

2019-2025年中国新媒体行业发展趋势及投资前景 预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国新媒体行业发展趋势及投资前景预测报告》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/406929.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

新媒体（New Media）是指当下万物皆媒的环境，简单说：新媒体是一种环境。

新媒体是新的技术支撑体系下出现的媒体形态，如数字杂志、数字报纸、数字广播、手机短信、移动电视、网络、桌面视窗、数字电视、数字电影、触摸媒体等。相对于报刊、户外、广播、电视四大传统意义上的媒体，新媒体被形象地称为“第五媒体”

新媒体亦是一个宽泛的概念，利用数字技术和网络技术，通过互联网、宽带局域网、无线通信网、卫星等渠道，以及电脑、手机、数字电视机等终端，向用户提供信息和娱乐服务的传播形态。严格地说，新媒体应该称为数字化新媒体。

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 新媒体行业介绍

1.1 新媒体定义及主要形式

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业形式

1.2 新媒体的特征分析

1.2.1 主要特征

1.2.2 传播特征

1.2.3 经济学特性

第二章 2016-2018年中国新媒体产业发展环境分析

2.1 经济环境

2.2.1 宏观经济概况

2.2.2 对外经济分析

2.2.3 工业运行情况

2.2.4 固定资产投资

2.2.5 宏观经济展望

2.2 社会环境

2.2.1 人口环境分析

2.2.2 居民收入水平

2.2.3 居民消费价格

2.2.4 商品零售规模

2.3 技术环境

2.3.1 互联网技术

2.3.2 数字技术

2.3.3 物联网技术

2.3.4 大数据技术

2.3.5 云计算技术

第三章 2016-2018年新媒体行业发展分析

3.1 新媒体行业综述

3.1.1 行业盈利模式

3.1.2 行业牌照管制

3.1.3 行业建构与传播

3.1.4 行业特征分析

3.2 2016-2018年中国新媒体行业发展分析

3.2.1 行业发展现状

3.2.2 新媒体广告规模

3.2.3 行业加速融合

3.2.4 行业热点主题

3.2.5 行业发展策略

3.3 三网融合对新媒体行业发展的影响分析

3.3.1 三网融合简介

3.3.2 技术基础分析

3.3.3 三网融合进程

3.3.4 新媒介发展分析

3.3.5 新媒体发展动向

3.4 4G产业对新媒体行业发展影响分析

3.4.1 4G国际发展现状

3.4.2 4G中国发展现状

3.4.3 新媒体管理变革

3.4.4 4G新媒体服务

3.4.5 新媒体发展策略

3.5 新媒体行业受众群体分析

3.5.1 受众心理分析

3.5.2 受众需求研究

3.5.3 受众媒介依赖性

3.5.4 用户行为分析

第四章 2016-2018年网络新媒体行业分析

4.1 2016-2018年中国互联网发展分析

4.1.1 网民规模现状

4.1.2 网民属性分析

4.1.3 上网时间分析

4.2 2016-2018年网络新媒体行业分析

4.2.1 行业主要分类

4.2.2 行业特征分析

4.2.3 行业优势分析

4.2.4 行业发展现状

4.2.5 面临问题分析

4.3 2016-2018年互联网新闻市场发展分析

4.3.1 市场用户规模

4.3.2 行业发展现状

4.3.3 市场竞争分析

4.3.4 用户行为分析

4.4 2016-2018年网络视频发展分析

4.4.1 市场规模分析

4.4.2 市场结构分析

4.4.3 广告市场规模

4.4.4 行业发展特征

4.4.5 行业发展趋势

4.5 2016-2018年搜索引擎发展分析

4.5.1 发展驱动因素

4.5.2 市场用户规模

4.5.3 市场收入规模

4.5.4 市场竞争格局

4.5.5 引入人工智能

4.5.6 发展趋势分析

4.6 2016-2018年微博发展分析

4.6.1 发展优势分析

- 4.6.2 用户规模分析
- 4.6.3 市场发展特征
- 4.6.4 用户特征分析
- 4.6.5 微博支付行为
- 4.6.6 商业模式分析
- 4.6.7 发展前景预测
- 4.7 2016-2018年社交网站发展分析
- 4.7.1 覆盖规模分析
- 4.7.2 用户特征分析
- 4.7.3 行业发展特性
- 4.7.4 商业价值分析
- 4.7.5 发展趋势预测

第五章 2016-2018年交互式网络电视（IPTV）发展分析

- 5.1 IPTV行业介绍
- 5.1.1 行业定义
- 5.1.2 服务类型
- 5.1.3 关键技术
- 5.1.4 特色应用
- 5.2 2016-2018年中国IPTV行业发展分析
- 5.2.1 产业链分析
- 5.2.2 用户行为分析
- 5.2.3 与OTT对比
- 5.2.4 行业发展现状
- 5.2.5 行业发展动态
- 5.3 2016-2018年IPTV产业发展要素分析
- 5.3.1 内容集成管理
- 5.3.2 EPG规划展示
- 5.3.3 业务运营管理
- 5.3.4 数据采集反馈
- 5.4 2016-2018年中国IPTV视频业务分析
- 5.4.1 直播电视
- 5.4.2 4K电视
- 5.4.3 融合电视
- 5.4.4 智能应用

5.5 2016-2018年中国IPTV区域发展分析

5.5.1 北京市

5.5.2 江苏省

5.5.3 湖南省

5.5.4 浙江省

5.5.5 广东省

5.6 2016-2018年中国IPTV市场存在的问题及对策分析

5.6.1 面临问题分析

5.6.2 行业制约分析

5.6.3 行业发展策略

5.7 IPTV行业发展发展前景及趋势分析

5.7.1 行业前景展望

5.7.2 行业发展机遇

5.7.3 行业发展趋势

5.7.4 技术发展趋势

第六章 2016-2018年车载移动电视行业分析

6.1 移动数字电视发展概况

6.1.1 行业定义

6.1.2 行业分类

6.1.3 产业链分析

6.2 2016-2018年车载移动电视市场分析

6.2.1 市场竞争格局

6.2.2 车载广告规模

6.2.3 市场价值分析

6.2.4 SWOT分析

6.2.5 市场经营建议

6.2.6 行业发展前景

6.3 2016-2018年中国公交移动电视发展分析

6.3.1 媒介特征分析

6.3.2 影响能力分析

6.3.3 运营模式分析

6.3.4 市场竞争格局

6.3.5 节目内容分析

6.3.6 行业面临的问题

6.3.7 行业发展对策

6.4 其他车载移动电视

6.4.1 地铁移动电视

6.4.2 出租车移动电视

6.4.3 铁路列车电视

第七章 2016-2018年手持电视（CMMB）行业分析

7.1 手持电视（CMMB）概述

7.1.1 行业基本介绍

7.1.2 主要业务形态

7.1.3 终端发展分析

7.2 2016-2018年手持电视（CMMB）市场分析

7.2.1 市场发展特点

7.2.2 业务状况分析

7.2.3 行业发展特点

7.2.4 市场SWOT分析

7.3 手持电视（CMMB）发展策略分析

7.3.1 内容创新分析

7.3.2 盈利策略分析

7.3.3 发展切入点

7.4 手持电视（CMMB）市场发展前景及趋势分析

7.4.1 三网融合机遇

7.4.2 技术发展目标

第八章 2016-2018年手机媒体行业分析

8.1 2016-2018年手机媒体行业总体发展

8.1.1 市场规模现状

8.1.2 技术发展趋势

8.1.3 市场发展动态

8.1.4 市场竞争格局

8.1.5 媒体传播能力

8.2 手机报

8.2.1 传播方式分析

8.2.2 产业链分析

8.2.3 运营模式分析

8.2.4 行业运行状况

8.2.5 政府支持加大

8.2.6 面临问题分析

8.2.7 发展对策分析

8.2.8 市场发展趋势

8.3 手机电视

8.3.1 手机电视概述

8.3.2 产业链分析

8.3.3 业务模式分析

8.3.4 用户特征分析

8.3.5 用户行为分析

8.3.6 内容监管分析

8.4 手机视频

8.4.1 手机视频概述

8.4.2 市场规模分析

8.4.3 用户行为研究

8.4.4 发展动力分析

8.4.5 未来发展趋势

8.5 手机音频广播

8.5.1 媒介特性分析

8.5.2 产业链分析

8.5.3 业务模式分析

8.5.4 用户特征分析

8.5.5 用户行为分析

8.5.6 行业发展动态

8.5.7 发展前景展望

8.6 手机小说

8.6.1 传播形式分析

8.6.2 媒介特性分析

8.6.3 产业链分析

8.6.4 业务模式分析

8.6.5 用户特征研究

8.6.6 用户行为分析

8.6.7 版权监管加强

第九章 2016-2018年其他新媒体分析

9.1 视频直播

9.1.1 市场发展历程

9.1.2 直播产业链

9.1.3 市场参与主体

9.1.4 市场发展规模

9.1.5 直播业务现状

9.1.6 市场监管规定

9.2 多媒体数字报

9.2.1 产品优势及作用

9.2.2 国外发展启示

9.2.3 行业发展现状

9.2.4 发展案例研究

9.2.5 收费模式分析

9.2.6 价值提升策略

9.2.7 企业发展路径

9.3 多媒体数字杂志

9.3.1 发展优势分析

9.3.2 需求心理分析

9.3.3 平台盈利模式

9.3.4 盈利策略分析

9.4 电子书

9.4.1 全球市场状况

9.4.2 主要品牌分析

9.4.3 行业发展现状

9.4.4 行业发展问题

9.4.5 行业发展策略

9.4.6 技术发展方向

9.5 楼宇电视

9.5.1 传播特点分析

9.5.2 行业发展阶段

9.5.3 发展特点分析

9.5.4 面临问题分析

9.5.5 未来发展前景

第十章 2016-2018年新媒体行业竞争分析

10.1 2016-2018年新媒体与传统媒体的竞争概况

10.1.1 传统媒体竞争优势

10.1.2 新媒体竞争优势

10.1.3 新旧媒体互补优势

10.2 2016-2018年新媒体行业竞争分析

10.2.1 竞争格局分析

10.2.2 核心竞争力分析

10.2.3 内容竞争分析

10.2.4 提升竞争力策略

10.3 2016-2018年传统媒体向新媒体转变发展分析

10.3.1 央视网

10.3.2 人民电视

10.3.3 新华视频

10.4 传统媒体在新旧竞争中发展策略

10.4.1 电视媒体转型路线

10.4.2 介入新媒体领域

10.4.3 新型发展途径

10.4.4 竞争策略分析

10.5 新媒体与传统媒体竞争融合分析

10.5.1 合作意义重大

10.5.2 融合政策支持

10.5.3 大数据积极影响

10.5.4 竞争融合策略

第十一章 2016-2018年新媒体行业营销分析

11.1 新媒体营销概述

11.1.1 营销价值分析

11.1.2 营销方式分析

11.1.3 营销优势分析

11.2 网络媒体营销

11.2.1 微信营销分析

11.2.2 搜索引擎营销

11.2.3 社交网站营销

11.2.4 微博营销分析

11.3 网络视频营销

11.3.1 营销优势分析

11.3.2 互动娱乐营销

11.3.3 网络视频营销新模式

11.3.4 网红经济营销模式

11.3.5 VR/AR技术推动营销变革

11.4 移动营销分析

11.4.1 移动营销规模

11.4.2 移动程序化规模

11.4.3 市场竞争格局

11.4.4 移动营销发展趋势

11.5 网络广告

11.5.1 多媒体广告应用分析

11.5.2 长尾网络广告市场

11.6 手机媒体营销

11.6.1 手机报营销

11.6.2 手机杂志营销

11.6.3 手机微博营销

11.7 手机广告

11.7.1 广告市场现状

11.7.2 广告模式分析

11.7.3 广告特性与优势

11.7.4 广告形式及效果

11.7.5 SWOT分析

第十二章 2015-2018年新媒体行业重点上市公司分析

12.1 上海东方明珠新媒体股份有限公司

12.1.1 企业发展概况

12.1.2 经营效益分析

12.1.3 业务经营分析

12.2 中视传媒股份有限公司

12.2.1 企业发展概况

12.2.2 经营效益分析

12.2.3 业务经营分析

12.3 成都博瑞传播股份有限公司

12.3.1 企业发展概况

12.3.2 经营效益分析

12.3.3 业务经营分析

12.4 湖南电广传媒股份有限公司

12.4.1 企业发展概况

12.4.2 经营效益分析

12.4.3 业务经营分析

12.5 北京歌华有线电视网络股份有限公司

12.5.1 企业发展概况

12.5.2 经营效益分析

12.5.3 业务经营分析

12.6 陕西广电网络传媒股份有限公司

12.6.1 企业发展概况

12.6.2 经营效益分析

12.6.3 业务经营分析

第十三章 新媒体行业投资分析及前景预测（AK LT）

13.1 2016-2018年新媒体行业投资现状

13.1.1 新媒体投资新热点

13.1.2 新媒体投资规模

13.1.3 宽带网投资机遇

13.1.4 投资价值判断

13.1.5 投资盈利方式

13.1.6 投资市场风险

13.2 2016-2018年新媒体行业投资面临的问题分析

13.2.1 新媒体过度资本化

13.2.2 国际资本跨国控制

13.2.3 国有及民营资本平衡

13.3 新媒体行业发展前景及未来趋势分析

13.3.1 市场前景分析

13.3.2 行业发展趋势

13.3.3 政务新媒体趋势

13.4 2019-2025年中国新媒体行业预测分析

13.4.1 影响因素分析

13.4.2 市场规模预测

附录：

附录一：互联网信息服务管理办法

附录二：互联网等信息网络传播视听节目管理办法

附录三：三网融合推广方案

图表目录：

图表 媒体成本收益曲线图对比

图表 2012-2018年国内生产总值及其增长速度

图表 2012-2018年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2017年年末人口数及其构成

图表 2012-2018年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表 2017年全国居民人均消费支出及其构成

图表 2016-2018年全国居民消费价格涨跌幅

图表 2018年居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表 2018年居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表 2016-2018年社会商品零售总额分月同比增长速度

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/406929.html>