



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012中国新媒体行业运行 态势与发展前景咨询报告

一、调研说明

《2009-2012中国新媒体行业运行态势与发展前景咨询报告》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/49339.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

本报告详尽描述了中国新媒体行业运行的环境，重点研究并预测了其下游行业发展以及对新媒体需求变化的长期和短期趋势。针对当前行业发展面临的机遇与威胁，提出了我们对新媒体行业发展的投资及战略建议。本报告以严谨的内容、翔实的数据、直观的图表帮助新媒体企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。我们的主要数据来源于国家统计局、国家信息中心、海关总署、中国传媒行业协会等业内权威专业研究机构以及我中心的实地调研。本报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多数据中提炼出了精当、真正有价值的情报，并结合了行业所处的环境，从理论到实践、宏观与微观等多个角度进行研究分析，其结论和观点力求达到前瞻性、实用性和可行性的统一。这是我中心经过市场调查和数据采集后，由专家小组历时一年时间精心制作而成。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局、规避经营和投资风险、制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

【 目录 】

第一章 新媒体相关概述

第一节 新媒体的概念与内容分类

一、新媒体的内涵

二、新媒体内容分类

第二节 新媒体发展模式分析

一、新媒体的传播特征

二、新媒体发展条件

三、运营与赢利模式

四、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 2008年世界新媒体行业发展形势分析

第一节 2008年世界新媒体行业的发展现状分析

一、世界新媒体行业发展现状分析

二、2008年世界新媒体行业快速发展的主要原因

三、目前世界新媒体行业发展特点分析

第二节 2008年世界新媒体主要国家发展动态分析

一、美国

二、日本

三、韩国

四、台湾

第三节 2009-2012年世界新媒体产业发展趋势分析

一、互联网站：迈向集成平台的新媒体主体

二、IPTV：从转播电视广播向网络新媒体演化

三、手机电视：初露锋芒的新型娱乐媒体

四、博客、播客、维客：来的全是客

第三章 2008年中国新媒体行业发展环境分析

第一节 2008年中国新媒体行业发展政治环境分析

一、行业“十一五”规划

二、行业相关政策分析

第二节 2008年中国新媒体行业发展经济环境分析

一、2008年中国GDP增长状况分析

二、2008年中国居民可支配收入及恩格尔系数分析

第三节 2008年中国新媒体行业发展社会环境分析

第四节 2008年中国新媒体行业发展技术环境分析

第四章 2008年中国新媒体行业发展态势剖析

第一节 2008年中国新媒体行业概况

一、中国新媒体行业产业链分析

二、中国新媒体运营与盈利模式浅析

第二节 2008年中国新媒体行业动态分析

一、广告——网络广告异军突起

二、有线数字电视——进入全面快速发展阶段

三、宽带——上升空间巨大

四、网络游戏——市场集中度较高

第三节 2008年中国新媒体行业受众及需求分析

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

第四节 2008年中国新媒体行业发展特点分析

一、融合

二、创新

三、合作

四、替代

第五节 2008年中国新媒体行业发展存在问题及对策分析

一、中国新媒体市场面临的几点问题

二、中国新媒体市场的挑战及发展

三、新媒体业发展需要具备的条件分析

四、新媒体业以差异化与精准化突围

第五章 2008年中国移动媒体行业发展综合态势分析

第一节 2008年中国移动媒体行业发展概况分析

一、移动媒体创造传媒产业新天地

二、移动多媒体业务的消费群体分析

三、移动媒体业发展动力分析

四、广电与电信的移动多媒体业务竞争

第二节 2008年中国移动媒体市场运行态势分析

一、中国移动新媒体技术及发展

二、清晰的业务模式促使移动多媒体产业链发展

三、移动新媒体的商业模式创新解析

第三节 2008年中国移动媒体行业面临的挑战及对策

一、移动数字内容发展面临的挑战

二、移动媒体盈利模式过于单一

三、移动媒体发展遭遇尴尬境地

四、移动新媒体发展存在误区

第四节 2009-2012年中国移动媒体行业投资前景分析

一、移动多媒体的五个投资机遇分析

二、移动新媒体发展的业务创新发展趋势

第六章 2008年中国移动电视媒体发展概况分析

第一节 2008年中国移动电视行业发展总体分析

一、日韩主导全球移动电视市场

二、2008年移动电视市场发展现状分析

三、3G移动电视技术和业务发展及分析

四、数字移动电视产业化运营的战略分析

五、从欧盟战略看我国移动电视发展

第二节 2008年中国移动电视营运形势分析

一、中国移动电视的特性分析

二、移动电视的受众市场

三、移动电视的赢利模式

三、数字移动电视运营模式分析

四、数字移动电视盈利渠道分析

五、构建移动电视多元化运营模式

第三节 车载电视发展分析

一、2008年车载电视成投资新宠

二、2008年车载移动电视市场发展现状

三、2008年移动车载电视运营模式分析

四、车载电视产业发展面临四大问题

第四节 2008年中国移动电视行业发展存在的问题分析

一、移动电视发展存在不确定性

二、移动电视发展面临的问题

第五节 2009-2012年中国移动电视发展前景预测分析

一、世界移动电视市场潜力巨大

二、中国移动电视市场规模预测

四、数字移动电视的市场前景分析

第七章 2008年中国手机媒体及其业务发展局势探究

第一节 2008年中国手机媒体市场发展状况分析

- 一、手机媒体成为传媒资讯新载体
- 二、手机媒体技术发展状况
- 三、手机媒体的发展应用及盈利模式分析
- 四、中国手机新媒体产业逐渐成形成

第二节 2008年中国手机电视发展概况分析

- 一、手机电视短期盈利难以实现
- 二、手机电视业务技术发展状况
- 三、中国手机电视的13亿元大市场
- 四、中国手机电视商业模式分析
- 五、手机电视发展面临四大难题
- 六、手机电视市场培养是重点

第三节 2008年中国手机游戏发展状况分析

- 一、手机游戏成增值服务业新商机
- 二、手机游戏发展面临的机遇与挑战
- 三、手机网游的主要瓶颈分析
- 四、2008年手机游戏为用户付费的首选
- 五、2009-2012年我国手机游戏市场发展预测

第四节 2008年中国手机短信发展态势分析

- 一、手机短信业发展探析
- 二、手机短信市场潜力巨大
- 三、中国多媒体短信（MMS）的发展
- 四、五大手机增值业务发展分析
- 五、中国手机短信发展面临瓶颈
- 六、2008年手机短信将有“防火墙”

第五节 2008年中国手机广告发展概况分析

- 一、手机媒体广告的特性与优势
- 二、中国手机媒体广告市场发展迅猛
- 三、手机媒体广告的几种模式
- 四、手机媒体广告的SWOT分析
- 五、手机媒体广告发展瓶颈及对策

六、手机媒体广告形式及效果评估

第六节 2008年中国手机媒体市场问题对策分析

- 一、手机媒体的缺陷与消费困境分析
- 二、手机媒体在发展中存在的问题分析
- 三、手机与媒体联姻遭遇尴尬
- 四、中国手机媒体发展的五大制约因素
- 五、手机媒体发展受制于技术瓶颈
- 六、中国手机媒体的良性发展途径探析

第八章 2008年中国网络电视行业发展综合分析

第一节 2008年中国IPTV行业发展概况分析

- 一、中国IPTV发展前景分析
- 二、影响IPTV发展因素
- 三、IPTV应突破传统定价模式
- 四、中国IPTV市场上演激烈竞争

第二节 2008年中国IPTV市场发展现状分析

- 一、2008年中国IPTV市场发展现状
- 三、2008年IPTV业务与产业链分析
- 四、有线数字电视IPTV发展分析

第三节 2008年中国IPTV产业链分析

- 一、内容供应商的发展以渠道为主
- 二、频道运营商发展仍有缺失
- 三、广电运营商承担角色混乱
- 四、电信运营商业务定位不明朗
- 五、生产厂家积极推进市场发展

第四节 2008年中国网络电视市场存在问题综述

- 一、制约中国IPTV发展的主要问题解析
- 二、IPTV发展的几个障碍
- 三、IPTV面临标准、市场及政策“三重门”
- 四、国内IPTV发展存在硬伤
- 五、发展网络电视的四大障碍
- 六、中国IPTV发展遭遇过多政策壁垒

第五节 2008年中国网络电视发展对策分析

- 一、中国IPTV业务成功关键发展因素解析
- 二、应对IPTV发展瓶颈的策略分析
- 三、IPTV共赢需要产业链环节联盟
- 四、发展IPTV需要突破思维短板

第六节 2009-2012年中国网络电视发展趋势分析

- 一、中国IPTV未来发展趋势预测
- 二、中国网络电视市场热点及前景预测
- 三、中国IPTV发展阶段预测
- 四、IPTV四大增值业务发展预测

第九章 2008年中国其它网络媒体及其业务发展情况浅析

第一节 网络视频

- 一、网络视频发展概况
- 二、2008年网络视频发展现状
- 四、网络视频良性发展分析
- 五、2008年网络视频发展新趋势

第二节 网络博客

- 一、中国博客市场商机无限
- 二、中国博客经济发展解析
- 三、博客发展趋势分析

第三节 网络游戏

- 一、中国网络游戏市场发展分析
- 四、2009-2012年中国网络游戏市场规模预测

第四节 网络广告

- 一、网络广告是门户网站主要收入来源
- 二、中国网络广告市场发展特点
- 三、网络广告期待结束“霸王时代”
- 四、网络广告迅猛增长在于内涵的拓展
- 五、中国互联网广告面临机遇与挑战

第十章 2008年中国新媒体营销状况分析

第一节 2008年中国新媒体营销环境分析

- 一、全球总体广告市场规模
- 二、2008-2010年全球广告业发展趋势预测

第二节 2008年中国新媒体营销状况分析

- 一、新媒体时代的营销及原则
- 二、新媒体营销初显峥嵘
- 三、新媒体与整合营销，改变广告传播方式
- 四、营销行业迎接新媒体时代来临
- 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

第三节 2007-2008年中国新媒体营销趋势分析

第十一章 2008年中国新媒体行业竞争格局分析

第一节 2008年中国传统媒体与新媒体的竞争分析

- 一、新媒体发展是传统媒体变革的必然
- 二、新兴媒体挑战中国媒体市场结构
- 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

第二节 2008年中国新媒体行业竞争现状分析

- 一、国内新媒体竞争进入2.0时代
- 二、2008年奥运期间新媒体竞争升级
- 三、渠道型新媒体混乱的圈地竞争

第三节 2008年中国新媒体行业竞争存在的问题分析

第四节 2009-2012年中国新媒体行业竞争趋势分析

第十二章 2008年中国新媒体行业上市公司财务状况及竞争力分析

第一节 上海东方明珠（集团）股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业收入及盈利指标
- 三、企业资产状况分析
- 四、企业成本费用构成情况
- 五、企业经营分析

第二节 中视传媒股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业收入及盈利指标
- 三、企业资产状况分析
- 四、企业成本费用构成情况
- 五、企业经营分析

第三节 成都博瑞传播股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业收入及盈利指标
- 三、企业资产状况分析
- 四、企业成本费用构成情况
- 五、企业经营分析

第四节 湖南电广传媒股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业收入及盈利指标
- 三、企业资产状况分析
- 四、企业成本费用构成情况
- 五、企业经营分析

第五节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业收入及盈利指标
- 三、企业资产状况分析
- 四、企业成本费用构成情况
- 五、企业经营分析

第六节 陕西广电网络传媒股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业收入及盈利指标
- 三、企业资产状况分析
- 四、企业成本费用构成情况
- 五、企业经营分析

第十三章 2009-2012年中国新媒体行业发展趋势预测分析

第一节 2009-2012年中国新媒体行业发展前景分析

- 一、未来新媒体的趋势展望
- 二、中国新媒体发展趋势分析
- 三、Web2.0新媒体发展趋势解析

第二节 2009-2012年中国新媒体行业发展趋势分析

- 一、新媒体发展国家的战略已经基本确立
- 二、新媒体传播的技术日趋走向成熟
- 三、新媒体传播的内容不断发展丰富
- 四、新媒体传播呈快速的发展趋势

第三节 2009-2012年中国新媒体行业市场发展趋势分析

- 一、新媒体传播的市场总量将持续快速增长
- 二、融合趋势促使复合新媒体传播的加速发展

第十四章 2009-2012年中国新媒体行业投资前景分析

第一节 2009-2012年中国新媒体行业投资环境分析

第二节 2009-2012年中国新媒体行业投资周期分析

- 一、经济周期
- 二、增长性与波动性
- 三、成熟度分析

第三节 2009-2012年中国新媒体行业投资机会分析

- 一、新媒体成传媒行业的投资新热点
- 二、数字新媒体产业中的风投热点分析
- 三、数字新媒体业的面临宽带业务投资机遇
- 四、新媒体产业盈利模式与获得风投的瓶颈解析
- 五、新媒体VC投资策略分析

第四节 2009-2012年中国新媒体行业投资风险预警分析

- 一、金融风险分析
- 二、技术风险分析
- 三、竞争风险分析
- 四、政策风险分析
- 五、其他风险分析

第五节 HJSD建议

第十五章 2009-2012年中国新媒体发展策略分析

第一节 2009-2012年中国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

第二节 2009-2012年中国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

第三节 英国第四频道新媒体品牌运营策略借鉴

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

第四节 HJSD策略建议

图表目录部分

图表 1 2003-2008年第三季度中国GDP总量及增长趋势图

图表 2 2008年前三季度中国国内生产总值及增幅情况

图表 3 2008年前后宏观经济景气指数预警信号图

图表 4 2003-2008年中国农村人均纯收入增长趋势图

图表 5 2003-2008年中国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 6 2003-2007年中国人均GDP增长趋势图

图表 7 2003-2008年中国社会消费品零售总额变化情况

图表 8 2008年前三季度居民消费价格比上年涨跌幅度（单位：%）

图表 9 2003-2008年中国农村人均纯收入增长趋势图

图表 10 2003-2008年中国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 11 2003-2007年中国人均GDP增长趋势图

图表 12 2003-2007年中国研究与试验发展（R&D）经费支出增长趋势

图表 13 移动电视的标准

图表 14 两种主流地面广播技术标准比较

图表 15 基于移动通信和数字广播的移动电视业务比较

图表 16 2006到2011年中国本土手机出货预测

图表 17 2008年手机应用市场应用情况

图表 18 广电运营商的SWOT分析图

图表 19 电信运营商的SWOT分析图

图表 20 IPTV领域广电和电信的博弈矩阵

图表 21 2004-2008年第三季度中国IPTV用户数

图表 22 截至2008年第三季度中国IPTV用户数运营商分布图

图表 23 2005-2009年第三季度中国IPTV用户数

图表 24 频道运营商存在的必要性及发展前景分析

图表 25 频类业务中广电运营商的角色发展

图表 26 2005-2010年全球广告市场规模及其同比增长 单位：亿美元

图表 27 2007年全球主要媒体广告市场份额

图表 28 2006-2010年全球主要媒体广告市场份额

图表 29 2005-2009年互联网广告开支类别 单位：百万美元

图表 30 2005-2009年全球各地区主要媒体规模 单位：百万美元

图表 31 上海东方明珠（集团）股份有限公司主营业务收入状况

图表 32 上海东方明珠（集团）股份有限公司净利润状况

图表 33 上海东方明珠（集团）股份有限公司利润率状况

图表 34 上海东方明珠（集团）股份有限公司资产负债状况

图表 35 上海东方明珠（集团）股份有限公司成本费用状况

图表 36 中视传媒股份有限公司机构设置图

图表 37 中视传媒股份有限公司主营业务收入状况

图表 38 中视传媒股份有限公司净利润状况

图表 39 中视传媒股份有限公司利润率状况

图表 40 中视传媒股份有限公司资产负债状况

图表 41 中视传媒股份有限公司成本费用状况

图表 42 成都博瑞传播股份有限公司主营业务收入状况

图表 43 成都博瑞传播股份有限公司净利润状况

图表 44 成都博瑞传播股份有限公司利润率状况

图表 45 成都博瑞传播股份有限公司资产负债状况

图表 46 成都博瑞传播股份有限公司成本费用状况

图表 47 湖南电广传媒股份有限公司组织架构

图表 48 湖南电广传媒股份有限公司主营业务收入状况
图表 49 湖南电广传媒股份有限公司净利润状况
图表 50 湖南电广传媒股份有限公司利润率状况
图表 51 湖南电广传媒股份有限公司资产负债状况
图表 52 湖南电广传媒股份有限公司成本费用状况
图表 53 北京歌华有线电视网络股份有限公司主营业务收入状况
图表 54 北京歌华有线电视网络股份有限公司净利润状况
图表 55 北京歌华有线电视网络股份有限公司利润率状况
图表 56 北京歌华有线电视网络股份有限公司资产负债状况
图表 57 北京歌华有线电视网络股份有限公司成本费用状况
图表 58 陕西广电网络传媒股份有限公司主营业务收入状况
图表 59 陕西广电网络传媒股份有限公司净利润状况
图表 60 陕西广电网络传媒股份有限公司利润率状况
图表 61 陕西广电网络传媒股份有限公司资产负债状况
图表 62 陕西广电网络传媒股份有限公司成本费用状况
图表 63 2003-2008年3月中国移动电话用户数量及变化情况
图表 64 我国新媒体行业生命周期图
图表 65 2006-2007年部分获得投资的新媒体公司
图表 66 略。。。。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/49339.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。