

2024-2030年中国网络新媒体产业发展现状与市场全景评估报告

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

《2024-2030年中国网络新媒体产业发展现状与市场全景评估报告》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/202401/433668.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《2024-2030年中国网络新媒体产业发展现状与市场全景评估报告》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 中国新媒体行业发展形势分析

第一节 中国新媒体发展综述

一、中国新媒体行业发展概况

二、新媒体盈利模式探析

三、新媒体对国家软实力的建构与传播意义重大

第二节 三网融合带给新媒体行业重大变化

一、三网融合简介

二、我国三网融合推进状况

三、三网融合助推新旧媒体联动合作

四、三网融合下新媒体需与新媒介融合发展

第三节 4G产业环境下新媒体的机遇及发展策略

一、中国4G产业链发展逐渐成熟

二、4G产业发展获国家鼎力支持

三、4G技术推动新媒体向纵深发展

四、4G时代激发新媒体平台的融合化发展趋势

五、4G时代新媒体价值链的重组与提升

第二章 中国网络新媒体行业市场发展环境分析

第一节 中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP(季度更新)

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业发展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、中国汇率调整（人民币升值）

八、对外贸易&进出口

第二节 中国网络新媒体行业政策环境分析

一、互联网信息服务管理办法

二、互联网等信息网络传播视听节目管理办法

三、广电总局关于加强移动数字电视试验管理有关问题的通知

第三节 中国网络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

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四节 中国网络新媒体行业技术环境分析

第三章 中国网络新媒体行业发展情况综述

第一节 中国网络新媒体行业发展概述

一、我国网络新媒体的发展历程

二、互联网新媒体的突出特征

三、互联网新媒体主要分类

四、互联网视频发展和演进

第二节 中国网络新媒体行业动态分析

一、中国互联网用户数量高速增长

二、中国网络媒体表现不凡

三、中国网络媒体发展情况

四、十八种网络新媒体的赢利模式

第三节 中国网络新媒体行业发展存在问题分析

第四章 中国网络新媒体行业运行走势分析

第一节 中国网络媒体营销分析

一、网络媒体催生软化营销方式

二、搜索引擎营销现状及发展趋势探析

三、社交网站营销价值及模式分析

四、门户网站博客营销全面解析

五、微博迅速发展成为新兴营销工具

第二节 中国网络新媒体营销价值探讨

第三节 中国网络新媒体的发展及对社会的影响

一、网络时代初现

二、新兴的第四媒体

三、媒体与网络未来

第五章 中国网络新媒体细分产业解析——新闻网站

第一节 中国新闻网站运行形势分析

一、中国新闻网站发展历程

二、国内重点新闻网站简介

三、新闻网站市场化改革势在必行

第二节 中国新闻网站运行动态分析

一、新闻网站需求分析

二、新闻网

站上市的实力及机遇分析 三、新闻网站改制上市的策略分析 第三节中国新闻网站案例分析
一、新华网转企改制案例研究 二、地方新闻网站转企改制案例分析 第六章中国网络新媒体
细分产业解析——网络视频 第一节中国网络视频行业发展透析 一、网络视频发
展概述 二、网络视频发展任重道远 三、中国网络视频市场分析 四、网络视频盈利模式全面
透析 五、中国网络视频呈现主流化发展趋向 第二节中国网络视频用户分析 一、中国网络视
频用户内容需求与行为解析 二、国内手机视频用户发展现状与原因分析 三、网络视频产业
的发展应立足于用户体验 四、网络视频内容及用户体验研究 五、中国网络视频受众商业价
值分析 六、网络视频用户调研 第三节中国网络视频商业运行模式分析 一、国内网络视频商
业模式发展现状 二、中国宽频网站运营模式有待进一步探索 三、P2P流媒体的几种可行商业
模式 四、中国网络视频分享平台的商业模式展望 第七章中国网络新媒体细分产业解
析——搜索引擎 第一节中国搜索引擎行业发展概述 一、搜索引擎传媒功能日益
凸显 二、中国搜索引擎市场分析 三、搜索引擎行业应加强自律和公众监督 第二节中国搜索
引擎用户分析 一、搜索引擎用户规模与结构特征分析 二、搜索用户的品牌选择 三、搜索用
户对品牌选择的原因及忠诚度分析 四、搜索用户的搜索特点 五、搜索用户对广告的区别情
况 第三节中国搜索引擎营销分析 一、搜索引擎营销的目标层次原理 二、搜索引擎营销将引
领网络新经济时代 三、金融危机下中小企业掀起新一轮搜索引擎营销热潮 四、搜索引擎营
销运用解析 五、搜索营销迈向“个性化”时代 六、搜索引擎营销将走向效果营销
第八章中国网络新媒体细分产业解析——博客 第一节中国博客市场运行动态分
析 中国博客市场发展现状 略——完整报告请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/433668.html>