

2020-2025年中国体育新媒体行业市场调查研究及 投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国体育新媒体行业市场调查研究及投资战略咨询报告》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/627788.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

体育赛事是媒体平台不可或缺的内容品类。视频媒体平台核心职能是提供不同观众刚需的内容品类，通过广告和付费等商业模式进行变现，其中内容是行业绝对核心动力源泉。体育赛事由于其竞技性可以长盛不衰。美式橄榄球联盟NFL成立于1920年，至今仍然是全面最受欢迎体育联盟，年收入达到130亿美元；由于其主要男性观众受众特性与其他娱乐品类互补；由于其顶级赛事影响力带来“大众现象级内容”稀缺性而成为媒体平台必备。NFL超级碗至今仍然能够吸引1亿左右家庭观看，FIFA足球世界杯同样能够做到“万人空巷”。

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 体育新媒体概述

第一节 体育新媒体的概念与内容分类

一、体育新媒体的概念

二、体育新媒体的分类

第二节 体育新媒体的特点和基本要素分析

一、体育新媒体特点

二、构成要素

三、主要特征

四、体育新媒体的经济学特性分析

五、体育新媒体的发展分析

第二章 体育新媒体发展存在的问题研究分析

第一节 体育新媒体的发展优势和隐忧分析

一、体育新媒体的优势分析

二、体育新媒体的隐忧分析

第二节 体育新媒体负面影响分析

一、体育新媒体对人们思想方面的影响

二、体育新媒体对人们学习方面的影响

三、体育新媒体对人们工作方面的影响

四、体育新媒体对人们生活方面的影响

五、体育新媒体对人们交际方面的影响

六、体育新媒体对社会安定方面的影响

第三章 2015-2019年体育新媒体的发展现状与趋势分析

第一节 体育新媒体发展现状研究分析

- 一、网络体育新媒体发展现状及问题分析
- 二、影视领域中体育新媒体的发展现状分析
- 三、中国户外体育新媒体产业发展情况分析

第二节 体育新媒体行业的发展趋势的研究分析

- 一、体育新媒体发展方向的研究分析
- 二、中国体育新媒体行业的发展趋势的研究分析
- 三、中国体育新媒体产业发展趋势的研究分析

第四章 移动媒体分析

第一节 移动媒体的发展模式和现状分析

- 一、电信业发展规模增长情况
- 二、移动媒体的发展现状分析

第二节 移动媒体发展面临的问题和解决措施

- 一、移动媒体发展面临的问题
- 二、移动媒体发展的问题分析及应对方法

第三节 移动媒体发展的趋势的研究分析

- 一、移动媒体的发展模式分析
- 二、移动媒体发展的趋势分析

第五章 中国数字电视分析

第一节 数字电视基本概念与特征

- 一、数字电视概况分析
- 二、数字电视的特征分析

第二节 中国数字电视发展现状研究

- 一、数字电视的基本现状
- 二、数字电视用户规模分析
- 三、中国数字电视发展过程中遇到的问题

第三节 数字电视的发展趋势分析

- 一、数字电视的前景研究
- 二、数字电视的技术发展方向分析
- 三、数字电视增值业务前景
- 四、数字电视的发展与展望分析

第六章 手机媒体分析

第一节 手机媒体的概念和基本情况分析

- 一、手机媒体的概念和特征
- 二、手机媒体的发展情况

三、中国手机媒体形态与内容分析

第二节 手机广告概述和分析

一、手机广告运营模式

二、手机广告形式

三、手机广告的特点

四、手机广告发展前景

第三节 手机媒体产业发展情况分析

一、手机网民规模及结构分析

中国手机网民规模及其占网民比例

二、手机媒体传播现状及特点分析

三、3G技术对手机媒体发展的影响

四、手机媒体的移动阅读模式分析

五、手机媒体的未来发展趋势分析

第四节 手机媒体发展模式及前景

一、手机媒体相对互联网的比较优势

二、手机媒体盈利模式分析

三、3G时代手机媒体会加速发展

四、手机媒体化发展前景广阔

第七章 网站发展情况和趋势分析

第一节 新闻网站

一、重点新闻网站发展历程

二、中国网络用户规模

三、地方新闻网站发展瓶颈

四、新闻网站发展方向和趋势

第二节 网络视频

一、中国网络视频商业模式分析

二、中国网络视频市场规模

三、我国网络视频用户规模况

四、视频网站竞争分析

五、网络视频行业出现的变化

六、中国视频网站行业现状和商业模式分析

七、中国视频网站的发展趋势

第三节 搜索引擎

一、中国搜索引擎发展的历程

二、我国搜索引擎市场规模

三、搜索引擎行业存在着的法律问题

四、搜索引擎营销现状及趋势

五、微博发展分析

第八章 全球体育新媒体行业发展分析

第一节 世界主要国家体育新媒体发展态势

一、主要国家体育新媒体概念的界定

二、体育新媒体在世界主要国家的发展态势

三、全世界体育新媒体时代发展趋势

第二节 美国体育新媒体产业发展分析

一、美国体育新媒体出版市场发展新趋势

二、美国体育新媒体加速：移动装置产业正发展迅速

三、美国体育新媒体发展展望

第三节 欧洲体育新媒体产业发展

一、欧洲体育新媒体发展的不平衡

二、欧洲多国拟向谷歌征“新闻税”

第九章 体育新媒体营销分析

第一节 体育新媒体的营销分析

一、营销行业迎接体育新媒体时代来临

二、整合营销下的我国体育新媒体价值实现

三、中国体育新媒体营销势在必行

四、体育新媒体实效营销传播趋势

五、体育新媒体营销的制胜之道

第二节 体育新媒体时代背景下的Email营销

一、体育新媒体时代背景下的网络广告营销

二、体育新媒体时代的Email营销研究

三、Email营销所面临的问题分析

四、进行有效的Email营销策略分析

第十章 体育新媒体行业竞争分析

第一节 体育新媒体行业竞争分析

一、体育新媒体的核心竞争力

二、三网融合背景下体育新媒体的竞争策略

三、三网融合背景下体育新媒体技术建设策略

四、中国航空体育新媒体市场竞争态势分析

第二节 传统媒体与体育新媒体的竞争与发展

一、体育新媒体对传统媒体的冲击分析

二、危机促进传统媒体向体育新媒体转变

三、体育新媒体与传统媒体的融合

四、体育新媒体对广播媒体的冲击与影响

第十一章 国内领先企业分析

第一节 上海东方明珠（集团）股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

第二节 中视传媒股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

第三节 成都博瑞传播股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

第四节 湖南电广传媒股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

第五节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

第六节 陕西广电网络传媒股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

第七节 百视通体育新媒体股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

第八节 上海新华传媒股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

第九节 浙报传媒集团股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

第十节 广东广州日报传媒股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

四、企业盈利能力分析

五、企业偿债能力分析

第十二章 2020-2025年体育新媒体的发展趋势分析

第一节 2015-2019年体育新媒体发展趋势

一、体育新媒体产业的发展趋势特点及应对策略之分析

二、中国体育新媒体产业发展的现实分析

第二节 2020-2025年体育新媒体行业发展趋势

一、未来体育新媒体产业发展趋势

二、传统媒体与体育新媒体融合是社会发展趋势

第十三章 2020-2025年体育新媒体的投资分析

第一节 体育新媒体行业发展前景

一、体育新媒体行业投资分析

二、体育新媒体行业前景分析

第二节 育新媒体的风险投资策略

一、体育新媒体法规风险分析

二、新兴媒体的资本分析

三、风险投资的注资意愿

四、体育新媒体的挑战与应对

五、体育新媒体创业投资策略

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/media/627788.html>