



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国TMT（数字 新媒体）市场发展现状及战略咨 询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国TMT（数字新媒体）市场发展现状及战略咨询报告》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/276173.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

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

2014年我国TMT整体行业市场规模达到了16600万亿，同比2013年的12300亿元增长了34.96%，近几年我国TMT整体行业市场规模情况如下图所示：2010-2014年我国TMT整体行业市场规模情况资料来源：艾凯咨询网整理

TMT产业具有广阔的发展空间，将成为未来引领中国经济发展的新引擎。2014年中国TMT产业结构资料来源：艾凯咨询网整理

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：

第一章 TMT（数字新媒体）发展概述 1

1.1 TMT（数字新媒体）概念 1

1.2 TMT（数字新媒体）的特点 1

1.2.1 交互性与即时性 1

1.2.2 海量性与共享性 1

1.2.3 多媒体与超文本 2

1.2.4 个性化与社群化 2

1.3 TMT（数字新媒体）的内容及分类 2

1.3.1 网络流媒体 2

1.3.2 IPTV 2

1.3.3 数字电视 3

1.3.4 手机电视 3

1.3.5 车载移动电视 4

1.3.6 楼宇广告电视 5

第二章 TMT（数字新媒体）形式发展特性研究 6

2.1 网络媒体形式发展特性研究 6

2.1.1 技术支撑	6
2.1.2 个性魅力	7
2.1.3 社会影响	8
2.2 手机媒体形式发展特性研究	8
2.2.1 技术支撑	8
2.2.2 个性魅力	9
2.2.3 社会影响	10
2.3 数字电视形式发展特性研究	11
2.3.1 技术支撑	11
2.3.2 个性魅力	11
2.3.3 社会影响	11
2.4 博（播）客形式发展特性研究	12
2.4.1 技术支撑	12
2.4.2 个性魅力	12
2.4.3 社会影响	13
2.5 微博形式发展特性研究	13
2.5.1 技术支撑	13
2.5.2 个性魅力	15
2.5.3 社会影响	16
2.6 数字报纸形式发展特性研究	19
2.6.1 技术支撑	19
2.6.2 个性魅力	21
2.6.3 社会影响	22
2.7 IPTV形式发展特性研究	23
2.7.1 技术支撑	23
2.7.2 个性魅力	27
2.7.3 社会影响	27
2.8 全媒体形式发展特性研究	29
2.8.1 技术支撑	29
2.8.2 个性魅力	31
2.8.3 社会影响	33

3.1 世界TMT（数字新媒体）主要国家发展动态 36

3.1.1 美国 36

美国数字新媒体的发展处于世界先进行列。美国互联网用户规模正在逐渐上升，2008年用户规模为2.03亿，到2009年则上升至2.11亿，普及率达到68.9%，到2014年美国互联网用户规模达到2.51亿，普及率达到77.8%。2008-2014年美国互联网用户及普及率情况（亿人，%）

2010年美国手机销售量为1.33亿台，2014年增长至1.72亿台，目前美国仍是全球手机最大市场之一。2010-2014年美国手机销售量（亿台）

2013年美国成年人平均每天花费在手机和电脑上的时间为4小时40分钟，首次超过花费在电视上的4小时31分。这得益于过去3年移动互联网的崛起，2013年美国人花费在手机上的时间为2小时21分，这一数字在2010年仅为24分钟。2010与2013美国人花费在手机上时间对比

2014年，美国电信市场的业务总收入为4150亿美元，年均增长率2.4%，电信收入列全球第一，比列第二位的中国高两倍。电信业仍是美国经济发展的主要驱动力之一，并呈现出新特点：内容为主、为先；宽带部署的加快；竞争的多变性和动态性；工业互联网的发展；信息安全出现新问题。这些都要求监管部门在相关领域做出相应的调整和改革。2015年，针对通信行业发展的特点，美国确定了电信管制的7大重点，其中两项涉及互联网、两项涉及内容、两项涉及隐私、一项涉及宽带。

宽带部署加快，电信业是推动美国经济发展驱动力

数据业务发展迅速，内容重要性增加。美国数据业务竞争增加，内容收入重要性增加。为了满足数据业务需求，运营商加大的对网络扩容的投入。运营商Sprint的价格下降和T-Mobile推出的促销，对主要运营商Verizon和AT&T产生影响，导致竞争加剧。

宽带部署加快，价格下降。2014年，美国宽带普及率为29.9%，高于中国、日本和俄罗斯。对于运营商来说，通过宽带部署吸引用户已成为扩大收入的重要手段之一。例如：Verizon的FiOS和AT&T的U-Verse，其中FiOS对Verizon的有线收入贡献达到82%，年用户增长达到9%。U-Verse则推动AT&T有线业务的发展、重构高速互联网。其它有线运营商WIN、CTL和FTR也在全国部署了光纤网。

市场竞争加剧，公平竞争至关重要。美国电信行业进入成熟期，核心话音业务市场已饱和，运营商很难发展新用户，因此，市场竞争异常激烈，特别是价格竞争。无线通信市场由消费者主导，有线市场则由商业用户，主要是大中企业主导。在宽带市场，运营商市场占有率出现下滑趋势，如：Verizon的市场占有率将从2013年的68%，下降到2019年的34.2%。2014年，美国付费电视市场的业务收入为1030亿美元，家庭普及率为84.9%，用户达1.018亿。

工业互联网支撑作用凸显。为了建立先进的美国制造业，重要的是创造新的就业机会、提

高生产率、降低生产成本，美国加大了工业互联网的发展和部署，并将其确定为最优先发展的战略目标，希望通过高新技术改造传统制造业，推动美国经济可持续发展。除政府政策扶持外，行业联盟也发挥了不可或缺的作用。

技术发展引发对信息安全的重视。随着美国大数据国家战略的推进，云计算部署的加快，导致现有的信息安全手段已不能满足信息安全要求，对海量数据进行安全防护变得更加困难，数据泄露的风险增加。

2015年美国电信管制瞄准七大重点

一是网络中立性的维护。互联网已成为社会发展的核心引擎，需要不断的创新和发展，互联网的自由和开放是人人向往的，但在美国小部分ISP控制了管道，例如：AT&T、Comcast和Verizon，通过阻挡内容、拒绝竞争者的应用、给网络流量设定优先权，让他们拥有比其它经营者更多的权力。

为此，2014年美国制定了一项计划，要采用强有力的法规，保护网络中立性。其中包括FCC的促进竞争和让用户有更多选择的网络中立性新法规。这意味着ISP应平等对待经其网络的所有数据传输。这一计划将防止ISP通过节流的方式阻挡合法内容的传输。但这一法规遇到了来自主导运营商的反对，他们认为，网络中立性法规应简单明，采用一事一议的方式，网络管理应采取灵活和有差别的管制。

2015年，网络中立性仍将是美国电信行业管制的重点议题之一，围绕它的博弈仍将在管制者FCC和运营商间进行。但核心是如何实现用户利益的最大化。

二是互联网税收授权延期。如果国会不能对互联网自由税收法（IFTA）的税收授权延期，政府将开始对互联网业务征税，税收水平与无线业务类似。这意味着用户将为发送邮件或网上搜索交税。根据相关研究，用户为此支付的税额每年将高达147亿美元。

尽量众议院已通过了永久性互联网税收自由法，禁止各州和地方对互联网接入征税，参议院尚不得不采取相应的行动，但IFTA的税收授权延期仍是2015年管制的重要议题之一。

三是医疗IT装置框架。2015年，与医疗IT装置相关的管制框架将纳入现代医疗法中。这一法律形成于2013年，立法的目标是促进和开发针对慢性和罕见疾病的新疗法；鼓励开发更好的诊断工具。现代医疗法消除了可开发治疗无法满足人们医疗需求（疾病很少见和无法治疗）产品的障碍。

四是通过专利改革法案。2015年，整体专利改革将向前推进，主要是希望通过专利改革法案。涉及专利持有公司的立法，通常称之为“专利流氓”，通过许可和诉讼，购买专利赚钱。数以百计的公司，例如：谷歌和微软，迫使国会防范“专利流氓”。

目前美国四家电信运营商AT & T、Verizon、T-Mobile和Sprint形成鼎足之势。类似中国移动和中国联通的AT & T和Verizon公司吗，在另两家较小运营商的价格和服务竞争下，也不得不

快速更新服务内容并给予价格上的优惠。

如果监管者允许电信业整合成一个三寡头垄断的局面，会产生更良性的竞争。AT&T公司2011年年初曾表示要收购T-Mobile来补强自己移动网络上的短板。另外，Sprint也曾考虑在今年竞购T-Mobile公司。但所有这些尝试都被监管机构拒绝了。目前，美国电信业存在着一种结构性失衡的局面。Verizon公司是美国最大的无线运营商，而AT&T受益于曾经的固网客户基础排名第二，另俩家则小的多，只能在夹缝中求生存。

不过，结构性失衡的局面并没有产生大鱼吃小鱼的局面。在美国电信业这样一个充分竞争的市场，T-Mobile正以不惜一切代价的方式来提高用户数量，连续六个季度，每个季度的用户数量都增加超过一百万。由于不断降低套餐价格，优化客户签约手机的方式，以及采用新的技术服务，T-Mobile给前两大无线运营商制造了很大的麻烦。这使得AT&T和Verizon公司不得不采用同样的策略跟进。彻底颠覆了这一行业。

Verizon公司拥有8500万最富有的用户，也就是所谓的后付费签约用户；AT&T拥有7000万用户；而Sprint和T-Mobile远远落后于这两家用户数分别只有2700万和2500万。于是后两家只能在低利润的预付费的消费者身上做文章，不过最终Sprint和T-Mobile公司几乎主宰了预付费市场共计拥有3100万用户，Verizon和AT&T共计只有1700万。

Verizon公司具有同行业中最高的无线利润率，49.5%。不过为了参与价格战，降低套餐价格与增加补贴已经开始影响该公司的利润。第三季度未计利息、税项、折旧及摊销前盈利（EBITDA）低于分析师的预期。虽然价格战不太可能将Verizon公司从无线业务的老大位置拉下马，但该公司未来一年的盈利能力将不可避免的下降。

两大巨头Verizon公司和AT&T公司把控的电信业已经成为"一个拥挤的行业。"但他认为，T-Mobile拥有最有大的上升空间。T-Mobile公司拥有行业内最好的成长性，而且是四大运营商对唯一一个对价格战无所畏惧的公司。

3.1.2 欧盟 41

3.1.3 日本 44

3.1.4 韩国 50

3.2 世界TMT（数字新媒体）行业发展特点分析 53

3.2.1 产业规模 53

3.2.2 产业结构 61

3.2.3 产业竞争 62

3.3 TMT（数字新媒体）产业SWOT分析 63

第四章 2014-2015年中国TMT（数字新媒体）产业链分析 68

4.1 TMT（数字新媒体）产业链概况	68
4.2 TMT（数字新媒体）产业链结构及特征	107
4.3 中国TMT（数字新媒体）产业链现状	111
4.4 中国TMT（数字新媒体）产业链演进趋势	119
4.4.1 产业链生命周期分析	119
4.4.2 产业链价值流动分析	121
4.4.3 演进路径与趋势	122
 第五章 2014-2015年中国TMT（数字新媒体）产业商业模式分析	125
5.1 TMT（数字新媒体）主要商业模式分析	125
5.1.1 市场细分	125
5.1.2 经营策略分析	125
5.1.3 产业链合作	126
5.2 国外TMT（数字新媒体）发展经验的启示	127
 第六章 2014-2015年中国TMT（数字新媒体）市场发展分析	132
6.1 中国TMT（数字新媒体）市场现状	132
6.1.1 产业环境	132
6.1.2 产业规模	133
6.1.3 产业结构	134
6.1.4 产业盈利水平	134
6.1.5 产业投资现状	135
6.2 中国TMT（数字新媒体）发展的利弊因素分析	136
6.2.1 政策环境	136
6.2.2 标准制定	137
6.2.3 市场环境	138
6.2.4 市场现状	140
6.2.5 技术发展	141
6.3 未来几年TMT（数字新媒体）行业发展趋势及影响因素	144
6.3.1 TMT（数字新媒体）技术发展趋势	144
6.3.2 三网融合等相关政策导向	145
6.3.3 业务发展模式趋势	146

第七章 2014-2015年中国TMT（数字新媒体）的目标用户分析 148

7.1 个人用户 148

7.1.1 用户认知度 148

7.1.2 用户需求 150

7.1.3 用户偏好 152

7.1.4 消费行为与习惯 153

7.2 企业用户 154

7.2.1 认知度 154

7.2.2 需求特点 155

7.2.3 消费习惯 156

第八章 中国TMT（数字新媒体）产业重点企业经营策略分析 158

8.1 上海东方明珠（集团）股份有限公司 158

8.1.1 企业发展概况 158

8.1.2 企业经营分析 159

8.1.3 企业主要媒体 166

8.1.4 企业发展动态 167

8.2 中视传媒股份有限公司 167

8.2.1 企业发展概况 167

8.2.2 企业经营分析 168

8.2.3 企业主要媒体 174

8.2.4 企业发展动态 174

8.3 成都博瑞传播股份有限公司 175

8.3.1 企业发展概况 175

8.3.2 企业经营分析 176

8.3.3 企业主要媒体 182

8.3.4 企业发展动态 182

8.4 湖南电广传媒股份有限公司 184

8.4.1 企业发展概况 184

8.4.2 企业经营分析 186

8.4.3 企业主要媒体 194

8.4.4 企业发展动态	194
8.5 北京歌华有线电视网络股份有限公司	195
8.5.1 企业发展概况	195
8.5.2 企业经营分析	196
8.5.3 企业主要媒体	204
8.5.4 企业发展动态	204
8.6 陕西广电网络传媒股份有限公司	206
8.6.1 企业发展概况	206
8.6.2 企业经营分析	207
8.6.3 企业主要媒体	213
8.6.4 企业发展动态	214

第九章 2016-2022年TMT（数字新媒体）市场规模预测 216

9.1 全球TMT（数字新媒体）发展趋势分析	216
9.1.1 可穿戴设备	216
9.1.2 融合客厅	218
9.1.3 大型开放式网络课程	219
9.1.4 在线医疗	220
9.1.5 电视收视率监测	222
9.1.6 PHABLET的智能手机和平板电脑的跨界产品将热销	223
9.1.7 智能手机的代沟	225
9.1.8 三防手机的入门价格	225
9.2 2016-2022年中国TMT（数字新媒体）市场预测	226

第十章 2016-2022年中国TMT（数字新媒体）投资策略及建议 227

10.1 TMT（数字新媒体）业务投资策略分析	227
10.2 对运营商的建议	227
10.3 对TMT（数字新媒体）内容服务商的建议	229
10.4 对设备商的建议	231
10.5 对相关监管部门的建议	231

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2016年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2016年中国GDP增速预测

图表……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/276173.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）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专业提供投资咨询报告、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。