

2017-2022年中国传媒行业市场现状分析及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国传媒行业市场现状分析及发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/305235.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

今年传媒行业市场呈现两级分化态势，报刊期刊等平面媒体、广电行业进入发展缓慢的困境，对比之下，电影电视剧、网剧、新媒体营销等新媒体行业发展迅速，年增速保持两位数之上。2015年，国内电影票房达440.69亿元,同比增长49%,增速为近三年最高，今年电影市场虽然遇冷，但整体保持资本涌入，调整发展的朝阳行业态势；2015年，国内8家大型视频网站在播剧集数均超过千部，产量由上年的205部增加到379部，增幅85%；2015年，互联网广告市场规模达到2094亿元，同比增长36%，连续三年年增长率保持在35%以上。

2010-2015 年网络剧产量及增速

数据来源：公开数据整理

2013-2018 年互联网广告市场规模及增速

数据来源：公开数据整理

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：国内外传媒产业发展现状及趋势分析

1.1 全球传媒产业发展现状分析

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 国内传媒产业发展现状及趋势分析

1.6.1 产业总产值及增长情况

2006-2015年中国传媒产业总产值及增速

数据来源：公开数据整理

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

2016-2020年中国传媒产业市场规模预测

数据来源：公开数据整理

第2章：传统媒体产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

2009-2014年中国每周至少出版四次的报纸、杂志及期刊进出口数量

(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

(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：新媒体产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

1) 企业主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业发展战略分析

(6) 企业最新发展动向

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

1) 企业主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业发展战略分析

(6) 企业投资兼并与重组分析

(7) 企业最新发展动向

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

1) 企业主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业发展战略分析

(6) 企业投资兼并与重组

(7) 企业最新发展动向

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

1) 企业主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 企业经营优劣势分析

- (5) 企业发展战略分析

- (6) 企业最新发展动向

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

- 1) 企业主要经济指标分析

- 2) 企业盈利能力分析

- 3) 企业运营能力分析

- 4) 企业偿债能力分析

- 5) 企业发展能力分析

- (4) 企业经营优劣势分析

- (5) 企业发展战略分析

- (6) 企业最新发展动向

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

- 1) 主要经济指标分析

- 2) 企业盈利能力分析

- 3) 企业运营能力分析

- 4) 企业偿债能力分析

- 5) 企业发展能力分析

- (4) 企业经营优劣势分析

- (5) 企业发展战略分析

- (6) 企业最新发展动向

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

- 1) 主要经济指标分析

- 2) 企业盈利能力分析

- 3) 企业运营能力分析

- 4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业发展战略分析

(6) 企业最新发展动向

4.2.3 TOM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

1) 企业主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业发展战略分析

(6) 企业最新发展动向

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

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

4) 主要指标分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业发展战略分析

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

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

- (4) 企业经营优劣势分析
- (5) 企业发展战略分析
- (6) 企业最新发展动向

第5章：传媒产业十三五投资机会与建议

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2：2016年全球电影票房TOP20（单位：亿美元）

图表3：2016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5：2013-2016年全球移动社交网络用户规模（单位：亿户，%）

图表6：2013年以来全球网络广告市场规模（单位：亿美元，%）

图表7：2013年以来美国报纸广告收入（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，%）

图表9：美国18岁以上成人每天在不同媒体类型上所花费的时间（单位：分钟）

图表10：美国不同媒体类型的覆盖比例（单位：%）

图表11：2013年以来美国广播收入（单位：百万美元）

图表12：2013年以来美国互联网家庭用户比率（单位：%）

图表13：美国智能手机用户与普通手机用户使用行为比较（单位：%）

图表14：2013年以来英国传媒产业规模变化情况（单位：亿英镑）

图表15：英国消费者平均每人每天使用信息传播服务的时间对比（单位：分钟/人·天）

图表16：2013年以来英国家庭在传播服务方面的月平均支出（单位：英镑/月，%）

图表17：2013年以来英国广播产业收入分布图（单位：百万英镑）

图表18：2013年以来英国音像产业收入情况（单位：亿英镑）

图表19：2013年以来英国报纸与杂志的广告收入比较（单位：亿英镑）

图表20：信息传播产品在英国达到50%普及率的用时情况（单位：年）

图表21：2013年以来英国广告收入的行业分布情况（单位：千英镑）

图表22：2013年以来英国电信产业总体情况（单位：亿英镑）

图表23：2013年以来英国电信产业收入情况（移动与固定线路板块）（单位：亿英镑）

图表24：2013年以来英国宽带与窄带互联网接入收入情况对比（单位：亿英镑）

图表25：2013年以来日本报纸总销售额细目（单位：亿日元）

图表26：2013年以来日本报纸发行量与平均每户订阅报纸分数（单位：万份）

图表27：2013年以来日本书籍和杂志出版销售额（单位：亿日元）

图表28：2013年以来日本电子书市场规模（单位：亿日元）

图表29：2013年以来日本地面电视单位市场规模（单位：亿日元）

图表30：2013-2016年日本电影观影人次情况（单位：亿人次，%）

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/305235.html>