

# 2016-2022年中国移动媒体 市场深度分析与前景展望研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2016-2022年中国移动媒体市场深度分析与前景展望研究报告》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.abaogao.com/b/yidong/L8504369B7.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

### 前言

在现代市场经济活动中，信息已经是一种重要的经济资源，信息资源的优先占有者胜，反之则处于劣势。中国每年有近100万家企业倒闭，对于企业经营而言，因为失误而出局，极有可能意味着从此退出历史舞台。他们的失败、他们的经验教训，可能再也没有机会转化为他们下一次的成功了！企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求。

随着移动媒体行业竞争的不断加剧，大型企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内外优秀的移动媒体企业愈来愈重视对行业市场的分析研究，特别是对当前市场环境和客户需求趋势变化的深入研究，以期提前占领市场，取得先发优势。正因为如此，一大批优秀品牌迅速崛起，逐渐成为行业中的翘楚。

本移动媒体行业研究报告是智研数据研究中心公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国移动媒体行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据研究中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国移动媒体行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国移动媒体行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国移动媒体行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

### 报告目录：

#### 第一章移动媒体行业发展综述1

##### 第一节移动媒体行业相关概念概述1

###### 一、移动媒体行业定义1

###### 二、移动媒体特点分析1

### 三、传统媒体与移动媒体对比2

#### 第二节最近3-5年中国移动媒体行业经济指标分析3

##### 一、赢利性3

##### 二、成长速度3

##### 三、附加值的提升空间5

##### 四、进入壁垒 / 退出机制5

##### 五、风险性6

##### 六、行业周期7

##### 七、竞争激烈程度指标7

##### 八、行业成熟度分析7

### 第二章移动媒体行业市场环境及影响分析9

#### 第一节移动媒体行业政治法律环境9

##### 一、行业管理体制分析9

##### 二、行业主要法律法规9

##### 三、移动媒体行业相关标准20

##### 四、行业相关发展规划21

##### 五、政策环境对行业的影响22

#### 第二节行业经济环境分析23

##### 一、宏观经济形势分析23

##### 二、宏观经济环境对行业的影响分析42

#### 第三节行业社会环境分析42

##### 一、移动媒体产业社会环境42

##### 二、社会环境对行业的影响55

##### 三、技术环境对行业的影响55

### 第三章我国移动媒体行业运行现状分析57

#### 第一节我国移动媒体行业发展状况分析57

##### 一、我国移动媒体行业发展背景57

##### 二、我国移动媒体行业发展总体概况57

##### 三、我国移动媒体行业发展特点分析58

##### 四、移动媒体行业运营模式分析59

## 第二节2014-2015年移动媒体行业发展现状60

### 一、2014-2015年我国移动媒体行业市场规模60

### 二、2014-2015年我国移动媒体行业发展分析60

## 第三节2014-2015年移动媒体市场情况分析64

### 一、2014-2015年中国移动媒体市场总体概况64

### 二、2014-2015年中国移动媒体产品市场发展分析64

## 第四章我国移动媒体行业整体运行指标分析66

### 第一节2014-2015年中国移动媒体行业总体规模分析66

#### 一、企业数量结构分析66

#### 二、人员规模状况分析67

#### 三、行业资产规模分析67

#### 四、行业产值规模分析68

### 第二节2014-2015年中国移动媒体行业财务指标总体分析68

#### 一、行业盈利能力分析68

#### 二、行业偿债能力分析69

### 第三节我国移动媒体市场供需分析69

#### 一、2014-2015年我国移动媒体行业供给情况69

#### 二、2014-2015年我国移动媒体行业需求情况70

#### 三、2014-2015年我国移动媒体行业供需平衡分析74

## 第五章移动媒体行业细分业态分析75

### 第一节手机媒体发展概况75

#### 一、移动通信的发展75

#### 二、移动增值业务的发展79

### 第二节手机音乐业务80

#### 一、中国手机音乐发展历程80

#### 二、中国手机音乐商业模式分析81

#### 三、中国手机音乐市场用户规模84

#### 四、中国手机音乐发展现状85

#### 五、中国手机音乐市场竞争格局87

#### 六、中国手机音乐用户行为分析89

## 七、中国手机音乐市场发展趋势93

### 第三节手机报业务93

#### 一、手机报的发展状况93

#### 二、手机报的发展现状94

#### 三、手机报发展存在的问题及制约94

#### 四、解决手机报发展瓶颈的措施及发展前景95

### 第四节手机阅读业务96

#### 一、手机阅读发展背景96

#### 二、手机阅读产业链分析96

#### 三、手机阅读市场现状97

#### 四、手机阅读需求特点98

#### 五、主流手机阅读软件对比分析99

#### 六、手机阅读用户调查分析100

#### 七、手机阅读发展存在的问题102

#### 八、手机阅读发展前景预测102

### 第五节手机游戏业务103

#### 一、手机游戏发展阶段103

#### 二、手机游戏发展情况104

#### 三、手机游戏市场分析104

#### 四、手机游戏资本运作情况105

#### 五、手机游戏市场趋势分析106

#### 六、手机游戏市场前景预测107

### 第六节手机视频业务108

#### 一、中国手机视频市场规模108

#### 二、中国手机视频布局分析109

#### 三、中国手机视频用户调研分析109

#### 四、中国手机视频商业模式分析113

#### 五、中国手机视频行业发展趋势113

### 第七节手机动漫业务114

#### 一、中国手机动漫发展背景114

#### 二、中国手机动漫市场规模115

#### 三、中国手机动漫政策扶持情况115

#### 四、中国手机动漫发展趋势116

### 第六章2016-2022年移动媒体行业竞争形势及策略118

#### 第一节行业总体市场竞争状况分析118

##### 一、移动媒体行业竞争结构分析118

##### 二、移动媒体行业企业间竞争格局分析119

##### 三、移动媒体行业集中度分析120

##### 四、移动媒体行业SWOT分析120

#### 第二节2014-2015年中国移动媒体行业竞争格局综述121

##### 一、移动媒体行业竞争概况121

##### 二、中国移动媒体行业竞争力分析122

##### 三、中国移动媒体竞争力优势分析122

##### 四、移动媒体行业主要企业竞争力分析123

#### 第三节2016-2022年国内外移动媒体行业竞争格局分析123

##### 一、2016-2022年国外移动媒体竞争分析123

##### 二、2016-2022年我国移动媒体市场竞争分析124

#### 第四节移动媒体市场竞争策略分析125

### 第七章移动媒体行业领先企业经营形势分析127

#### 第一节广州网易计算机系统有限公司127

##### 一、企业发展概况分析127

##### 二、企业经营情况分析127

##### 三、企业移动媒体业务发展130

##### 四、企业发展战略分析131

#### 第二节新浪网络技术股份有限公司131

##### 一、企业发展概况分析131

##### 二、企业经营情况分析134

##### 三、企业移动媒体业务发展136

##### 四、企业发展战略分析141

#### 第三节深圳市腾讯计算机系统有限公司141

##### 一、企业发展概况分析141

##### 二、企业经营情况分析142

三、企业移动媒体业务发展	144
四、企业发展战略分析	146
第四节掌阅科技股份有限公司	148
一、企业发展概况分析	148
二、企业经营情况分析	149
三、企业移动媒体业务发展	150
四、企业发展战略分析	151
第五节杭州斯凯网络科技有限公司	152
一、企业发展概况分析	152
二、企业经营情况分析	153
三、企业移动媒体业务发展	157
四、企业发展战略分析	158
第六节北京搜狐新时代信息技术有限公司	158
一、企业发展概况分析	158
二、企业经营情况分析	159
三、企业移动媒体业务发展	162
四、企业发展战略分析	163
第七节北京百度网讯科技有限公司	164
一、企业发展概况分析	164
二、企业经营情况分析	166
三、企业移动媒体业务发展	169
四、企业发展战略分析	170
第八章2016-2022年移动媒体行业前景及趋势预测	172
第一节2016-2022年移动媒体市场发展前景	172
一、2016-2022年移动媒体市场发展潜力	172
二、2016-2022年移动媒体市场发展前景展望	172
三、2016-2022年移动媒体细分行业发展前景分析	175
第二节2016-2022年移动媒体市场发展趋势预测	179
一、2016-2022年移动媒体行业发展趋势	179
二、2016-2022年移动媒体市场规模预测	181
三、2016-2022年移动媒体行业应用趋势预测	181

### 第三节2016-2022年中国移动媒体行业供需预测182

- 一、2016-2022年中国移动媒体行业供给预测182
- 二、2016-2022年中国移动媒体企业数量预测182
- 三、2016-2022年中国移动媒体资产规模预测183
- 四、2016-2022年中国移动媒体行业需求预测183
- 五、2016-2022年中国移动媒体行业供需平衡预测184

### 第四节影响企业生产与经营的关键趋势184

- 一、市场整合成长趋势184
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测185
- 三、企业区域市场拓展的趋势186

## 第九章2016-2022年移动媒体行业投资机会与风险防范187

### 第一节移动媒体行业投融资情况187

- 一、行业资金渠道分析187
- 二、固定资产投资分析188
- 三、兼并重组情况分析189
- 四、移动媒体行业投资现状分析189

### 第二节2016-2022年移动媒体行业投资机会190

- 一、细分市场投资机会190
- 二、重点区域投资机会193
- 三、移动媒体行业投资机遇193

### 第三节2016-2022年移动媒体行业投资风险及防范193

- 一、政策风险及防范193
- 二、技术风险及防范194
- 三、供求风险及防范195
- 四、宏观经济波动风险及防范196
- 五、关联产业风险及防范200
- 六、产品结构风险及防范200

### 第四节中国移动媒体行业投资建议202

- 一、移动媒体行业未来发展方向202
- 二、移动媒体行业主要投资建议203

## 第十章2016-2022年移动媒体行业面临的困境及对策205

### 第一节2016-2022年移动媒体行业面临的困境和对策205

#### 第二节移动媒体企业面临的困境及对策205

#### 第三节中国移动媒体市场发展面临的挑战与对策207

## 第十一章移动媒体行业发展战略研究209

### 第一节移动媒体行业发展战略研究209

#### 一、战略综合规划209

#### 二、技术开发战略211

#### 三、业务组合战略213

#### 四、区域战略规划214

#### 五、产业战略规划215

#### 六、营销品牌战略216

#### 七、竞争战略规划217

### 第二节对我国移动媒体品牌的战略思考218

#### 一、移动媒体品牌的重要性218

#### 二、移动媒体实施品牌战略的意义219

#### 三、移动媒体企业品牌的现状分析220

#### 四、我国移动媒体企业的品牌战略221

#### 五、移动媒体品牌战略管理的策略223

### 第三节移动媒体经营策略分析227

#### 一、移动媒体市场细分策略227

#### 二、移动媒体市场创新策略229

#### 三、品牌定位与品类规划231

#### 四、移动媒体新产品差异化战略232

## 第十二章研究结论及发展建议235

### 第一节移动媒体行业研究结论及建议235

### 第二节移动媒体子行业研究结论及建议236

### 第三节移动媒体行业发展建议(ZYPXS)237

#### 一、行业发展策略建议237

#### 二、行业投资方向建议238

### 三、行业投资方式建议240

#### 图表目录：

- 图表：2011-2015年中国手机网民规模及其占网民比例4
- 图表：2014-2015年网络新闻/手机网络新闻用户规模及使用率4
- 图表：2014年12月-2015年6月中国网民对各类手机应用使用率5
- 图表：行业周期示意图7
- 图表：“十二五”移动媒体相关行业发展规划和目标22
- 图表：2014-2015年一季度我国GDP增长速度情况24
- 图表：2014-2015年居民消费价格上涨率情况25
- 图表：2013-2015年我国居民恩格尔系数情况26
- 图表：2014-2015年固定资产投资增速情况33
- 图表：2013-2015年我国固定资产投资总值及增长率情况34
- 图表：2014-2015年房地产投资增速情况35
- 图表：2014-2015年我国规模以上工业增加值增速情况36
- 图表：2013-2015年全国公共财政收入情况分析37
- 图表：2014年末人口数及其构成43
- 图表：2013-2015年城镇新增就业人数44
- 图表：2013-2015年农村居民人均纯收入45
- 图表：2013-2015年城镇居民人均可支配收入45
- 图表：2013-2015年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数46
- 图表：2013-2015年研究与试验发展（R&D）经费支出47
- 图表：2013-2015年卫生技术人员人数48
- 图表：2014-2015年我国移动媒体行业市场规模60
- 图表：我国移动媒体用户使用情况分析61
- 图表：传统模式内容提供模式示意图62
- 图表：2014-2015年中国移动媒体企业数量66
- 图表：我国移动媒体人员规模情况67
- 图表：2014-2015年中国移动传媒行业资产规模67
- 图表：2014-2015年中国移动传媒行业产值68
- 图表：2014-2015年移动媒体盈利能力分析68
- 图表：2014-2015年中国移动传媒行业投资总额70

图表：2014-2015年手机网民规模70

图表：2014-2015年网民性别结构71

图表：2014-2015年中国网民年龄结构72

图表：2014-2015年中国网民学历结构72

图表：中国网民职业结构73

图表：2014-2015年我国移动媒体行业地域需求占比情况74

图表：手机音乐APP产业链82

图表：中国手机音乐APP主要盈利模式82

图表：2015年中国手机音乐APP延伸产品84

图表：手机音乐APP阵营音乐版权归属86

图表：2015年第一季度手机音乐APP活跃用户渗透率87

图表：2015年第一季手机音乐APP运行时长88

图表：2015年第一季度手机音乐APP人均日均使用次数89

图表：2015年第一季度用户选择手机音乐APP因素分析90

图表：2015年第一季度手机音乐APP用户常用个性化功能91

图表：用户对手机音乐APP相关硬件产品购买意愿情况92

图表：2015年第一季度手机音乐APP用户月消费者意愿情况92

图表：中国手机阅读产业链结构示意图97

图表：2012-2015年中国移动阅读市场规模98

图表：移动阅读小说类型分布99

图表：移动阅读市场份额分布100

图表：用户使用移动设备时间分布101

图表：用户移动设备的使用场景101

图表：2013-2015年中国手机游戏用户规模105

图表：2013-2015年我国手机游戏销售收入趋势图106

图表：2012-2015年中国手机视频市场规模108

图表：2014年12月-2015年6月网络视频/手机网络视频用户规模及使用率109

图表：中国手机视频用户经常观看视频类型分布图110

图表：2013-2015年中国手机视频用户付费情况分布111

图表：2013-2015年我国手机视频用户观看视频次数情况112

图表：2013-2015年我国手机视频用户观看视频网络情况113

图表：2012-2015年中国手机动漫市场规模115

图表：移动媒体行业SWOT分析矩阵121

图表：2011年4季度-2014年4季度网易净利润、净利润率128

图表：2011年4季度-2014年4季度网易营业利润、营业利润率128

图表：2014年6月-2015年6月网易资产负债表129

图表：2014年3月-2015年3月网易利润表130

图表：2014年3月-2015年3月新浪资产负债表134

图表：2013-2015年新浪网络科技股份有限公司现金流量表135

图表：2011年4季度-2014年4季度新浪净利润、净利润率135

图表：2011年4季度-2014年4季度新浪营业利润、营业利润率136

图表：2014年6月-2015年6月腾讯计算机有限公司主要财务指标142

图表：2014年6月-2015年6月腾讯计算机有限公司利润表143

图表：2014年6月-2015年6月腾讯计算机有限公司资产负债表143

图表：2014年6月-2015年6月腾讯计算机有限公司现金流量表143

图表：掌阅科技股份有限公司发展概况149

图表：掌阅科技团队人员分布情况图150

图表：2015年第一季度移动阅读市场份额分布151

图表：杭州斯凯网络科技有限公司发展概况图153

图表：2012年3月-2015年杭州斯凯网络科技资产负债表155

图表：2012-2015年杭州斯凯网络科技有限公司利润表156

图表：2012-2015年杭州斯凯网络科技有限公司现金流量表156

图表：2013-2015年北京搜狐有限公司资产负债表160

图表：2013-2015年北京搜狐有限公司利润表161

图表：2013-2015年北京搜狐有限公司现金流量表161

图表：2013-2015年北京百度网讯科技有限公司资产负债表167

图表：2013-2015年北京百度网讯科技有限公司利润表168

图表：2013-2015年北京百度网讯科技有限公司现金流量表168

图表：百度移动产品一览表170

图表：2016-2022年中国移动媒体行业市场规模预测181

图表：2016-2022年中国移动媒体行业总产值预测182

图表：2016-2022年中国移动媒体企业数量预测182

图表：2016-2022年中国移动媒体资产规模预测183

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yidong/L8504369B7.html>