



艾凯咨询
ICAN Consulting

2018-2024年中国媒体融合行业市场运营态势及投资战略咨询报告

一、调研说明

《2018-2024年中国媒体融合行业市场运营态势及投资战略咨询报告》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/290447.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

报告目录：

第1章：中国媒体融合行业发展综述

1.1 媒体融合行业相关概述

1.1.1 媒体融合行业相关概念

（1）传媒产业概念

（2）传统媒体概念

（3）新媒体概念

（4）媒体融合概念

1.1.2 媒体融合行业分类

（1）传统媒体分类

（2）新媒体分类

（3）媒体融合分类

1.1.3 媒体融合行业特征

（1）传统媒体特征

（2）新媒体特征

（3）媒体融合特征

1.1.4 媒体融合行业发展历程

1.2 媒体融合行业发展环境分析

1.2.1 政策环境分析

（1）顶层设计为媒体融合带来机遇

（2）媒体融合上升至国家战略

（3）三网融合为媒体融合指引方向

（4）媒体融合历年政策汇总

1.2.2 经济环境分析

（1）宏观经济环境分析

（2）宏观经济环境预测

1.2.3 社会环境分析

（1）人均收入大幅增长

（2）居民文教娱乐消费水平不断提高

（3）移动互联网快速发展

(4) 智能手机用户迅速普及

(5) 受众用户习惯逐渐养成

1.2.4 技术环境分析

1.3 媒体融合行业发展机遇与威胁分析

第2章：国际媒体融合行业发展现状及经验借鉴

2.1 全球媒体融合行业发展现状

2.1.1 全球传媒产业发展现状分析

(1) 全球传媒产业发展现状分析

(2) 全球传统媒体产业发展现状分析

(3) 全球新媒体产业发展现状分析

2.1.2 全球传媒产业市场竞争格局分析

(1) 亚太、北美与西欧市场是传媒产业的领军地区

(2) 新兴市场的传媒部门收入增长率最高

(3) 东南亚地区成全球传媒产值增长最快的区域之一

2.1.3 全球传媒产业存在问题分析

2.1.4 全球媒体融合行业发展现状分析

2.1.5 全球媒体融合行业发展趋势分析

2.1.6 全球媒体融合行业发展前景分析

2.2 美国媒体融合行业发展现状

2.2.1 美国媒体融合行业发展背景

(1) 政策背景

(2) 移动互联网背景

(3) 技术背景

2.2.2 美国传媒产业发展现状分析

(1) 美国传媒产业发展概况

(2) 美国传统媒体产业发展现状

(3) 美国新媒体产业发展现状

2.2.3 美国媒体融合行业发展现状

2.2.4 美国媒体融合行业痛点分析

2.2.5 英国媒体融合路径分析

2.2.6 美国媒体融合行业主要案例分析

(1) 甘尼特Gannett

(2) 贝塔斯曼

(3) 纽约时报

(4) 路透社

2.3 英国媒体融合行业发展现状

2.3.1 英国媒体融合行业发展背景

(1) 政策背景

(2) 移动互联网背景

(3) 技术背景

2.3.2 英国传媒产业发展现状分析

(1) 英国传媒产业发展概况

(2) 英国传统媒体产业发展现状

(3) 英国新媒体产业发展现状

2.3.3 英国媒体融合行业发展现状

2.3.4 英国媒体融合行业痛点分析

2.3.5 英国媒体融合路径分析

2.3.6 英国媒体融合行业主要案例分析

(1) 英国BBC

(2) 经济学人

(3) 每日电讯报

(4) 卫报

2.4 日本媒体融合行业发展现状

2.4.1 日本媒体融合行业发展背景

(1) 政策背景

(2) 移动互联网背景

(3) 技术背景

2.4.2 日本传媒产业发展现状分析

(1) 日本传媒产业发展概况

(2) 日本传统媒体产业发展现状

(3) 日本新媒体产业发展现状

2.4.3 日本媒体融合行业发展现状

2.4.4 日本媒体融合行业痛点分析

2.4.5 日本媒体融合路径分析

2.4.6 日本媒体融合行业主要案例分析

(1) 朝日新闻社

(2) 日本电视台

(3) 日本神户新闻社

2.5 国际媒体融合经营模式及经验借鉴

2.5.1 跨平台采编协作模式

(1) 模式概况

(2) 案例分析

(3) 模式点评

2.5.2 传统媒体的在线版模式

(1) 模式概况

(2) 案例分析

(3) 模式点评

2.5.3 "马提尼媒体"模式

(1) 模式概况

(2) 案例分析

(3) 模式点评

2.5.4 国际媒体融合经营模式的经验借鉴

第3章：中国传媒产业发展现状分析

3.1 中国传统产业发展现状

3.1.1 中国传媒产业发展概况

3.1.2 中国传媒产业总产值分析

3.1.3 中国传媒产业各行业市场结构分析

3.1.4 中国传媒产业发展特点分析

3.2 中国传统媒体发展现状

3.2.1 中国传统媒体发展概况

3.2.2 中国传统媒体广告收入分析

3.2.3 中国传统媒体各行业市场结构分析

3.2.4 中国传统媒体发展特点分析

3.2.5 中国传统媒体存在问题分析

3.3 中国新媒体发展现状

3.3.1 中国新媒体发展概况

3.3.2 中国新媒体广告收入分析

3.3.3 中国新媒体各行业市场结构分析

3.3.4 中国新媒体发展特点分析

3.3.5 中国新媒体存在问题分析

3.4 中国报刊业发展现状

3.4.1 中国报刊业发展概况

(1) 报刊出版面临严峻挑战

(2) 报纸出版主要经济指标降幅趋缓

(3) 众多报纸停刊

3.4.2 中国报纸业发展现状分析

(1) 报纸出版收入

(2) 报纸广告收入

(3) 报纸市场竞争结构

3.4.3 中国期刊业发展现状分析

(1) 期刊出版收入

(2) 期刊广告收入

(3) 期刊市场竞争结构

3.4.4 中国报刊业发展特点分析

3.4.5 中国报刊业存在问题分析

3.4.6 中国报刊业发展痛点分析

3.5 中国图书出版业发展现状

3.5.1 中国图书出版业发展概况

3.5.2 中国图书出版业发展现状分析

(1) 图书出版收入

(2) 图书出版市场竞争结构

3.5.3 中国图书业发展特点分析

3.5.4 中国图书业存在问题分析

3.5.5 中国图书业发展痛点分析

3.6 中国广播业发展现状

3.6.1 中国广播业发展概况

3.6.2 中国广播业发展现状分析

(1) 广播业收入

(2) 广播广告收入

(3) 广播市场竞争结构

3.6.3 中国广播业发展特点分析

3.6.4 中国广播业存在问题分析

3.6.5 中国广播业发展痛点分析

3.7 中国数字媒体业发展现状

3.7.1 中国数字媒体业发展概况

3.7.2 中国数字媒体业发展现状分析

(1) 数字报纸市场发展状况

(2) 数字期刊市场发展状况

(3) 数字图书市场发展状况

(4) 数字广播/音像市场发展状况

(5) 数字电视市场发展状况

(6) 数字电影市场发展状况

3.7.3 中国数字媒体业发展特点分析

3.7.4 中国数字媒体业存在问题分析

3.7.5 中国数字媒体业发展痛点分析

3.8 中国网络媒体业发展现状

3.8.1 中国网络媒体业发展概况

(1) 互联网发展状况分析

(2) 网络经济发展分析

(3) 网络媒体发展概况

3.8.2 中国网络媒体发展现状分析

(1) 新闻网站发展现状分析

(2) 网络视频发展现状分析

(3) 搜索引擎发展现状分析

(4) 即时通信发展现状分析

(5) 网络社区发展现状分析

(6) 微博发展现状分析

(7) 数字音乐发展现状分析

3.8.3 中国网络媒体业市场结构分析

3.8.4 中国网络媒体业发展特点分析

3.8.5 中国网络媒体业存在问题分析

3.8.6 中国网络媒体业发展痛点分析

3.9 中国移动媒体业发展现状

3.9.1 中国移动媒体业发展概况

(1) 移动媒体用户规模

(2) 移动媒体终端规模

(3) 移动网络建设情况

(4) 移动媒体发展概况

3.9.2 中国移动媒体业发展现状分析

(1) 移动媒体市场规模

(2) 移动通信发展现状

(3) 移动搜索发展现状

(4) 移动微博发展现状

(5) 移动视频发展现状

(6) 移动游戏发展现状

(7) 移动购物发展现状

3.9.3 中国移动媒体业市场结构分析

3.9.4 中国移动媒体业发展特点分析

3.9.5 中国移动媒体业存在问题分析

3.9.6 中国移动媒体业发展痛点分析

第4章：中国媒体融合行业发展现状分析

4.1 媒体融合行业发展现状

4.1.1 媒体融合的必然性分析

(1) 新媒体的优越性和局限性

(2) 传统媒体的不可替代性

4.1.2 媒体融合行业发展现状分析

4.1.3 媒体融合行业发展特点分析

4.1.4 媒体融合存在的问题分析

4.2 传统媒体的融合发展现状

4.2.1 传统媒体的痛点分析

4.2.2 传统媒体融合的必要性分析

4.2.3 传统媒体融合现状分析

4.2.4 传统媒体融合的代表企业分析

4.2.5 传统媒体融合存在的问题分析

4.3 新媒体的倒融合发展现状

4.3.1 新媒体的痛点分析

4.3.2 新媒体倒融合的必要性分析

4.3.3 新媒体倒融合现状分析

4.3.4 新媒体倒融合的代表企业分析

4.3.5 新媒体倒融合存在的问题分析

第5章：媒体融合行业实施路径分析

5.1 媒体融合发展阶段

5.1.1 门户媒体时代：web1.0

5.1.2 社交媒体时代，web2.0

5.1.3 场景媒体时代，web3.0

5.2 媒体融合路径探索

5.2.1 自建平台式

(1) 自建平台模式发展概况

(2) 搭建基于大数据的三大平台

(3) 打造"三圈环流"的数据媒体产品矩阵

(4) 进入大数据产业

5.2.2 自建终端式

5.2.3 倒融合式

5.2.4 U盘式生存

5.2.5 跟进式

5.3 媒体融合实施案例分析

5.3.1 人民日报社

(1) 企业发展概况

(2) 企业业务布局

(3) 企业媒体融合实施路径

5.3.2 浙江日报报业集团

(1) 企业发展概况

(2) 企业业务布局

(3) 企业媒体融合实施路径

5.3.3 南方报业传媒集团

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业业务布局
- (3) 企业媒体融合实施路径

5.3.4 深圳报业集团

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业业务布局
- (3) 企业媒体融合实施路径

5.3.5 华西都市报

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业业务布局
- (3) 企业媒体融合实施路径

5.3.6 亚马逊

- (1) 企业发展概况
- (2) 企业业务布局
- (3) 企业媒体融合实施路径

第6章：技术创新对媒体融合行业的影响分析

6.1 人工智能技术对媒体融合的影响分析

6.1.1 人工智能在传媒领域的应用现状

- (1) 人工智能在传媒产业的应用领域
- (2) 人工智能在传媒产业的应用现状
- (3) 人工智能助推媒体转型升级

6.1.2 机器人新闻写作发展状况

- (1) 机器人新闻写作发展概况
- (2) 机器人新闻写作的运行机制
- (3) 机器人新闻写作的优劣势

6.1.3 人工智能在传媒领域的应用案例

6.1.4 人工智能在传媒领域的应用趋势

6.2 虚拟现实技术对媒体融合的影响分析

6.2.1 虚拟现实在传媒领域的应用现状

- (1) 虚拟现实在传媒产业的应用领域
- (2) 虚拟现实在传媒产业的应用现状

(3) 虚拟现实助推媒体转型升级

6.2.2 VR+出版发展现状

(1) VR+出版发展概况

(2) VR+出版市场规模

(3) VR+出版应用现状

(4) VR+出版发展瓶颈

6.2.3 VR直播发展现状

(1) VR直播发展概况

(2) VR直播市场规模

(3) VR直播应用现状

(4) VR直播发展瓶颈

6.2.4 VR视频发展现状

(1) VR视频发展概况

(2) VR视频市场规模

(3) VR视频应用现状

(4) VR视频发展瓶颈

6.2.5 虚拟现实在传媒领域的应用案例

6.2.6 虚拟现实在传媒领域的应用趋势

6.3 大数据技术对媒体融合的影响分析

6.3.1 大数据在传媒领域的应用现状

(1) 大数据在传媒产业的应用领域

(2) 大数据在传媒产业的应用现状

(3) 大数据助推媒体转型升级

6.3.2 大数据在传媒领域的应用案例

6.3.3 大数据在传媒领域的应用趋势

第7章：媒体融合行业领先企业分析

7.1 媒体融合行业企业发展总体情况

7.2 媒体融合行业重点企业发展情况

7.2.1 长江出版传媒股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2.2 中文天地出版传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.2.3 江苏凤凰出版传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.2.4 中原大地传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.2.5 安徽新华传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.2.6 时代出版传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.2.7 中南出版传媒集团股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.2.8 青岛城市传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.2.9 浙报数字文化集团股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.2.10 华闻传媒投资集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第8章：媒体融合行业投资机会与建议（AKLT）

8.1 媒体融合行业发展前景与趋势分析

8.1.1 媒体融合行业发展前景

8.1.2 媒体融合行业发展趋势

8.2 媒体融合行业投资现状

8.2.1 行业投资现状分析

(1) 行业投资规模分析

(2) 行业投资热点分析

(3) 行业投资案例分析

8.2.2 行业投资方式分析

(1) 行业投资主体分析

(2) 行业投资切入点分析

(3) 行业投资方式分析

8.2.3 行业投资壁垒分析

8.2.4 行业投资风险分析

8.3 媒体融合行业投资机会及建议

8.3.1 行业投资前景分析

8.3.2 行业投资机会分析

8.3.3 行业投资建议

部分图表目录：

图表1：媒体融合概念

图表2：媒体融合分类

图表3：媒体融合特征

图表4：媒体融合发展历程

图表5：中国媒体融合行业相关政策汇总

图表6：2012-2017年中国GDP变动情况（单位：亿元，%）

图表7：2017年中国宏观经济预测（单位：%）

图表8：2011-2017年中国城乡居民人均收入变动情况（单位：元，%）

图表9：2011-2017年中国城乡居民消费支出增长（单位：元，%）

图表10：2011-2017年城镇、农村居民人均文教娱支出占消费支出的比重（单位：%）

图表11：中国媒体融合行业发展机遇与威胁分析

图表12：2012-2017年全球报纸出版市场结构与GDP增长对比（单位：百万美元，%）

图表13：2012-2017年全球高速无线网络设备产值（单位：亿美元）

图表14：2012-2017年全球移动社交网络用户规模（单位：亿户，%）

图表15：2012-2017年全球网络广告市场规模（单位：亿美元，%）

图表16：2012-2017年美国报纸广告收入（单位：百万美元）

图表17：2017年美国总体图书销售收入（单位：百万美元，%）

图表18：2011-2017年中国传媒产业总产值及增长率（单位：亿元，%）

图表19：2017年中国传媒产业各行业市场结构（单位：%）

图表20：2011-2017年中国传统媒体收入规模（单位：亿元，%）

图表21：2011-2017年中国传统媒体广告收入规模（单位：亿元，%）

图表22：2017年中国传统媒体各行业市场结构（单位：%）

图表23：2011-2017年报纸出版营业收入增速变动情况（单位：%）

图表24：2011-2017年报纸出版利润总额增速变动情况（单位：%）

图表25：2015-2017年43家报业集团主要经济指标分析（单位：家，亿元，%）

图表26：2011-2017年报纸出版营业收入变动情况（单位：亿元，%）

图表27：2011-2017年报纸广告收入变动情况（单位：亿元，%）

图表28：2011-2017年期刊出版营业收入变动情况（单位：亿元，%）

图表29：2011-2017年期刊广告收入变动情况（单位：亿元，%）

图表30：2011-2017年图书出版营业收入变动情况（单位：亿元，%）

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/290447.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。