

# 2021-2026年中国互联网+传媒市场全面调研及行业投资潜力预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国互联网+传媒市场全面调研及行业投资潜力预测报告》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/channel/media/735772.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

“互联网+传媒”是基于互联网平台的技术、市场和管理创新的综合，为传统行业的创新发展带来了重要机遇，也推动了传媒产业的创新发展，要从传媒产品的生产机制创新、营销策略创新、服务和体验创新等方面采取相应的创新策略。“互联网+”推动下的传媒产业呈现新技术应用常态化、商业模式多元化、政策管理规范化等发展趋势，为我国传媒产业的经营和管理提供了启示和参考。

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：

第一部分 产业环境透视

第一章 互联网+传媒行业发展综述

第一节 互联网+传媒概述

一、互联网+传媒的定义

二、互联网+传媒的分类

三、互联网+传媒的特点

第二节 移动互联网时代的传播特点

一、Social（社交的）

二、Local（本地的）

三、Mobile（移动的）

第二章 互联网+传媒行业市场环境及影响分析

第一节 互联网+传媒行业政治法律环境

一、行业主要法律法规

二、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析

一、国际宏观经济形势分析

二、经济影响因素分析

三、国内宏观经济形势分析

四、2021-2026年国内宏观经济发展形势预测

五、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析

一、互联网+传媒产业社会环境

1、居民收入分析

2、居民文化娱乐支出分析

3、居民文化消费理念分析

4、移动互联网网民规模分析

二、社会环境对行业的影响

三、互联网+传媒产业发展对社会发展的影响

第四节 互联网+传媒产业规制体系变革与中国面向的问题反思

一、分类改革的难度

二、互联网+传媒产业规制内涵演进

三、有效规制

四、问题梳理与中外经验异同

第三章 国际互联网+传媒行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球互联网+传媒市场总体情况分析

一、全球互联网+传媒行业的发展特点

二、2016-2020年全球互联网+传媒市场结构

三、2016-2020年全球互联网+传媒行业发展分析

四、2016-2020年全球互联网+传媒行业竞争格局

五、2016-2020年全球互联网+传媒市场区域分布

六、2016-2020年国际重点互联网+传媒企业运营分析

第二节 全球互联网+传媒产业发展现状分析

第三节 欧美互联网+传媒产业规则及模式分析

第四节 美国互联网+传媒业

第五节 英国互联网+传媒业

第六节 日本互联网+传媒业

第七节 法国互联网+传媒业

第八节 其他国家互联网+传媒产业分析

第二部分 市场深度分析

第四章 中国互联网+传媒所属行业运行现状分析

第一节 中国互联网+传媒所属行业发展状况分析

第二节 互联网+传媒行业发展现状

一、中国互联网+传媒产业发展现状

二、中国互联网+传媒所属行业总体规模分析

1、企业数量结构分析

2、人员规模状况分析

3、行业资产规模分析

4、行业市场规模分析

## 5、行业总产值分析

### 三、中国互联网+传媒企业发展分析

#### 第三节 互联网+传媒市场情况分析

##### 一、中国互联网+传媒业市场形成

##### 二、中国互联网+传媒业市场化发展进展

##### 三、中国城市互联网+传媒业市场的发展模式探析

##### 四、影响互联网+传媒业市场的关键因素分析

##### 五、中国互联网+传媒产业发展的主要成就分析

#### 第四节 中国互联网+传媒产业集团化的发展分析

##### 一、互联网+传媒集团的模式

##### 二、互联网+传媒业集团化运作的层次探析

##### 三、互联网+传媒集团的资源整合及优势

#### 第五节 “互联网+”背景下看电视传媒的思维转型

##### 一、电视传媒思维转型的背景

##### 二、电视传媒转型的优势

##### 三、电视传媒思维转型方案

###### 1、信息源选取的强化

###### 2、实现数字化电视技术

###### 3、推广网络电视平台

#### 第六节 “互联网+”影视制作运营模式研究

##### 一、传统传媒影视制作模式的弊端

###### 1、传统传媒影视制作模式僵化

###### 2、传统传媒影视制作成本高昂

###### 3、传统传媒影视制作信息不流通

##### 二、基于“互联网+”的影视制作模式优势分析

###### 1、“互联网+”影视制作模式具备丰富的信息资源

###### 2、“互联网+”影视制作模式轻盈便利，成本低廉

###### 3、“互联网+”影视制作模式适应性强、形式多样

##### 三、基于“互联网+”影视制作体系的构建

###### 1、强化团队运营模式，分解团队能力

###### 2、根据市场数据创建微型互联网平台

###### 3、打造符合市场的订阅内容，维持平台流量

## 第五章 “互联网+”背景下中国民营电影产业链优化研究

### 第一节 “互联网+”背景下中国民营电影产业链分析

#### 一、民营电影产业链的构成

## 1、产业链的构成

## 2、互联网+时代下电影产业链的重塑

### 二、互联网+制作

#### 1、基于大数据的电影制作

#### 2、基于互联网的IP内容开发

#### 3、基于产品思维的电影制作

### 三、互联网+营销发行

#### 1、营销方式多元化

#### 2、营销对象精准化

#### 3、发行电商化

### 四、互联网+放映

#### 1、提高排片科学性和影院资源利用率

#### 2、打造电影放映新模式

### 五、互联网+衍生品

#### 1、衍生品多样化发展

#### 2、衍生品成为主要盈利模式

## 第二节 “互联网+”背景下中国民营电影产业链弊端

### 一、投融资环节不完善

#### 1、众筹难保收回成本

#### 2、投资风险评估能力不足

### 二、制作环节缺失产品思维

#### 1、用户参与度不高

#### 2、互联网的人才缺失

#### 3、原创IP的合理保护利用问题

### 三、营销发行欠缺火候

#### 1、互联网营销潜力未发挥

#### 2、海外发行能力不足

#### 3、营销环节票房造假尚待解决

### 四、后电影市场潜力未挖掘

#### 1、上下游分配不均

#### 2、盗版问题严重

#### 3、衍生品开发保护体系未形成

## 第三节 “互联网+”背景下中国民营电影产业链的优化

### 一、投融资环节

#### 1、投资方式多元化

## 2、建立投融资风险评估体系

### 二、制作环节

#### 1、挖掘互联网下用户深度参与机制

#### 2、培养互联网下的综合型人才

#### 3、加大电影版权保护力度

### 三、营销发行

#### 1、完善营销生态圈

#### 2、加强海外发行能力，树立品牌形象

#### 3、寻找资本边界，采用法律手段制裁

### 四、后电影环节

#### 1、积极向产业链下游拓展

#### 2、打击盗版，形成付费模式

#### 3、积极探索衍生品开发

## 第六章 “互联网+”推动下传媒产业创新的机遇、策略和趋势研究

### 第一节 “互联网+”的创新意义

#### 一、“互联网+”的技术创新

#### 二、“互联网+”的市场创新

#### 三、“互联网+”的管理创新

### 第二节 “互联网+”给传媒产业带来的创新机遇

#### 一、传媒市场空间的扩大

#### 二、传媒生产和传播能力的提升

#### 三、传媒产业的跨界融合

### 第三节 “互联网+”传媒产业的创新策略

#### 一、传媒产品的生产创新

#### 二、传媒产品的营销创新

#### 三、传媒产品的服务创新

### 第四节 “互联网+”传媒产业的创新趋势

#### 一、新技术、新应用的常态化

#### 二、商业模式的多元化和IP化

#### 三、政策管理的规范化

### 第五节 “互联网+”背景下传媒产业创新探究

#### 一、“互联网+”背景下个性化传播创新

#### 二、“互联网+”背景下以人为本的传播规则创新

#### 三、“互联网+”背景下跨界整合的产业形态创新

## 第三部分 市场全景调研

## 第七章 数字媒体产业发展现状及趋势分析

### 第一节 数字报纸发展分析

- 一、数字报纸概念
- 二、数字报纸价值分析
- 三、数字报纸市场优劣势分析
- 四、数字报纸市场发展规模
- 五、数字报纸市场发展趋势
- 六、数字报纸市场发展前景

### 第二节 数字图书发展分析

- 一、数字图书概念简介
- 二、数字图书技术分析
- 三、数字图书应用模式
- 四、数字图书市场规模
- 五、数字图书市场结构
- 六、数字图书前景预测

### 第三节 数字期刊发展现状分析

- 一、传统期刊网络出版内容规模
- 二、多媒体数字期刊出版分析
- 三、数字期刊市场规模分析
- 四、数字期刊出版商发展成效
- 五、纸质期刊的数字化转型分析

### 第四节 数字广播/音像发展分析

- 一、数字广播/音像发展现状分析
- 二、数字广播/音像发展趋势分析

### 第五节 数字电视发展分析

- 一、数字电视用户规模
- 二、数字电视市场结构
- 三、数字电视发展趋势分析

### 第六节 数字电影发展分析

- 一、3D电影发展规模
- 二、3D电影盈利能力
- 三、3D电影发展契机
- 四、3D电影发展前景

## 第八章 网络媒体产业发展现状及趋势分析

### 第一节 互联网行业发展概况及规模分析

- 一、互联网行业发展概况
- 二、互联网网民规模分析
- 三、互联网普及率分析
- 第二节 网络经济发展分析
  - 一、中国网络经济营收规模分析
  - 二、PC网络经济营收规模及共效率分析
  - 三、中国移动网络经济规模分析
- 第三节 网络经济细分市场发展分析
  - 一、电子商务市场发展分析
  - 二、网络广告市场发展分析
  - 三、网络游戏市场发展分析
- 第四节 网络媒体产业发展分析
  - 一、网络媒体的特点
  - 二、网络媒体的发展阶段
  - 三、自媒体的兴起及发展
  - 四、网络媒体的发展态势分析
- 第五节 网络媒体产业发展趋势分析
  - 一、网络媒体产业主要变化分析
  - 二、云计算将成为重要技术因素
  - 三、在线开放式应用程序平台将成为重要商业模式
- 第九章 移动媒体产业发展现状及趋势分析
  - 第一节 中国移动互联网行业发展分析
    - 一、中国移动互联网月活跃用户规模
    - 二、中国移动互联网市场规模分析
    - 三、中国移动互联网市场结构分析
  - 第二节 移动媒体基础资源发展情况
    - 一、移动媒体用户规模
    - 二、移动媒体终端
    - 三、移动网络建设
  - 第三节 移动媒体产业发展概况
    - 一、移动媒体的特点与优势
    - 二、移动媒体市场规模分析
    - 三、移动媒体对传统媒体的影响
  - 第四节 移动媒体产品与服务发展情况
    - 一、内容产品与服务产品的关联

## 二、移动媒体用户场景化

### 第五节 移动媒体发展趋势分析

#### 一、移动视频媒体潜力巨大

#### 二、户外新媒体资本时代结束

## 第四部分 竞争格局分析

### 第十章 互联网+传媒行业竞争形势分析

#### 第一节 行业总体市场竞争状况分析

##### 一、互联网+传媒行业竞争结构分析

###### 1、现有企业间竞争

###### 2、潜在进入者分析

###### 3、替代品威胁分析

###### 4、供应商议价能力

###### 5、客户议价能力

###### 6、竞争结构特点总结

##### 二、互联网+传媒行业SWOT分析

###### 1、互联网+传媒行业优势分析

###### 2、互联网+传媒行业劣势分析

###### 3、互联网+传媒行业机会分析

###### 4、互联网+传媒行业威胁分析

#### 第二节 互联网+传媒行业竞争格局分析

##### 一、企业竞争格局分析

##### 二、市场竞争格局分析

##### 三、产品竞争格局分析

#### 第三节 互联网+传媒行业集中度分析

##### 一、市场集中度分析

##### 二、企业集中度分析

##### 三、区域集中度分析

### 第十一章 互联网+传媒行业领先企业经营形势

#### 第一节 中国互联网+传媒企业总体发展状况分析

##### 一、互联网+传媒企业主要类型

##### 二、互联网+传媒企业资本运作分析

##### 三、互联网+传媒企业创新及品牌建设

#### 第二节 中国领先互联网+传媒企业经营形势分析

##### 一、华闻传媒投资集团股份有限公司

###### 1、企业发展规模分析

2、企业主营业务分析

3、企业互联网+布局

4、企业经营优劣势分析

5、企业并购重组分析

6、企业最新发展动向

二、北京歌华有线电视网络股份有限公司

1、企业发展规模分析

2、企业主营业务分析

3、企业互联网+布局

4、企业经营优劣势分析

5、企业并购重组分析

6、企业最新发展动向

三、湖南电广传媒股份有限公司

1、企业发展规模分析

2、企业主营业务分析

3、企业互联网+布局

4、企业经营优劣势分析

5、企业并购重组分析

6、企业最新发展动向

四、北方联合出版传媒（集团）股份有限公司

1、企业发展规模分析

2、企业主营业务分析

3、企业互联网+布局

4、企业经营优劣势分析

5、企业并购重组分析

6、企业最新发展动向

五、中国文化传媒集团有限公司

1、企业发展规模分析

2、企业主营业务分析

3、企业互联网+布局

4、企业经营优劣势分析

5、企业并购重组分析

6、企业最新发展动向

六、陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司

1、企业发展规模分析

2、企业主营业务分析

3、企业互联网+布局

4、企业经营优劣势分析

5、企业并购重组分析

6、企业最新发展动向

七、成都博瑞传播股份有限公司

1、企业发展规模分析

2、企业主营业务分析

3、企业互联网+布局

4、企业经营优劣势分析

5、企业并购重组分析

6、企业最新发展动向

八、广东广州日报传媒股份有限公司

1、企业发展规模分析

2、企业主营业务分析

3、企业互联网+布局

4、企业经营优劣势分析

5、企业并购重组分析

6、企业最新发展动向

九、中视传媒股份有限公司

1、企业发展规模分析

2、企业主营业务分析

3、企业互联网+布局

4、企业经营优劣势分析

5、企业并购重组分析

6、企业最新发展动向

十、上海新华传媒股份有限公司

1、企业发展规模分析

2、企业主营业务分析

3、企业互联网+布局

4、企业经营优劣势分析

5、企业并购重组分析

6、企业最新发展动向

第五部分 发展前景展望

第十二章 2021-2026年互联网+传媒行业前景及趋势预测

## 第一节 2021-2026年互联网+传媒市场发展前景

- 一、2021-2026年互联网+传媒市场发展潜力
- 二、2021-2026年互联网+传媒市场发展前景展望
- 三、2021-2026年互联网+传媒细分行业发展前景分析
  - 1、数字媒体发展前景分析
  - 2、网络媒体发展前景分析
  - 3、移动媒体发展前景分析

## 第二节 2021-2026年互联网+传媒市场发展趋势预测

- 一、2021-2026年互联网+传媒行业发展趋势
  - 1、移动化、数据化、智能化
  - 2、从CTC到CFC
  - 3、互联网广告居于主导地位
  - 4、双融加快
  - 5、行业集中度进一步提升
  - 6、新巨头浮出水面

## 二、2021-2026年互联网+传媒市场规模预测

## 三、2021-2026年细分市场发展趋势预测

## 第三节 2021-2026年中国互联网+传媒行业供需预测

- 一、2021-2026年中国互联网+传媒企业数量预测
- 二、2021-2026年中国互联网+传媒用户规模预测
- 三、2021-2026年中国互联网+传媒主营收入预测

## 第十三章 2021-2026年互联网+传媒行业投资机会与风险

### 第一节 互联网+传媒行业投融资情况

- 一、互联网+传媒产业投融资环境变化
  - 1、信贷环境变化
  - 2、金融支持政策
  - 3、互联网+传媒新股投融资概况
  - 4、互联网+传媒企业上市潮解读
- 二、互联网+传媒新股投融资概况
- 三、互联网+传媒上市企业概况
- 四、互联网+传媒企业上市潮解读

### 第二节 2021-2026年互联网+传媒行业投资机会

- 一、影视产业仍存投资机会
- 二、新媒体面临发展机遇
- 三、整合与数字化利好出版业

### 第三节 中国互联网+传媒行业投资建议

- 一、加大互联网广告投入
- 二、继续发展IP影视
- 三、重点关注网游和电竞
- 四、加大数字出版投入

## 第六部分 发展战略研究

### 第十四章 “互联网”+时代下传媒的人才培养策略与跨界整合模式

#### 第一节 “互联网+”背景下创新创业型影视传媒人才培养的重要性

- 一、“互联网+”对影视人才能力的新要求
- 二、“互联网+”背景下创新创业型影视传媒人才培养策略
  - 1、营造良好的氛围，优化校园教育的机制
  - 2、对互联网相关知识进行学习，培养创新思维
  - 3、构建创新创业相关的课程，完善资源配置

#### 第二节 “互联网+”时代媒体的跨界整合模式

##### 一、智能模式：从数字整合到数据整合

- 1、内容创新环节：智能编写模式
- 2、内容传播环节：智能推送模式
- 3、反馈环节：智能监测模式

##### 二、模式：从信息整合到知识整合

- 1、性
- 2、战略性
- 3、渗透性

##### 三、智识模式：从知识整合到社交整合

- 1、形象整合：从知识到见识
- 2、场景融合：从媒介融合到场景融合

### 第十五章 研究结论及发展建议

#### 第一节 互联网+传媒行业研究结论及建议

#### 第二节 互联网+传媒子行业研究结论及建议

#### 第三节 互联网+传媒行业发展建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：互联网+传媒行业生命周期

图表：2016-2020年中国互联网+传媒企业数量分析

图表：2016-2020年中国互联网+传媒人员规模状况分析

图表：2016-2020年中国互联网+传媒所属行业资产规模分析

图表：2016-2020年中国互联网+传媒所属行业市场规模分析

图表：2016-2020年中国互联网+传媒所属行业总产值分析

图表：2016-2020年中国互联网+传媒用户区域分布

图表：2016-2020年中国互联网+传媒用户上网流量分布

图表：2016-2020年数字报纸市场发展规模

图表：2016-2020年数字图书市场规模

图表：2016-2020年数字期刊市场规模分析

图表：2016-2020年数字电视用户规模

图表：2016-2020年3D电影发展规模

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/media/735772.html>