- 三、2022年中国公交移动电视发展分析
- 四、2023-2029年中国车载电视市场销量预测

第四节 移动电视发展预测

- 一、2023-2029年移动电视市场发展预测
- 二、2023-2029年全国移动电视市场规模预测
- 三、2023-2029年全球移动电视市场消费预测

第六章 2023-2029年中国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、手机媒体的经营与发展分析
- 四、手机媒体发展的三大趋势

第二节 2022年手机电视发展分析

- 一、中国手机电视市场初具规模
- 二、2022年中国手机电视终端市场迅速扩张
- 三、2022年中国免费手机电视成定制热点
- 四、2023-2029年中国手机电视突破垄断进军国外市场
- 五、2023-2029年中国移动手机电视业务G正式商用
- 六、2023-2029年中国手机电视市场规模预测
- 七、2023-2029年我国手机电视市场发展趋势透析
- 八、2023-2029年3G手机电视用户预测

第三节 2022年手机游戏发展分析

- 一、2022年中国手机游戏行业现状
- 二、2022年度手机游戏市场规模分析
- 三、2022年中国手机游戏用户规模

四、2022年手机游戏产业经济营收情况分析

五、2022年手机游戏的营销模式机遇

六、2022年手机网络游戏迎来机遇期

七、2023-2029年中国手机游戏市场预测

八、2023-2029年中国手机游戏复合增长率预测

第四节 2022年手机短信发展分析

一、2022年中国手机短信发送量

二、2022年运营商将出台短信“限发令”

三、2023-2029年全球短信业务收入预测

第五节 2022年手机广告发展分析

一、中国手机广告市场渐趋火热

二、3G时代中国手机广告发展形势

三、手机广告市场前景看好

四、手机广告市场发展路径特点分析

五、我国手机广告发展存在的问题及对策

第七章 2023-2029年中国IPTV产业发展动态分析

第一节 IPTV的发展现状及影响因素

一、IPTV简介

二、IPTV全球发展现状及趋势

三、IPTV的优势和发展方向

第二节 2022年IPTV市场发展现状

一、2022年中国IPTV市场发展现状

二、2022年我国IPTV市场发展态势

三、2023-2029年IPTV的竞合之年

四、2023-2029年IPTV业务与产业链分析

五、2023-2029年IPTV提速产业发展 商业瓶颈待破题

第三节 IPTV发展趋势分析

一、IPTV标准制定趋势分析

二、2023-2029年三网融合背景下的IPTV发展展望

三、2023-2029年IPTV用户量将翻倍增长

四、2022年全球IPTV用户将达1.23亿

五、2022年全球IPTV利润将达2500亿美元

第四节 IPTV目标市场的调整与构建

一、2022年用户数有望过千万

二、IPTV承载多重使命

三、业务发展用户体验至上

第五节 中国IPTV市场运营商、系统厂商竞争格局

一、运营商竞争格局分析

二、设备商之间的竞争

三、内容提供商之间的竞争

第八章 2023-2029年中国其它网络媒体及其业务发展分析

第一节 2022年中国互联网发展分析

一、互联网成为推动我国经济发展的重要引擎

二、2022年中国互联网事业发展大事记

三、2022年互联网消费分析

四、2022年中国互联网用户规模

五、中国互联网将呈现三大趋势

六、移动互联网前景看好的业务分析

第二节 2023-2029年网络视频发展分析

一、2022年中国网络视频行业发展概述

二、2022年我国网络视频市场收入状况

三、2022年我国网络视频行业发展特点分析

四、2022年我国网络视频行业发展总结

五、2022年网络视频用户分析

（一）网络视频用户特征分析

（二）网络视频用户上网特征概述

（三）用户的使用行为分析

（四）网络视频的分享与上传

（五）网络视频用户观看电视的相关分析

六、2023-2029年我国网络视频市场收入状况

七、2023-2029年网络视频领域发展趋势展望

第三节 2023-2029年网络博客发展分析

- 一、中国博客规模发展情况
- 二、2023-2029年中国博客市场运营状况分析
- 三、简述微博客的新媒体特征
- 四、博客应用与调查性报道的生产变革
- 五、博客发展趋势分析

第四节 2022年网络游戏发展分析

- 一、2022年中国网络游戏市场综况
- 二、2022年中国网游市场解读
- 三、2022年中国网络游戏销售情况
- 四、2022年中国网络游戏年度数据分析
- 五、2022年中国网络游戏市场规模
- 六、2022年中国网络游戏行业盘点
- 七、2022年中国网络游戏出口市场调研
- 八、2023-2029年中国游戏海外并购运作情况
- 九、2023-2029年中国游戏市场五大变革
- 十、2023-2029年中国网络游戏市场规模增长预测

第五节 2022年网络广告发展分析

- 一、2022年中国网络广告规模分析
- 二、2023-2029年中国网络广告规模分析
- 三、2023-2029年网络广告十大发展趋势预测
- 四、中国网络广告市场发展趋势

第六节 2023-2029年网络出版发展分析

- 一、网络出版的特点及其对传统出版业的挑战
- 二、2023-2029年我国数字出版发展态势分析
- 三、2023-2029年新闻出版总署加强网络出版管理营造健康文化氛围

第九章 2023-2029年中国新媒体行业竞争格局分析

第一节 传统媒体与新媒体的竞争与发展

- 一、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
- 三、中国新媒体与传统媒体竞争发展

第二节 2023-2029年中国新媒体竞争现状分析

- 一、国内新媒体竞争进入2.0时代
- 二、新媒体同质化竞争加速行业洗牌
- 三、2023-2029年出版传媒集团加速“进攻”新媒体
- 四、外资角逐我国新媒体市场

第三节 2023-2029年中国新媒体竞争策略分析

- 一、三网融合背景下新媒体的竞争策略
- 二、提高新媒体核心竞争力策略

第十章 中国新媒体行业领先企业分析

第一节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

- 一、公司基本情况概述
- 二、公司成长性分析
- 三、公司财务能力分析
- 四、公司偿债能力分析

第二节 上海东方明珠（集团）股份有限公司

- 一、公司基本情况概述
- 二、公司成长性分析
- 三、公司财务能力分析
- 四、公司偿债能力分析

第三节 成都博瑞传播股份有限公司

- 一、公司基本情况概述
- 二、公司成长性分析
- 三、公司财务能力分析
- 四、公司偿债能力分析

第四节 上海新华传媒股份有限公司

- 一、公司基本情况概述
- 二、公司成长性分析
- 三、公司财务能力分析
- 四、公司偿债能力分析

第五节 湖南电广传媒股份有限公司

- 一、公司基本情况概述
- 二、公司成长性分析

三、公司财务能力分析

四、公司偿债能力分析

第六节 中视传媒股份有限公司

一、公司基本情况概述

二、公司成长性分析

三、公司财务能力分析

四、公司偿债能力分析

第七节 陕西广电网络传媒股份有限公司

一、公司基本情况概述

二、公司成长性分析

三、公司财务能力分析

四、公司偿债能力分析

第十一章 2023-2029年新媒体行业投资前景研究

第一节 新媒体的盈利方式分析

第二节 新媒体行业投资分析

一、新媒体行业投资现状

二、新媒体行业前景调研

第三节 新媒体行业投资前景研究分析

第十二章 2023-2029年中国新媒体行业发展趋势分析

第一节 2023-2029年新媒体行业发展趋势

一、2022年中国新媒体产业发展十大趋势

二、2023-2029年中国新媒体趋势预测报告

三、2023-2029年中国新媒体市场发展预测

四、2023-2029年新媒体成为高端消费品传播新通路

五、2023-2029年中国新媒体市场规模预测

第二节 2023-2029年中国电视与网络新媒体融合发展

一、电视与新媒体的融合

二、市场竞争及优势互补融合

第三节 中国报业必将转型为新媒体机构

一、传媒环境的变化

- 二、未来的传媒格局
- 三、新媒体环境下的报业发展
- 四、转型之路——“化被动为主动”

第十三章 2023-2029年中国新媒体行业投资策略分析

第一节 我国新媒体产业发展瓶颈及对策

- 一、我国新媒体产业发展中所面临的瓶颈
- 二、产业基础设施的重要性
- 三、国家新媒体产业基地在产业发展中的实践

第二节 新媒体发展模式及策略分析

- 一、新媒体动漫营销的新模式
- 二、户外新媒体的价值创新路径
- 三、户外新媒体的投资策略
- 四、广播电视新媒体的投资策略
- 五、央视进军移动传媒
- 六、数字新媒体需适度营销

第三节 移动媒体的运营与投资策略——湖北移动频道为例

- 一、湖北移动频道的发展现状
- 二、湖北移动频道发展存在的问题
- 三、湖北移动频道的投资策略

第四节 传统电视的新媒体投资策略

- 一、新媒体对传统电视的影响
- 二、传统电视的新媒体投资策略

第五节 经验借鉴：英国第四频道新媒体品牌运营策略

- 一、全方位多渠道拓展品牌内涵
- 二、建立新旧媒体融合统一的品牌形象
- 三、实现传统电视节目内容的传播增值
- 四、提升新媒体形态下的品牌核心竞争力
- 五、在互动中提升品牌影响力

第六节 经验借鉴：法新社新媒体投资前景

- 一、大力发展新媒体产品
- 二、以渠道合作扩张市场

图表目录：

图表 新媒体的经济学特性

图表 2018-2022年中国GDP总量及增长趋势图

图表 2023-2029年中国三产业增加值结构图

图表 2023-2029年中国CPI、PPI月度走势图

图表 2018-2022年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 2018-2022年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表 2018-2022年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表 2018-2022年中国城乡居民恩格尔系数对比表

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202303/341599.html>