



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2018-2024年中国TMT(数字 新媒体)行业市场深度调研及 未来发展趋势研究报告

# 一、调研说明

《2018-2024年中国TMT(数字新媒体)行业市场深度调研及未来发展趋势研究报告》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/288345.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

报告目录：

### 第一章 TMT（数字新媒体）发展概述

#### 1.1 TMT（数字新媒体）概念

#### 1.2 TMT（数字新媒体）的特点

##### 1.2.1 交互性与即时性

##### 1.2.2 海量性与共享性

##### 1.2.3 多媒体与超文本

##### 1.2.4 个性化与社群化

#### 1.3 TMT（数字新媒体）的内容及分类

##### 1.3.1 网络流媒体

##### 1.3.2 IPTV

##### 1.3.3 数字电视

##### 1.3.4 手机电视

##### 1.3.5 车载移动电视

##### 1.3.6 楼宇广告电视

### 第二章 TMT（数字新媒体）形式发展特性研究

#### 2.1 网络媒体形式发展特性研究

##### 2.1.1 技术支撑

##### 2.1.2 个性魅力

##### 2.1.3 社会影响

#### 2.2 手机媒体形式发展特性研究

##### 2.2.1 技术支撑

##### 2.2.2 个性魅力

##### 2.2.3 社会影响

#### 2.3 数字电视形式发展特性研究

##### 2.3.1 技术支撑

##### 2.3.2 个性魅力

##### 2.3.3 社会影响

#### 2.4 博（播）客形式发展特性研究

##### 2.4.1 技术支撑

2.4.2 个性魅力

2.4.3 社会影响

2.5 微博形式发展特性研究

2.5.1 技术支撑

2.5.2 个性魅力

2.5.3 社会影响

2.6 数字报纸形式发展特性研究

2.6.1 技术支撑

2.6.2 个性魅力

2.6.3 社会影响

2.7 IPTV形式发展特性研究

2.7.1 技术支撑

2.7.2 个性魅力

2.7.3 社会影响

2.8 全媒体形式发展特性研究

2.8.1 技术支撑

2.8.2 个性魅力

2.8.3 社会影响

第三章 2013-2017年中国TMT（数字新媒体）市场发展现状分析

3.1 世界TMT（数字新媒体）主要国家发展动态

3.1.1 美国

3.1.2 欧盟

3.1.3 日本

3.1.4 韩国

3.2 世界TMT（数字新媒体）行业发展特点分析

3.2.1 产业规模

3.2.2 产业结构

3.2.3 产业竞争

3.3 TMT（数字新媒体）产业SWOT分析

第四章 2013-2017年中国TMT（数字新媒体）产业链分析

4.1 TMT（数字新媒体）产业链概况

4.2 TMT（数字新媒体）产业链结构及特征

#### 4.3 中国TMT（数字新媒体）产业链现状

#### 4.4 中国TMT（数字新媒体）产业链演进趋势

##### 4.4.1 产业链生命周期分析

##### 4.4.2 产业链价值流动分析

##### 4.4.3 演进路径与趋势

#### 第五章 2017年中国TMT（数字新媒体）产业商业模式分析

##### 5.1 TMT（数字新媒体）主要商业模式分析

###### 5.1.1 市场细分

###### 5.1.2 经营策略分析

###### 5.1.3 产业链合作

##### 5.2 国外TMT（数字新媒体）发展经验的启示

#### 第六章 2013-2017年中国TMT（数字新媒体）市场发展分析

##### 6.1 中国TMT（数字新媒体）市场现状

###### 6.1.1 产业环境

###### 6.1.2 产业规模

###### 6.1.3 产业结构

###### 6.1.4 产业盈利水平

###### 6.1.5 产业投资现状

##### 6.2 中国TMT（数字新媒体）发展的利弊因素分析

###### 6.2.1 政策环境

###### 6.2.2 标准制定

###### 6.2.3 市场环境

###### 6.2.4 市场现状

###### 6.2.5 技术发展

##### 6.3 未来几年TMT（数字新媒体）行业发展趋势及影响因素

###### 6.3.1 TMT（数字新媒体）技术发展趋势

###### 6.3.2 三网融合等相关政策导向

###### 6.3.3 业务发展模式趋势

#### 第七章 2013-2017年中国TMT（数字新媒体）的目标用户分析

##### 7.1 个人用户

###### 7.1.1 用户认知度

###### 7.1.2 用户需求

7.1.3 用户偏好

7.1.4 消费行为与习惯

7.2 企业用户

7.2.1 认知度

7.2.2 需求特点

7.2.3 消费习惯

第八章 2013-2017年中国TMT（数字新媒体）产业重点企业分析

8.1 上海东方明珠（集团）股份有限公司

8.1.1 企业发展概况

8.1.2 企业经营分析

8.1.3 企业主要媒体

8.1.4 企业发展动态

8.2 中视传媒股份有限公司

8.2.1 企业发展概况

8.2.2 企业经营分析

8.2.3 企业主要媒体

8.2.4 企业发展动态

8.3 成都博瑞传播股份有限公司

8.3.1 企业发展概况

8.3.2 企业经营分析

8.3.3 企业主要媒体

8.3.4 企业发展动态

8.4 湖南电广传媒股份有限公司

8.4.1 企业发展概况

8.4.2 企业经营分析

8.4.3 企业主要媒体

8.4.4 企业发展动态

8.5 北京歌华有线电视网络股份有限公司

8.5.1 企业发展概况

8.5.2 企业经营分析

8.5.3 企业主要媒体

8.5.4 企业发展动态

## 8.6 陕西广电网络传媒股份有限公司

### 8.6.1 企业发展概况

### 8.6.2 企业经营分析

### 8.6.3 企业主要媒体

### 8.6.4 企业发展动态

## 第九章 2018-2024年TMT（数字新媒体）市场规模预测

### 9.1 全球TMT（数字新媒体）发展趋势分析

#### 9.1.1 可穿戴设备

#### 9.1.2 融合客厅

#### 9.1.3 大型开放式网络课程

#### 9.1.4 在线医疗

#### 9.1.5 电视收视率监测

#### 9.1.6 Phablet的智能手机和平板电脑的跨界产品将热销

#### 9.1.7 智能手机的代沟

#### 9.1.8 三防手机的入门价格

### 9.2 2018-2024年中国TMT（数字新媒体）市场预测

## 第十章 中国TMT（数字新媒体）发展策略及建议

### 10.1 TMT（数字新媒体）业务发展策略分析

### 10.2 对运营商的建议

### 10.3 对TMT（数字新媒体）内容服务商的建议

### 10.4 对设备商的建议

### 10.5 对相关监管部门的建议

### 部分图表目录：

图表：2013-2017年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2017年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2013-2017年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2013-2017年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2013-2015中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2013-2017年我国全社会固定资产投资额走势图（2017年不含农户）

图表：2013-2017年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2013-2017年我国货物进出口总额走势图

图表：2013-2017年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：新媒体的经济学特性

图表：2013-2017年中国网民人数增长情况

图表：2013-2017年中国互联网普及率

图表：互联网的应用功能分类

图表：2013-2017年中国新媒体产业规模

图表：2013-2017年中国新媒体产业细分市场结构

图表：移动网络升级带来的增值业务提升

图表：两种主流地面广播技术标准比较

图表：基于移动通信和数字广播的移动电视业务比较

图表：2013-2017年中国车载电视市场规模及增长预测

图表：Media.与Media.的对比

图表：公交移动受众人群特征

图表：公交移动受众时段调查

图表：国际移动电视广播标准

图表：融合运营商业模式

图表：融合运营商业模式下手机电视产业运营的具体操作层面

图表：2013-2017年全球手机电视市场规模及增长

图表：2017年手机单机游戏市场数据分析

图表：2017年手机网游市场数据分析

图表：手机游戏产品流程

图表：2013-2017年中国手机游戏总体市场规模及预测

图表：2017年中国手机游戏市场规模组成模块比例

图表：2013-2017年中国手机游戏市场用户规模及预测

图表：2013-2017年手机网游用户占总体手机游戏用户比例

图表：非即时互动"树状传播"模式

图表：可即时互动"树状+网状传播"模式

图表：2013-2017年中国SMS市场规模及增长

图表：2013-2017年全球手机广告市场规模预测

图表：2013-2017年中国无线广告市场规模及增长率

图表：典型IPTV业务组成

图表：IPTV厂商所面临的外部环境

图表：广电运营商的SWOT分析



图表：电信运营商的SWOT分析

图表：IPTV领域广电和电信的博弈矩阵

图表：IPTV领域广电和电信的博弈矩阵

图表：2013-2017年上半年中国IPTV用户数

图表：2013-2017年中国IPTV用户数

图表：IPTV产业链示意图

图表：2013-2017年我国IPTV用户规模发展情况

图表：2013-2017年中国网络视频市场规模及增长率

图表：2013-2017年中国网络视频市场发展的影响因素

图表：2017年中国网络视频市场规模

图表：2013-2017年中美网络视频用户规模对比

图表：一些典型的视频（广告）营销形式

图表：2013-2017年中国网络视频广告市场发展的影响因素

图表：2013-2017年中国网络视频市场规模及增长率

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/288345.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。