

2021-2027年中国传媒市场 深度分析与投资可行性报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国传媒市场深度分析与投资可行性报告》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/202012/198080.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

随着互联网与传统媒体的融合走向深化，传媒产业已经成为中国数字经济的重要组成部分。中国经济稳中有进的，中国居民消费的持续增长和文化传媒消费的稳步提升，带动传媒产业持续增长。

从传媒行业细分市场发展状况看，互联网保持良好发展态势，传统媒体继续下行。2017年中国网络广告市场规模超过3800亿元，网络游戏收入首次突破了2000亿元，网络视频市场规模也将近1000亿元，并以30%的速度快速增长，网络广告、网络游戏、网络视频成为拉动传媒产业发展的三大动力。移动互联网则已经超过传统互联网的规模，移动广告占网络广告市场规模的比例达到69.2%，甚至超过了传统媒体广告市场总和。

2017年中国网络广告市场规模超过3800亿元，网络游戏收入首次突破了2000亿元，网络视频市场规模也将近1000亿元，并以30%的速度快速增长，网络广告、网络游戏、网络视频成为拉动传媒产业发展的三大动力。移动互联网则已经超过传统互联网的规模，移动广告占网络广告市场规模的比例达到69.2%，甚至超过了传统媒体广告市场总和。2017年中国传媒产业细分市场增长情况(单位：%)

从传媒产业内部结构的变化看，传统媒体市场仍持续整体衰落。以2011年为分水岭，新兴媒体的市场份额超过传统媒体开始，传媒市场结构调整的速度越来越快。从2011年广电、平面、互联网、移动互联网“四分天下”，到2013年演变成传统媒体、互联网和移动互联网的“三足鼎立”；2017年则已转向“一超多强”的局面——移动互联网的市场份额接近一半，传统媒体总体规模仅占五分之一，其中报刊图书等平面媒体的市场份额不到6%。2011-2017年中国传媒产业市场结构变化情况

中企顾问网发布的《2021-2027年中国传媒市场深度分析与投资可行性报告》共四章。首先介绍了中国传媒行业市场发展环境、传媒整体运行态势等，接着分析了中国传媒行业市场运行的现状，然后介绍了传媒市场竞争格局。随后，报告对传媒做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国传媒行业发展趋势与投资预测。您若想对传媒产业有个系统的了解或者想投资中国传媒行业，本报告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1章：传媒产业定义及发展环境分析

1.1 传媒产业定义

1.1.1 传媒产业定义

1.1.2 传媒产业在国民经济中的地位分析

1.2 传媒产业政策环境分析

1.2.1 传媒产业管理体制

(1) 主管部门

(2) 监管体制

1.2.2 传媒产业主要政策及法律法规

1.2.3 传媒产业体制改革进展分析

(1) 报刊体制改革进展

(2) 图书出版发行体制改革进展

(3) 广播电视体制改革进展

(4) 音像出版业体制改革进展

(5) 电影体制改革进展

1.3 传媒产业经济环境分析

1.3.1 国际宏观经济环境分析

(1) 国际宏观环境发展现状

(2) 国际宏观经济发展预测

1.3.2 国内宏观经济环境分析

(1) 国内宏观经济发展现状

(2) 国内宏观经济发展预测

1.4 传媒产业社会环境分析

1.4.1 舆论多元化

1.4.2 公民展开新闻运动

1.4.3 传媒市场“碎片化”

1.4.4 社群圈子形成

1.4.5 判据感性化

第2章：互联网传媒产业发展现状及趋势分析

2.1 互联网发展规模分析

2.1.1 互联网网民规模

2.1.2 互联网资源规模

2.2 互联网经济发展分析

2.2.1 网络经济规模

2.2.2 网络应用结构

2.2.3 网络经济细分市场发展分析

(1) 电子商务市场发展分析

(2) 网络广告市场发展分析

(3) 网络游戏市场发展分析

2.3 互联网传媒产业发展分析

2.3.1 互联网传媒产业基本状况

2.3.2 互联网传媒产业细分市场情况

(1) 新闻网站

(2) 网络视频

(3) 搜索引擎

(4) 即时通信

(5) 网络社区

(6) 微博

(7) 邮件列表

(8) 数字音乐

2.4 互联网传媒产业主要变化分析

2.4.1 国家政策变化

2.4.2 技术和新产业业态变化

2.4.3 融资变化

2.4.4 重大事件

2.5 互联网传媒产业发展趋势分析

第3章：三网融合对互联网影响分析

3.1 三网融合概述

3.1.1 三网融合定义及涉及领域

3.1.2 三网融合包含四要素分析

3.1.3 发展三网融合的积极意义

3.2 三网融合利益格局分析

- 3.2.1 三网融合产业链利益竞争关系
- 3.2.2 三网融合受益方分析
 - (1) 设备提供商在融合前期受益
 - (2) 有线运营商与内容制作商长远受益
- 3.2.3 三网融合产业链投资机会分析
 - (1) 设备提供商
 - (2) 网络服务商
 - (3) 服务及内容提供商
- 3.3 三网融合对互联网的影响分析
 - 3.3.1 三网融合下互联网的地位
 - 3.3.2 三网融合下互联网的创新发展
- 3.4 2013年以来三网融合进展分析
 - 3.4.1 运营商加大投资力度
 - 3.4.2 三网融合用户数量取得突破
 - 3.4.3 各地区三网融合制定试点与实施方案
- 3.5 三网融合未来展望
 - 3.5.1 三网融合发展障碍分析
 - (1) 体制障碍
 - (2) 监管体制障碍
 - (3) 技术挑战
 - 3.5.2 三网融合发展建议
 - (1) 设立第三方监管机构
 - (2) 完善产业标准与法规
 - (3) 形成合作竞争机制
 - (4) 打造良好的生态系统
 - 3.5.3 三网融合未来展望
 - (1) 长远前景
 - (2) 2019年发展前景

第4章：互联网传媒产业投融资现状分析及建议

- 4.1 互联网传媒产业投资特性分析
 - 4.1.1 传媒产业进入壁垒分析

- (1) 规模经济壁垒
- (2) 产品差异化壁垒
- (3) 资源壁垒
- (4) 资金壁垒

4.1.2 传媒产业盈利因素分析

- (1) 决策型人才因素
- (2) 产业价值链因素
- (3) 创意因素

4.1.3 传媒产业盈利模式分析

- (1) 广播电视盈利模式
- (2) 新媒体盈利模式
- (3) 出版类传媒盈利模式

4.2 互联网传媒产业投融资现状分析

4.2.1 互联网传媒产业投融资环境变化

- (1) 信贷环境变化
- (2) 金融支持政策

4.2.2 互联网传媒新股投融资概况

4.2.3 互联网传媒上市企业概况

- (1) 传媒上市企业总市值概况
- (2) 传媒上市企业运营概况
- (3) 传媒上市企业盈利概况

4.2.4 互联网传媒企业上市潮解读

4.3 传媒产业投资建议

4.3.1 互联网传媒产业投资机会分析

4.3.2 互联网传媒产业投资风险分析

- (1) 政策管制风险
- (2) 宏观经济波动风险
- (3) 关联产业需求变动风险
- (4) 传媒企业所有制风险

4.3.3 互联网传媒产业投资建议

- (1) 适当加大广告投入
- (2) 继续发展影视行业

(3) 争当动漫行业领导者

(4) 加大数字化出版投入

图表目录：

图表：2011-2019年中国传媒产业总产值占GDP比重走势图（单位：亿元，%）

图表：传媒产业主要监管部门及职责

图表：网络视频监管主要机构

图表：2017止中国分类CN域名数（单位：个，%）

图表：2011-2019年中国网站数量变化（单位：万个）

图表：2011-2019年中国网页数量变化（单位：亿个，%）

图表：2011-2019年中国国际出口带宽变化情况（单位：Mbps，%）

图表：2011-2019年中国网络经济市场规模及预测（单位：亿元，%）

图表：2011-2019年各类网络应用使用率（单位：万，%）

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/198080.html>