



艾凯咨询
ICAN Consulting

2018-2024年中国新媒体行业市场运营态势及投资战略咨询报告

一、调研说明

《2018-2024年中国新媒体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/294163.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

新媒体（New Media）是指当下万物皆媒的环境，简单说：新媒体是一种环境。

新媒体涵盖了所有数字化的媒体形式。包括所有数字化的传统媒体、网络媒体、移动端媒体、数字电视、数字报刊杂志等。

一个相对的概念，是报刊、广播、电视等传统媒体以后发展起来的新的媒体形态，包括网络媒体、手机媒体、数字电视等。

新媒体亦是一个宽泛的概念，利用数字技术、网络技术，通过互联网、宽带局域网、无线通信网、卫星等渠道，以及电脑、手机、数字电视机等终端，向用户提供信息和娱乐服务的传播形态。严格地说，新媒体应该称为数字化新媒体。

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 新媒体相关概述

第一节 新媒体的概念及特性

一、新媒体的定义

二、新媒体的特点

三、新媒体的经济学特性

第二节 新媒体发展模式分析

一、新媒体的内涵及传播特征

二、新媒体发展条件

三、新媒体内容

四、运营与赢利模式

五、目标群体分析

第三节 新媒体传播的特点及对营销传播的影响

一、新媒体的传播特点分析

二、新媒体传播对营销传播的影响

第二章 2015-2018年中国新媒体行业市场发展环境分析

第一节 2015-2018年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2015-2018年中国新媒体行业政策环境分析

一、中国传媒业知识产权政策

二、文化传媒业对外开放政策

三、互联网视听节目许可制度施行

四、《信息网络传播视听节目许可证》推动市场洗牌

五、《电子出版物出版管理规定》正式实施

六、《中央补助地方文化体育与传媒事业发展专项资金管理暂行办法》

七、2018年文化产业振兴规划

八、2015-2018年九部门发布金融支持文化产业振兴发展指导意见

九、2015-2018年国家广电总局加强互联网视听节目发展和管理

十、2015-2018年"十二五"国家重点音像电子出版方向确定

第三节 2015-2018年中国新媒体行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

第三章 2015-2018年中国新媒体行业发展现状综述

第一节 2015-2018年新媒体行业发展概况

一、中国新媒体产业发展情况

二、中国新媒体发展前景广阔

三、新媒体传播研究热点述评

四、中国新媒体广告增长远超传统媒体

第二节 2015-2018年中国新媒体产业受众及需求分析

一、用户的需求与使用特点发生改变

二、针对需求变化提供新媒体产品

三、需求演变带来媒体角色的新变化

第三节 2015-2018年中国新媒体动漫产业发展分析

一、网络动漫发展分析

二、手机动漫成引擎

第四章 2015-2018年中国移动媒体行业发展基本概述

第一节 2015-2018年移动媒体行业发展分析

一、移动新媒体的发展概况

二、移动新媒体发展的误区

三、移动新媒体的发展趋势

四、移动新媒体的商业模式创新

第二节 2015-2018年移动媒体市场分析

一、移动多媒体应用产业发展分析

二、移动媒体发展存在的难题

第三节 2015-2018年移动媒体行业投资前景分析

一、移动终端的新媒体投资机遇分析

二、移动多媒体的投资机遇分析

三、移动媒体发展的趋势

第五章 2015-2018年中国移动电视媒体发展分析

第一节 2015-2018年移动电视行业发展总体分析

一、2018年移动电视行业发展总体分析

二、移动电视开通城市数量增长迅速

三、中国移动电视市场格局分析

四、2015-2018年移动电视技术步入纳米时代

第二节 2015-2018年中国移动电视营运分析

一、数字移动电视运营模式分析

二、移动电视的盈利模式分析

三、数字移动电视产业化运营的战略分析

第三节 车载电视发展分析

一、车载电视成投资新宠

二、车载移动电视市场发展现状

三、2018年中国公交移动电视发展分析

四、2018-2024年中国车载电视市场销量预测

第四节 移动电视发展预测

一、2018-2024年移动电视市场发展预测

二、2018-2024年全国移动电视市场规模预测

三、2018-2024年全球移动电视市场消费预测

第六章 2015-2018年中国手机媒体及其业务发展分析

第一节 手机媒体市场发展分析

一、手机媒体的形态与内容分析

二、手机媒体的用户与需求分析

三、手机媒体的经营与发展分析

四、手机媒体发展的三大趋势

第二节 2018年手机电视发展分析

一、中国手机电视市场初具规模

二、2018年中国手机电视终端市场迅速扩张

三、2018年中国免费手机电视成定制热点

四、2015-2018年中国手机电视突破垄断进军国外市场

五、2015-2018年中国移动手机电视业务G正式商用

六、2018-2024年中国手机电视市场规模预测

七、2018-2024年我国手机电视市场发展趋势透析

八、2018-2024年3G手机电视用户预测

第三节 2018年手机游戏发展分析

一、2018年中国手机游戏行业现状

二、2018年度手机游戏市场规模分析

三、2018年中国手机游戏用户规模

四、2018年手机游戏产业经济营收情况分析

五、2018年手机游戏的营销模式机遇

六、2018年手机网络游戏迎来机遇期

七、2018-2024年中国手机游戏市场预测

八、2018-2024年中国手机游戏复合增长率预测

第四节 2018年手机短信发展分析

- 一、2018年中国手机短信发送量
- 二、2018年运营商将出台短信"限发令"
- 三、2018-2024年全球短信业务收入预测

第五节 2018年手机广告发展分析

- 一、中国手机广告市场渐趋火热
- 二、3G时代中国手机广告发展形势
- 三、手机广告市场前景看好
- 四、手机广告市场发展路径特点分析
- 五、我国手机广告发展存在的问题及对策

第七章 2015-2018年中国IPTV产业发展动态分析

第一节 IPTV的发展现状及影响因素

- 一、IPTV简介
- 二、IPTV全球发展现状及趋势
- 三、IPTV的优势和发展方向

第二节 2018年IPTV市场发展现状

- 一、2018年中国IPTV市场发展现状
- 二、2018年我国IPTV市场发展态势
- 三、2015-2018年IPTV的竞合之年
- 四、2015-2018年IPTV业务与产业链分析
- 五、2015-2018年IPTV提速产业发展 商业瓶颈待破题

第三节 IPTV发展趋势分析

- 一、IPTV标准制定趋势分析
- 二、2018-2024年三网融合背景下的IPTV发展展望
- 三、2018-2024年IPTV用户量将翻倍增长
- 四、2018年全球IPTV用户将达1.23亿
- 五、2018年全球IPTV利润将达2500亿美元

第四节 IPTV目标市场的调整与构建

- 一、2018年用户数有望过千万
- 二、IPTV承载多重使命
- 三、业务发展用户体验至上

第五节 中国IPTV市场运营商、系统厂商竞争格局

- 一、运营商竞争格局分析
- 二、设备商之间的竞争
- 三、内容提供商之间的竞争

第八章 2015-2018年中国其它网络媒体及其业务发展分析

第一节 2018年中国互联网发展分析

- 一、互联网成为推动我国经济发展的重要引擎
- 二、2017年中国互联网事业发展大事记
- 三、2018年互联网消费分析
- 四、2018年中国互联网用户规模
- 五、中国互联网将呈现三大趋势
- 六、移动互联网前景看好的业务分析

第二节 2015-2018年网络视频发展分析

- 一、2018年中国网络视频行业发展概述
- 二、2018年一季度我国网络视频市场收入状况
- 三、2018年二季度我国网络视频行业发展特点分析
- 四、2018年三季度我国网络视频行业发展特点分析
- 五、2018年四季度我国网络视频行业发展特点分析
- 六、2018年我国网络视频行业发展总结
- 七、2018年网络视频用户分析
 - (一) 网络视频用户特征分析
 - (二) 网络视频用户上网特征概述
 - (三) 用户的使用行为分析
 - (四) 网络视频的分享与上传
 - (五) 网络视频用户观看电视的相关分析
- 八、2015-2018年我国网络视频市场收入状况
- 九、2018-2024年网络视频领域发展趋势展望

第三节 2015-2018年网络博客发展分析

- 一、中国博客规模发展情况
- 二、2015-2018年中国博客市场调查分析
- 三、简述微博客的新媒体特征
- 四、博客应用与调查性报道的生产变革

五、博客发展趋势分析

第四节 2018年网络游戏发展分析

- 一、2018年中国网络游戏市场综况
- 二、2018年中国网游市场解读
- 三、2018年中国网络游戏销售情况
- 四、2018年中国网络游戏年度数据分析
- 五、2018年中国网络游戏市场规模
- 六、2018年中国网络游戏行业盘点
- 七、2018年中国网络游戏出口市场分析
- 八、2015-2018年中国游戏海外并购运作情况
- 九、2015-2018年中国游戏市场五大变革
- 十、2018-2024年中国网络游戏市场规模增长预测

第五节 2018年网络广告发展分析

- 一、2018年中国网络广告规模分析
- 二、2015-2018年中国网络广告规模分析
- 三、2018-2024年网络广告十大发展趋势预测
- 四、中国网络广告市场发展趋势

第六节 2015-2018年网络出版发展分析

- 一、网络出版的特点及其对传统出版业的挑战
- 二、2015-2018年我国数字出版发展态势分析
- 三、2015-2018年新闻出版总署加强网络出版管理营造健康文化氛围

第九章 2015-2018年中国新媒体行业竞争格局分析

第一节 传统媒体与新媒体的竞争与发展

- 一、新媒体与传统媒体竞争分析
- 二、传统媒体与新兴媒体的竞争格局
- 三、中国新媒体与传统媒体竞争发展

第二节 2015-2018年中国新媒体竞争现状分析

- 一、国内新媒体竞争进入2.0时代
- 二、新媒体同质化竞争加速行业洗牌
- 三、2015-2018年出版传媒集团加速"进攻"新媒体
- 四、外资角逐我国新媒体市场

第三节 2015-2018年中国新媒体竞争策略分析

一、三网融合背景下新媒体的竞争策略

二、提高新媒体核心竞争力策略

第十章 2015-2018年中国新媒体行业领先企业分析

第一节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 上海东方明珠（集团）股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 成都博瑞传播股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 上海新华传媒股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 湖南电广传媒股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节 中视传媒股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第七节 陕西广电网络传媒股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第十一章 2018-2024年新媒体行业投资策略

第一节 新媒体的盈利方式分析

第二节 新媒体行业投资分析

一、新媒体行业投资现状

二、新媒体行业投资前景

第三节 新媒体行业投资策略分析

第十二章 2018-2024年中国新媒体行业发展趋势分析

第一节 2018-2024年新媒体行业发展趋势

一、2018年中国新媒体产业发展十大趋势

二、2018-2024年中国新媒体趋势预测报告

三、2018-2024年中国新媒体市场发展预测

四、2018-2024年新媒体成为高端消费品传播新通路

五、2018-2024年中国新媒体市场规模预测

第二节 2018-2024年中国电视与网络新媒体融合发展

一、电视与新媒体的融合

二、市场竞争及优势互补融合

第三节 中国报业必将转型为新媒体机构

一、传媒环境的变化

二、未来的传媒格局

三、新媒体环境下的报业发展

四、转型之路——“化被动为主动”

第十三章 2018-2024年中国新媒体行业发展策略分析（AKLT）

第一节 我国新媒体产业发展瓶颈及对策

一、我国新媒体产业发展中所面临的瓶颈

二、产业基础设施的重要性

三、国家新媒体产业基地在产业发展中的实践

第二节 新媒体发展模式及策略分析

一、新媒体动漫营销的新模式

二、户外新媒体的价值创新路径

三、户外新媒体的发展策略

四、广播电视新媒体的发展策略

五、央视进军移动传媒

六、数字新媒体需适度营销

第三节 移动媒体的运营与发展策略——湖北移动频道为例

一、湖北移动频道的发展现状

二、湖北移动频道发展存在的问题

三、湖北移动频道的发展策略

第四节 传统电视的新媒体发展策略

一、新媒体对传统电视的影响

二、传统电视的新媒体发展策略

第五节 经验借鉴：英国第四频道新媒体品牌运营策略

一、全方位多渠道拓展品牌内涵

二、建立新旧媒体融合统一的品牌形象

三、实现传统电视节目内容的传播增值

四、提升新媒体形态下的品牌核心竞争力

五、在互动中提升品牌影响力

第六节 经验借鉴：法新社新媒体发展战略

一、大力发展新媒体产品

二、以渠道合作扩张市场

部分图表目录：

图表 新媒体的经济学特性

图表 2005-2018年中国GDP总量及增长趋势图

图表 2015-2018年中国三产业增加值结构图

图表 2015-2018年中国CPI、PPI月度走势图

图表 2005-2018年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 2005-2018年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表 2000-2018年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表 1978-2018年中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表 1978-2018年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表 2005-2018年中国工业增加值增长趋势图

图表 2005-2018年我国社会固定资产投资额走势图

图表 2005-2018年我国城乡固定资产投资额对比图

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/294163.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。