



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国网络媒体市场 监测及投资前景分析报告

# 一、调研说明

《2015-2020年中国网络媒体市场监测及投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/253219.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.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、摘要、目录、图表

### 第一章 网络媒体相关概述

#### 第一节 新媒体阐述

- 一、新媒体的内涵
- 二、新媒体内容分类
- 三、新媒体的特征及经济学特性
  - 1、新媒体的传播特征及要求
  - 2、新媒体的优势与特点
  - 3、新媒体的经济学特性

#### 第二节 网络媒体简述

- 一、网络媒体的特性
- 二、网络媒体和传统媒体之间的关系
- 三、网络媒体的利润点

### 第二章 中国网络媒体运行环境分析

#### 第一节 国内网络媒体经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2015年中国网络媒体经济发展预测分析

#### 第二节 中国网络媒体行业政策环境分析

### 第三章 中国新媒体行业运行态势分析

#### 第一节 2014年中国新媒体行业运行概况

- 一、中国新媒体产业链日渐成熟
- 二、国内新媒体业务布局决胜要点
- 三、中国新媒体运营与赢利模式浅析

#### 第二节 2014年中国新媒体产业受众及需求分析

- 一、中国新媒体业目标群体分析
- 二、新媒体用户的需求与使用特点发生改变
- 三、针对客户需求变化提供新媒体产品
- 四、需求演变导致媒体角色产生新变化

### 第三节 2014年中国传统媒体与新媒体的竞争与发展

- 一、新媒体发展是传统媒体变革的必然
- 二、新媒体环境下的传媒创新特征
- 三、新媒体对传统媒体的冲击分析
- 四、新媒体受众接触率已经超越传统媒体
- 五、我国新媒体与传统媒体共谋发展

### 第四节 2014年中国新媒体营销解析

- 一、新媒体时代的营销及原则
- 二、新媒体营销初显峥嵘
- 三、营销行业迎接新媒体时代来临
- 四、整合营销下的我国新媒体价值实现
- 五、新媒体变化促进精准营销发展
- 六、新媒体浪潮下网络营销策略解析

## 第四章 中国网络媒体运行态势分析

### 第一节 2014年中国网络媒体运行总况

- 一、中国网络媒体发展的第一个十年阶段
- 二、中国网络媒体发展规律

### 第二节 2014年中国网络媒体业热点透析

- 一、网络媒体建设
- 二、网络媒体管理

### 第三节 2014年中国网络媒体业

- 一、网络新闻信息传播
- 二、博客能量增长
- 三、网络技术发展
- 四、网络舆论影响
- 五、对互联网作用的评估

## 第五章 中国网络媒体细分市场运行分析

### 第一节 搜索类网络媒体情况

- 一、搜索引擎市场基本状况
- 二、搜索引擎用户特征调查分析

### 三、中国搜索引擎用户数量及变化情况

- 1、中国搜索引擎用户数量情况
- 2、中国搜索引擎用户占互联网用户比例情况
- 3、中国搜索引擎日搜索请求量情况

### 四、中国搜索引擎网站用户使用量情况

- 1、中国搜索引擎网站用户使用量变化情况
- 2、2014年中国搜索引擎使用量情况
- 3、2014年中国搜索引擎使用量情况
- 4、用户使用的中国搜索引擎网站市场份额变化情况
- 5、2014年中国搜索引擎各搜索功能用户访问量市场份额情况
- 6、中国搜索引擎市场规模情况
- 7、中国搜索引擎市场运营商收入市场份额

### 第二节 新闻类网络媒体情况

- 一、2014年中国网络媒体新闻类网站用户覆盖数
- 二、2014年新闻类网站用户月均访问页面数

### 第三节 IT类网络媒体情况

- 一、2014年IT类网站的用户覆盖数情况
- 二、2014年IT类网站用户月均访问页面数

### 第四节 游戏资讯类网络媒体情况

- 一、游戏资讯类网络媒体用户情况
  - 1、用户经常访问游戏资讯类网络媒体的原因
  - 2、主要游戏资讯类媒体用户的教育情况
  - 3、主要游戏资讯类媒体用户的地区情况

### 二、我国网络游戏服务发展现状

### 三、中国网络游戏营销现状

### 第五节 汽车类网络媒体情况

- 一、中国部分汽车类网站个体综述
- 二、中国汽车类网站的内容分析
- 三、中国汽车类网站广告业务分析
- 四、用户基本特征和行为分析
- 五、中国汽车类网站整体分析
- 六、汽车类网络媒体发展趋势

## 第六节 房产类网络媒体情况

- 一、房产类网站的五大种类
- 二、2014年房产类网络媒体的用户覆盖数

## 第七节 博客类网络媒体情况

- 一、中国博客及博客读者规模发展状况
- 二、中国博客用户发展情况

## 第八节 门户类网络媒体情况

- 一、用户经常访问门户类网络媒体的原因
- 二、用户经常使用门户类网络媒体的服务
- 三、主要门户类网络媒体用户的职业情况

## 第六章 中国互联网用户深度分析

### 第一节 2014年中国互联网络宏观状况

- 一、网民规模
- 二、网民数量
- 三、宽带网民及占网民同比分析

### 第二节 2014年中国网民基础概况

- 一、性别分布
- 二、省市分布
- 三、地区分布

### 第三节 我国互联网网民特征结构调查

### 第四节 网民上网途径调查

### 第五节 网民上网行为调查

## 第七章 中国网络媒体典型企业运营状况分析

### 第一节 腾讯

- 一、腾讯公司简介
- 二、腾讯公司收入状况
- 三、企业动态分析
- 四、企业竞争力体现

### 第二节 新浪

- 一、新浪公司简介

二、新浪净营收额情况

三、企业动态分析

四、企业竞争力体现

### 第三节 搜狐

一、搜狐公司简介

二、搜狐净营收额情况

三、企业动态分析

四、企业竞争力体现

### 第四节 网易

一、网易公司简介

二、近几年网易净营收额情况

三、企业动态分析

四、企业竞争力体现

### 第五节 百度

一、百度公司简介

二、百度2014年经营状况

三、企业动态分析

四、企业竞争力体现

## 第八章 2015-2020年中国网络媒体前景展望与趋势预测分析

### 第一节 2015-2020年中国新媒体行业前景分析

一、未来新媒体的趋势展望

二、中国新媒体未来前景看好

### 第二节 2015-2020年中国网络媒体趋势预测

一、网络媒体迈向 Web 3.0时代

二、手机上网将得到普及，手机媒体将成为新媒体的主要成员

1、中国电信格局重组，将带来手机上网热潮

2、手机宽带上网&mdash;3G会成主流

## 第九章 2015-2020年中国网络媒体产业投资战略分析

### 第一节 2015-2020年中国网络媒体行业投资概况

一、网络媒体行业投资特性

二、网络媒体具有良好的投资价值

三、网络媒体投资环境

第二节 2015-2020年中国网络媒体投资机会分析

一、网络媒体成投资新热点

二、宽带业务投资机遇

第三节 2015-2020年中国网络媒体投资风险及防范

一、技术风险分析

二、金融风险分析

三、政策风险分析

四、竞争风险分析

图表目录：

图表：2011-2014年国内生产总值

图表：2011-2014年居民消费价格涨跌幅度

图表：2014年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2011-2014年国家外汇储备

图表：2011-2014年财政收入

图表：2011-2014年全社会固定资产投资

图表：2014年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2014年固定资产投资新增主要生产能力

略

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/253219.html>

## 三、研究方法

1、系统分析方法

2、比较分析方法

3、具体与抽象方法

4、分析与综合方法



- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究

## 报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。