

# 2021-2027年中国视听新媒体 行业分析与市场运营趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国视听新媒体行业分析与市场运营趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202108/231930.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

### （1）按时间界定

把基于技术变革出现的一些新的传播形态，或一直存在但长期未被社会发现传播价值的渠道、载体都称作新媒体。前者包括手机电视、IP电视、网络广播、网络电视、移动电视（车载移动与手持移动）等，后者包括楼宇电视和巴士联播等。

### （2）按数字技术界定

把传统媒体数字化后的业务形态都叫做新媒体，也被称作数字新媒体。这种划分时间跨度更长，包涵内容更广泛。除上述所涉及的媒体形态外，有线数字电视、直播卫星电视、地面数字电视都属于新媒体

### （3）按互联网技术（IP网络协议）界定：

把与网络媒体有关的一些视听业务形态叫新媒体。这种划分方式强调的是交互，广播方式的媒体形态都不属于新媒体。这种新媒体只包括IP电视、手机电视（基于移动通信网）、网络广播影视、互联网电视等。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国视听新媒体行业分析与市场运营趋势报告》共七章。首先介绍了视听新媒体相关概念及发展环境，接着分析了中国视听新媒体规模及消费需求，然后对中国视听新媒体市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国视听新媒体面临的机遇及发展前景。您若想对中国视听新媒体有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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 中国视听新媒体行业发展背景

##### 1.1 视听新媒体行业政策环境分析

###### 1.1.1 视听新媒体行业相关政策法规

###### 1.1.2 视听新媒体行业管理现状

###### 1.1.3 视听新媒体管理趋势分析

##### 1.2 视听新媒体行业经济环境分析

###### 1.2.1 国内生产总值（GDP）增长分析

- 1.2.2 居民收入状况分析
- 1.2.3 城镇居民消费状况分析
- 1.3 视听新媒体行业技术环境分析
  - 1.3.1 内容制播与发布技术
  - 1.3.2 传输网络技术
  - 1.3.3 终端技术
  - 1.3.4 其他技术

## 第二章 中国视听新媒体行业关联产业发展分析

- 2.1 互联网发展分析
  - 2.1.1 互联网发展状况
  - 2.1.2 互联网基础资源
  - 2.1.3 互联网应用状况
  - 2.1.4 手机网民应用状况
  - 2.1.5 互联网发展趋势分析
- 2.2 传媒产业发展分析
  - 2.2.1 传媒产业发展概况
  - 2.2.2 传媒产业发展现状分析
  - 2.2.3 传媒产业上市公司经营情况分析
  - 2.2.4 传媒产业发展趋势分析
- 2.3 软件产业发展分析
  - 2.3.1 2019年软件产业发展状况
  - 2.3.2 2019年软件产业经济运行情况
  - 2.3.3 软件产业发展趋势分析

## 第三章 国内外视听新媒体行业发展现状及趋势分析

- 3.1 国外视听新媒体行业发展现状及趋势分析
  - 3.1.1 国外视听新媒体内容服务发展现状
  - 3.1.2 国外视听新媒体传输分配渠道和接收终端发展状况
  - 3.1.3 国外视听新媒体的盈利模式
  - 3.1.4 国外视听新媒体发展存在的问题
  - 3.1.5 国外视听新媒体发展趋势

## 3.2 国内视听新媒体行业发展现状及趋势分析

### 3.2.1 国内视听新媒体的发展阶段

### 3.2.2 国内视听新媒体发展规模

### 3.2.3 国内视听新媒体发展特点

### 3.2.4 国内视听新媒体业务形态分类

### 3.2.5 国内视听新媒体版权发展与管理

### 3.2.6 国内视听新媒体发展的基本经验

### 3.2.7 国内视听新媒体发展面临的问题

### 3.2.8 国内视听新媒体发展趋势分析

## 第四章 中国视听新媒体各类业务发展现状及趋势分析

### 4.1 手机电视发展现状及趋势分析

#### 4.1.1 手机电视的定义和产业链结构

#### 4.1.2 全球手机电视市场规模及用户区域分布

#### 4.1.3 智能手机终端市场分析

#### 4.1.4 中国手机电视用户规模及消费行为

#### 4.1.5 手机电视发展面临的问题及趋势

### 4.2 IP电视发展现状及趋势分析

#### 4.2.1 IP电视的定义和主要功能

#### 4.2.2 IP电视的发展历程和基本模式

#### 4.2.3 IP电视的产业链构成及特点分析

#### 4.2.4 IP电视的技术架构及播出安全监管

#### 4.2.5 IP电视产业链的价值优化

#### 4.2.6 IP电视发展趋势分析

### 4.3 互联网电视发展现状及趋势分析

#### 4.3.1 互联网电视的定义和特点

#### 4.3.2 互联网电视发展概况

#### 4.3.3 互联网电视产业链的创新架构及特点

#### 4.3.4 互联网电视行业产业价值

#### 4.3.5 互联网电视发展趋势分析

### 4.4 移动多媒体广播电视发展现状及趋势分析

#### 4.4.1 移动多媒体广播电视的定义和国际标准

- 4.4.2 CMMB技术发展历程及主要特点
- 4.4.3 移动多媒体广播电视业务运营现状分析
- 4.4.4 移动多媒体广播电视发展趋势分析
- 4.5 公共视听载体发展现状及趋势分析
  - 4.5.1 公共视听载体的定义、表现形态与实现方式
  - 4.5.2 公共视听载体的市场规模与基本格局
  - 4.5.3 各类公共视听载体市场现状分析
  - 4.5.4 公共视听载体的收入来源与资本运作分析
  - 4.5.5 公共视听载体的受众分析
  - 4.5.6 公共视听载体的监管政策
  - 4.5.7 公共视听载体发展趋势分析
- 4.6 互联网视听节目服务发展现状及趋势分析
  - 4.6.1 互联网视听节目服务定义、特点、与分类
  - 4.6.2 互联网视听节目服务产业链与盈利模式分析
  - 4.6.3 互联网视听节目服务经营情况
  - 4.6.4 互联网视听节目服务发展趋势
- 4.7 移动互联网音视频发展现状及趋势分析
  - 4.7.1 移动互联网音视频定义及主要特性
  - 4.7.2 移动互联网音视频支撑基础——4G网络发展
  - 4.7.3 移动互联网音视频传播模式和产业链介绍
  - 4.7.4 移动互联网音视频发展趋势

## 第五章 新媒体与传统媒体融合及全媒体发展分析

- 5.1 新媒体与传统媒体的融合发展分析
  - 5.1.1 新媒体与传统媒体融合的必然性分析
  - 5.1.2 美国传统媒体与新媒体融合的几种方式
  - 5.1.3 电视媒体与网络媒体融合发展现状分析
  - 5.1.4 传统媒体与新媒体融合发展趋势分析
- 5.2 全媒体发展分析
  - 5.2.1 全媒体战略提出的背景
  - 5.2.2 全媒体概念解析
  - 5.2.3 传统媒体选择全媒体战略的现实基础

- 5.2.4 传统媒体实施全媒体战略的关键点
- 5.2.5 全媒体战略风险分析
- 5.2.6 全媒体发展现状分析
- 5.2.7 全媒体的发展和内容管理面临的新挑战
- 5.2.8 全媒体发展趋势分析
- 5.3 北京电视台网络春晚个案分析
  - 5.3.1 北京电视台网络春晚举办概况
  - 5.3.2 北京电视台网络春晚诞生背景
  - 5.3.3 北京电视台网络春晚运作情况
  - 5.3.4 北京电视台网络春晚差异定位
  - 5.3.5 首届网络互动春晚的影响和启示
- 5.4 盛大集团从游戏门户向全媒体转型个案分析
  - 5.4.1 盛大转型的基本历程
  - 5.4.2 盛大现阶段的业务布局
  - 5.4.3 盛大成功转型的启示
- 5.5 华视整合车载移动电视广告资源个案分析
  - 5.5.1 华视传媒车载移动电视广告联播网的发展历程
  - 5.5.2 车载移动电视的传播价值分析
  - 5.5.3 华视传媒的广告价值分析
  - 5.5.4 城镇化与公交优先战略为车载移动电视带来新机遇

## 第六章 国内外知名视听新媒体运营机构与平台经营分析

- 6.1 国外知名视听新媒体运营机构与平台经营分析
  - 6.1.1 Hulu经营分析
  - 6.1.2 You Tube经营分析
  - 6.1.3 Nicovideo经营分析
  - 6.1.4 Netflix经营分析
  - 6.1.5 VEVO经营分析
  - 6.1.6 Google TV经营分析
  - 6.1.7 iPad分析
- 6.2 国内知名视听新媒体运营机构与平台经营分析
  - 6.2.1 上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司经营分析

- 6.2.2 北京北广传媒集团有限公司经营分析
- 6.2.3 凤凰新媒体经营分析
- 6.2.4 世通华纳传媒控股有限公司经营分析
- 6.2.5 巴士在线传媒有限公司经营分析
- 6.2.6 分众传媒控股有限公司经营分析
- 6.2.7 华视传媒集团有限公司经营分析
- 6.2.8 北京航美传媒广告有限公司经营分析
- 6.2.9 上海东方明珠（集团）股份有限公司经营分析
- 6.2.10 触动传媒经营分析
- 6.2.11 鼎程传媒经营分析
- 6.2.12 北京融科传媒科技有限公司经营分析
- 6.2.13 北京炎黄健康时代传媒广告有限公司经营分析
- 6.2.14 湖南国邮传媒有限公司经营分析
- 6.2.15 乐视网信息技术（北京）股份有限公司经营分析

## 第七章 中国视听新媒体行业投融资分析及建议

- 7.1 视听新媒体行业投资特性
  - 7.1.1 视听新媒体行业进入壁垒
  - 7.1.2 视听新媒体行业经营模式
  - 7.1.3 视听新媒体行业盈利模式
  - 7.1.4 视听新媒体行业盈利因素分析
- 7.2 视听新媒体行业投资现状及趋势分析
  - 7.2.1 视听新媒体创业投资现状
  - 7.2.2 传媒上市企业概况
  - 7.2.3 传媒企业上市潮解读
  - 7.2.4 视听新媒体行业投资兼并事件分析
  - 7.2.5 视听新媒体行业投资趋势分析
- 7.3 视听新媒体行业融资现状及趋势分析
  - 7.3.1 视听新媒体行业融资环境变化
  - 7.3.2 视听新媒体行业融资现状分析
  - 7.3.3 视听新媒体行业融资趋势分析
- 7.4 视听新媒体行业投资前景



#### 7.4.1 视听新媒体行业投资机会分析

#### 7.4.2 视听新媒体行业投资风险分析

#### 7.4.3 视听新媒体行业投资前景

#### 图表目录：

图表 1：视听新媒体政策法规

图表 2：视听新媒体管理现状

图表 3：视听新媒体管理趋势

图表 4：2015-2019年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表 5：2015-2019年中国城镇居民可支配收入变化情况（单位：元，%）

图表 6：2015-2019年中国农村居民人均纯收入变化情况（单位：元，%）

图表 7：居民收入水平提升对视听消费需求的影响机制

图表 8：2019年中国城镇家庭平均每人全年消费性支出结构情况（单位：%）

图表 9：2015-2019年中国居民消费者信心指数（单位：%）

图表 10：中国一线城市居民消费意愿（单位：%）

图表 11：视听新媒体内容制播与发布技术

图表 12：视听新媒体传输网络技术

图表 13：视听新媒体终端技术

图表 14：视听新媒体其他技术

图表 15：2015-2019年中国网民规模与普及率（单位：亿人，%）

图表 16：2015-2019年中国手机网民规模及其占网民比例（单位：万人，%）

图表 17：2015-2019年中国网民上网设备使用情况（单位：%）

图表 18：2015-2019年中国网民平均每周上网时长（单位：小时）

图表 19：2015-2019年中国网民性别结构（单位：%）

图表 20：2015-2019年中国网民年龄结构（单位：%）

图表 21：2015-2019年中国网民学历结构（单位：%）

图表 22：2015-2019年中国网民职业结构（单位：%）

图表 23：2015-2019年中国网民收入结构（单位：%）

图表 24：2015-2019年中国网民城乡结构（单位：%）

图表 25：2015-2019年中国互联网基础资源（单位：个，Mbps，%）

图表 26：2015-2019年中国IPv6地址资源变化情况（单位：块/32）

图表 27：2015-2019年中国IPv4地址资源变化情况（单位：万个）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202108/231930.html>