

2020-2026年中国网络媒体 市场发展趋势与市场需求预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2020-2026年中国网络媒体市场发展趋势与市场需求预测报告》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/chuanmei/N03827NOO4.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

网络媒体与传统的音视频设备采用的工作方式不同，网络媒体依赖IT设备开发商们提供的技术和设备来传输、存储和处理音视频信号。最流行的传统的SDI（串型数字）传输方式缺乏真正意义上的网络交换特性。需要做大量的工作才可能利用SDI创建类似以太网和IP（因特网协议）所提供的部分网络功能。所以，视频行业中的网络媒体技术就应运而生。

1998年5月，联合国新闻委员会年会上正式提出了“第四媒体”的概念，认为继报纸、广播、电视之后的因特网和正在兴建的信息高速公路开始加入了大众传播行业。称之为第四媒体，是从其出现在大众传播业中的顺序来说的。

随着现代技术的发展，人们自我发布信息的条件将更加完善，越来越多的普通人会自由采集和发布信息。因此，有论者认为，信息的收集已进入公民记者时代，而信息的发布则进入了自媒体时代。自媒体也真正意义上发挥大众的智慧，挖掘大众资源，降低资源获取成本，反映了以分享为核心的互联网时代的精神

2018年上半年，全行业营业收入总规模达到2,499.9亿元，同比增长17.5%。增速相较前两年有所放缓，2016、2017年同期收入增速分别为32.0%、20.1%。分板块看，互联网服务和营销服务板块增速较高，分别同比增长68.8%和40.9%。传媒行业1H15-1H18营业收入及其增速智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国网络媒体市场发展趋势与市场需求预测报告》共十章。首先介绍了中国网络媒体行业市场发展环境、网络媒体整体运行态势等，接着分析了中国网络媒体行业市场运行的现状，然后介绍了网络媒体市场竞争格局。随后，报告对网络媒体做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网络媒体行业发展趋势与投资预测。若您想对网络媒体产业有个系统的了解或者想投资中国网络媒体行业，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：

第一部分 网络媒体行业运行现状

第一章 网络媒体行业发展概述

第一节 网络媒体行业概述

一、定义

二、分类

三、产业链与价值挖掘

第二节 最近3-5年中国网络媒体所属行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒/退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 网络媒体行业政策经济环境分析

第一节 行业政策环境分析

一、行业监管体制

二、相关政策及发展规划

第二节 行业经济环境分析

一、中国宏观经济现状

1、居民人均GDP增长

2、居民收入增长情况

3、宏观环境对网络媒体行业的影响

二、中国宏观经济展望

第三节 行业社会环境分析

一、网络媒体需求结构变化

二、社会环境变化

第四节 行业技术环境分析（T）

一、网络媒体技术分析

二、网络媒体技术发展水平

三、2013-2019年网络媒体技术发展分析

四、行业主要技术发展趋势

第二部分 网络媒体市场发展分析

第三章中国网络媒体行业发展现状

第一节 中国网络媒体行业发展分析

- 一、中国网络媒体行业发展历程
- 二、我国网络媒体行业发展特点分析
- 三、中国网络媒体行业发展面临问题
- 四、中国网络媒体行业发展趋势分析

第二节 中国网络媒体行业运行分析

- 一、网络媒体行业运行规模分析
- 二、网络媒体行业运营状况分析

2018年上半年，传媒板块净利润继续实现小幅增长，全行业实现净利润336.6亿元，同比增长5.3%。净利润增速较前两年大幅下滑，2016、2017年同期净利润增速分别达40.3%、25.0%。分板块来看，互联网服务板块净利润增速最高，同比增长50.3%，主要由于东方财富、快乐购等公司净利润增长带动；影视动漫、营销服务板块亦表现不俗，同比分别增长19.7%和13.4%；而有线网络板块净利润同比下降10.9%，板块个股业绩普遍下滑，仅东方明珠、华数传媒录得增长。传媒行业1H15-1H18归母净利润及其增

第三节 中国网络媒体行业竞争分析

- 一、网络媒体细分市场之间的竞争
- 二、各类网络媒体内部竞争

第四章中国网络媒体市场分析

第一节 2013-2019年中国网络媒体所属行业供需分析

第二节 2013-2019年中国网络媒体走势及影响因素分析

第三节 对中国网络媒体市场的分析及思考

- 一、网络媒体市场分析
- 二、网络媒体市场变化的方向
- 三、中国网络媒体运营企业发展的新思路
- 四、对中国网络媒体产业发展的思考

第五章网络媒体行业上、下游产业链分析

第一节 网络媒体行业产业链分析

- 一、产业链结构分析
- 二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 网络媒体上游行业分析

第三节 网络媒体中游行业分析

第四节 网络媒体下游行业

第三部分网络媒体行业企业竞争格局

第六章网络媒体重点企业分析

第一节 人民网

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 华闻传媒投资集团股份有限公司

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 浙报传媒集团股份有限公司

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

第四节 百度

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 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

第八节 优酷

- 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

第七章网络媒体行业行业竞争形势

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、网络媒体行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力

二、网络媒体行业集中度分析

三、网络媒体行业SWOT分析

- 1、优势
- 2、劣势
- 3、机会
- 4、威胁

第二节 中国网络媒体企业发展状况分析

- 一、网络媒体企业主要类型
- 二、网络媒体企业资本运作分析
- 三、网络媒体企业国际竞争力分析

第三节 网络媒体行业竞争趋势分析

- 一、网络媒体行业未来竞争格局和特点
- 二、国内网络媒体企业竞争能力提升途径

第四部分网络媒体行业投资战略分析

第八章中国网络媒体行业投资机遇分析

第一节 行业发展机遇

- 一、行业经营模式突破
- 二、网络直播媒体迅速崛起

第二节 行业投资形势分析

- 一、行业发展格局
- 二、行业进入壁垒
- 三、盈利模式分析

第三节 2020-2026年网络媒体行业发展的影响因素

- 一、有利因素
- 二、不利因素

第四节 2020-2026年网络媒体行业投资价值评估分析

- 一、行业投资效益分析
- 二、产业发展的空白点分析
- 三、投资回报率比较高的投资方向

第九章 中国网络媒体行业投资风险及对策分析

第一节 行业投资风险分析

- 一、投资政策风险分析
- 二、投资技术风险分析
- 三、投资市场风险分析
- 四、宏观经济波动风险

第二节 行业投资机会与建议

- 一、行业投资机会分析
- 二、行业主要投资建议

第三节 行业发展趋势与预测分析

- 一、发展趋势分析
- 二、发展前景预测
 - 1、市场需求预测
 - 2、销售收入预测

第十章 投资的建议及观点

第一节 网络媒体行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第三节 市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

图表目录：

- 图表：互联网行业发展长期趋势
- 图表：互联网行业发展短期趋势
- 图表：互联网行业发展趋势预测
- 图表：中国GDP季度增长情况
- 图表：中国新媒体用户对新媒体范畴认知分布
- 图表：中国新媒体用户媒体选择分布
- 图表：2007-2019年中国整体网民及移动网民规模
- 图表：2012-2016年中国智能手机保有量
- 图表：中国网民媒介素养
- 图表：女性媒介素养与男性对比
- 图表：一、二、三线城市网民媒介素养对比
- 图表：2011-2019年上市互联网企业营业收入增长情况
- 图表：互联网各类业务占比

图表：2011-2019年互联网市值TOP10变化情况

图表：iUserTracker&mUserTracker-2019年1-12月中国PC网页与移动App

图表：中国主要网络服务大类别月度覆盖人数趋势Top5

图表：2019年移动端新媒体小类别月度覆盖人数趋势

图表：中国新媒体用户对新媒体范畴认知分布

图表：中国新媒体用户对新媒体范畴认知分布

图表：中国新媒体用户对新媒体范畴认知分布

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/N03827NOO4.html>