

## 2019-2024 年中国新媒体行业市场预测及投资前景分析报告

### 内容概要：

新媒体是相对于传统媒体而言，是报刊、广播、电视等传统媒体以后发展起来的新的媒体形态，是利用数字技术，网络技术，移动技术，通过互联网，无线通信网，有线网络等渠道以及电脑、手机、数字电视机等终端，向用户提供信息和娱乐的传播形态和媒体形态。包括网络广告联盟、电梯楼宇户外广告、视频网站、数字杂志、数字报纸、数字广播、手机短信、移动电视、网络、桌面视窗、数字电视、数字电影、触摸媒体、手机网络等。

新媒体的特征具有交互性与即时性，海量性与共享性，多媒体与超文本，个性化与社群化。随着手机电视、移动电视、IPTV、网络电视等新媒体的兴起，让信息的传播变得更加迅速、快捷和个性，但同时也让传统的报纸、广播电台、电视台等收到极大的冲击，新媒体正在逐步取代传统媒体成为使用率最高的媒体形态。

前海中泰咨询结合了大量一手市场调研数据以及已有的专业数据库、公开数据信息、合作资源渠道等数据信息资源，深入客观地对新媒体行业的基本概况、全球发展现状、宏观发展环境、行业市场规模情况、细分市场状况、盈利模式、竞争格局、重点企业经营情况、市场发展前景、发展趋势及投资潜力等重点内容进行了全面而系统的分析。

本研究报告数据主要依据于国家统计局、国家商务部、国务院发展研究中心信息网、中国电子商务协会新媒体联盟、上海市视听新媒体行业协会、武汉市新媒体行业协会、中国知网、前海中泰数据库以及国内外重点期刊杂志等渠道的基础信息，数据详实丰富、准确全面。本研究报告为新媒体行业相关企业、科研单位、投资企业等准确了解新媒体行业现状和市场动态，把握企业定位和投资机遇提供投资决策参考依据，从而在竞争中赢得先机！

### ■ 基本信息

服务形式：电子版/印刷版  
交付方式：Email 或特快专递  
中文版价格：RMB12800  
英文版价格：USD 10900  
  
服务热线：400-6630-998  
订购专线：0755-32919669  
订购传真：0755-61605116  
公司网址：www.qhztzx.com  
出版日期：动态更新

### ■ 核心竞争力

- **数据库资源：**涵盖前海中泰数据库、中外文数据库、政府官方数据、合作伙伴资源共享数据库五大主要板块。
- **咨询经验丰富**
- **专业咨询团队**
- **社会公共资源**
- **服务水平与质量**
- **不断创新与探索**

### ■ 核心业务

上市咨询 企业管理咨询  
行业研究 可行性研究报告  
园区规划 商业计划书  
产业规划 资金申请报告  
市场调研 投资价值分析报告  
招商策划 项目稳定回报论证  
数据分析 投资风险评估报告

## 2019-2024 年中国新媒体行业市场预测及投资前景分析报告

### ■ 报告目录

#### 第 1 章 中国新媒体行业发展综述

##### 1.1 新媒体行业概述

###### 1.1.1 新媒体行业定义

###### 1.1.2 新媒体行业特征分析

###### 1.1.3 新媒体行业主要分类

##### 1.2 新媒体行业发展成熟度分析

###### 1.2.1 行业发展周期分析

###### 1.2.2 行业发展成熟度分析

###### 1.2.3 行业进入壁垒分析

#### 第 2 章 全球新媒体行业发展状况分析

##### 2.1 全球新媒体行业发展状况分析

###### 2.1.1 行业发展现状

###### 2.1.2 运营模式分析

###### 2.1.3 行业发展趋势

##### 2.2 主要国家新媒体行业发展状况分析

###### 2.2.1 美国新媒体行业发展分析

###### 2.2.2 英国新媒体行业发展分析

###### 2.2.3 日本新媒体行业发展分析

###### 2.2.4 韩国新媒体行业发展分析

#### 第 3 章 中国新媒体行业发展环境 PEST 分析

##### 3.1 中国新媒体行业政策环境分析

###### 3.1.1 行业政策体系

###### 3.1.2 行业发展规划

##### 3.2 中国新媒体行业经济环境分析

- 3.2.1 中国 GDP 增长情况
- 3.2.2 工业经济发展形势
- 3.2.3 社会固定资产投资情况
- 3.2.4 全社会消费品零售总额
- 3.2.5 中国融资环境分析

### 3.3 中国新媒体行业社会环境分析

- 3.3.1 人口结构环境分析
- 3.3.2 居民人均可支配收入
- 3.3.3 居民消费水平情况
- 3.3.4 中国城镇化率水平

### 3.4 中国新媒体行业技术环境分析

- 3.4.1 关键技术发展分析
- 3.4.2 技术发展趋势分析

## 第 4 章 中国新媒体行业市场发展状况分析

### 4.1 中国新媒体行业发展分析

- 4.1.1 行业发展现状
- 4.1.2 行业牌照管制
- 4.1.3 行业建构与传播
- 4.1.4 行业盈利模式分析

### 4.2 新媒体行业受众群体分析

- 4.2.1 受众心理分析
- 4.2.2 受众需求分析
- 4.2.3 受众媒介依赖性
- 4.2.4 用户行为分析

## 第 5 章 中国网络新媒体行业发展分析

### 5.1 中国互联网发展状况

- 5.1.1 网民规模现状
- 5.1.2 网民属性分析
- 5.1.3 上网时间分析

## 5.2 中国网络新媒体行业市场发展分析

### 5.2.1 行业主要分类

### 5.2.2 行业发展现状

### 5.2.3 面临问题分析

## 5.3 中国主要网络新媒体发展现状分析

### 5.3.1 互联网新闻市场发展分析

### 5.3.2 网络视频发展分析

### 5.3.3 搜索引擎发展分析

### 5.3.4 微博发展分析

### 5.3.5 社交网站发展分析

## 第 6 章 中国交互式网络电视（IPTV）行业发展分析

### 6.1 中国 IPTV 行业发展状况分析

#### 6.1.1 产业链分析

#### 6.1.2 用户行为分析

#### 6.1.3 行业发展现状

#### 6.1.4 行业存在问题

### 6.2 中国 IPTV 视频业务发展分析

#### 6.2.1 直播电视

#### 6.2.2 4K 电视

#### 6.2.3 融合电视

#### 6.2.4 智能应用

## 第 7 章 中国车载移动电视行业发展分析

### 7.1 中国车载移动电视行业发展状况分析

#### 7.1.1 用户行为分析

#### 7.1.2 行业发展现状

#### 7.1.3 行业存在问题

#### 7.1.4 市场竞争格局

### 7.2 中国公交移动电视发展分析

#### 7.2.1 媒介特征分析

7.2.2 影响能力分析

7.2.3 运营模式分析

7.2.4 行业面临的问题

### 7.3 其他车载移动电视发展分析

7.3.1 地铁移动电视发展状况

7.3.2 出租车移动电视发展状况

7.3.3 铁路列车电视发展状况

## 第 8 章 中国手持电视（CMMB）行业发展分析

### 8.1 手持电视（CMMB）概述

8.1.1 行业基本介绍

8.1.2 主要业务形态

8.1.3 终端发展分析

### 8.2 中国手持电视（CMMB）市场分析

8.2.1 市场发展特点

8.2.2 业务状况分析

8.2.3 行业发展特点

8.2.4 行业发展策略

## 第 9 章 中国手机媒体行业发展分析

### 9.1 中国手机媒体行业总体发展状况

9.1.1 市场规模现状

9.1.2 技术发展趋势

9.1.3 市场竞争格局

9.1.4 媒体传播能力

### 9.2 主要手机媒体细分行业发展分析

9.2.1 手机报

9.2.2 手机电视

9.2.3 手机视频

9.2.4 手机音频广播

9.2.5 手机小说

## 第 10 章 中国其他新媒体行业发展分析

### 10.1 视频直播行业发展分析

10.1.1 行业发展现状

10.1.2 市场参与主体

10.1.3 盈利模式分析

### 10.2 多媒体数字报行业发展分析

10.2.1 行业发展现状

10.2.2 市场参与主体

10.2.3 盈利模式分析

### 10.3 多媒体数字杂志行业发展分析

10.3.1 行业发展现状

10.3.2 市场参与主体

10.3.3 盈利模式分析

### 10.4 电子书行业发展分析

10.4.1 行业发展现状

10.4.2 市场参与主体

10.4.3 盈利模式分析

### 10.5 楼宇电视行业发展分析

10.5.1 行业发展现状

10.5.2 市场参与主体

10.5.3 盈利模式分析

## 第 11 章 中国新媒体行业市场格局分析

### 11.1 新媒体行业竞争分析

11.1.1 新媒体竞争优势分析

11.1.2 新媒体核心竞争力分析

11.1.3 新媒体行业竞争态势分析

### 11.2 新媒体行业波特五力竞争模型分析

11.2.1 现有企业间竞争

11.2.2 潜在进入者分析

11.2.3 替代品威胁分析

11.2.4 供应商议价能力

11.2.5 购买者议价能力

## 第 12 章 新媒体行业重点企业经营状况分析

### 12.1 重点企业一

12.1.1 企业发展简况

12.1.2 业务领域分析

12.1.3 新媒体布局情况

12.1.4 经营状况分析

12.1.5 竞争优势分析

### 12.2 重点企业二

12.2.1 企业发展简况

12.2.2 业务领域分析

12.2.3 新媒体布局情况

12.2.4 经营状况分析

12.2.5 竞争优势分析

### 12.3 重点企业三

12.3.1 企业发展简况

12.3.2 业务领域分析

12.3.3 新媒体布局情况

12.3.4 经营状况分析

12.3.5 竞争优势分析

### 12.4 重点企业四

12.4.1 企业发展简况

12.4.2 业务领域分析

12.4.3 新媒体布局情况

12.4.4 经营状况分析

12.4.5 竞争优势分析

### 12.5 重点企业无

- 12.5.1 企业发展简况
- 12.5.2 业务领域分析
- 12.5.3 新媒体布局情况
- 12.5.4 经营状况分析
- 12.5.5 竞争优势分析

## 12.6 重点企业六

- 12.6.1 企业发展简况
- 12.6.2 业务领域分析
- 12.6.3 新媒体布局情况
- 12.6.4 经营状况分析
- 12.6.5 竞争优势分析

## 12.7 重点企业七

- 12.7.1 企业发展简况
- 12.7.2 业务领域分析
- 12.7.3 新媒体布局情况
- 12.7.4 经营状况分析
- 12.7.5 竞争优势分析

## 12.8 重点企业八

- 12.8.1 企业发展简况
- 12.8.2 业务领域分析
- 12.8.3 新媒体布局情况
- 12.8.4 经营状况分析
- 12.8.5 竞争优势分析

## 12.9 重点企业九

- 12.9.1 企业发展简况
- 12.9.2 业务领域分析
- 12.9.3 新媒体布局情况
- 12.9.4 经营状况分析
- 12.9.5 竞争优势分析

## 12.10 重点企业十

- 12.10.1 企业发展简况
- 12.10.2 业务领域分析
- 12.10.3 新媒体布局情况
- 12.10.4 经营状况分析
- 12.10.5 竞争优势分析

## 第 13 章 中国新媒体行业发展投资潜力分析

### 13.1 中国新媒体行业市场投资机会分析

- 13.1.1 细分市场投资机会分析
- 13.1.2 重点区域投资机会分析

### 13.2 新媒体行业发展主要影响因素分析

- 13.2.1 有利因素分析
- 13.2.2 不利因素分析
- 13.2.3 面临的挑战分析
- 13.2.4 面临的机遇分析

### 13.3 中国新媒体行业投资策略建议

- 13.3.1 行业投资价值分析
- 13.3.2 行业投资策略建议

## ■ 图表目录

- 图表 1：2013-2018 年中国国内生产总值
- 图表 2：2013-2018 年工业增加值及同比增速
- 图表 3：2013-2018 年中国农村居民人均纯收入情况
- 图表 4：2013-2018 年中国城镇居民人均可支配收入情况
- 图表 5：2013-2018 年社会消费量零售总额
- 图表 6：2013-2018 年中国城镇化率水平
- 图表 7：新媒体用户媒体选择分布
- 图表 8：中国网民规模情况
- 图表 9：中国互联网普及率情况

- 图表 10: 中国网民城乡结构分布
- 图表 11: 中国网民年龄结构分布
- 图表 12: 中国网民学历结构分布
- 图表 13: 重点企业一主要经济指标分析
- 图表 14: 重点企业一盈利能力分析
- 图表 15: 重点企业一运营能力分析
- 图表 16: 重点企业一偿债能力分析
- 图表 17: 重点企业一发展能力分析
- 图表 18: 重点企业二主要经济指标分析
- 图表 19: 重点企业二盈利能力分析
- 图表 20: 重点企业二运营能力分析
- ... ..

更多图表详见报告原文或咨询客服。

如需了解报告详细内容，请直接致电前海中泰咨询客服中心。

全国服务热线：**400-6630-998 0755-32919669**

QQ 在线咨询：**2013746518 3119207588**

订购传真：**0755-61605116**

电子邮箱：[service@qhztzx.com](mailto:service@qhztzx.com)

公司网站：[www.qhztzx.com](http://www.qhztzx.com)

大批量采购报告可享受会员特惠，详情请来电咨询，我们会竭诚为您服务！

**【版权声明】** 本报告由前海中泰咨询网出品，版权归前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司所有，拥有唯一著作权。前海中泰咨询网的咨询产品为有偿提供给购买该产品的客户使用，并仅限于该客户内部使用。本报告及相关资料未经前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司书面授权许可，任何网站或媒体不得复制、转载或引用。

## 前海中泰咨询研究报告订购协议

甲 方： \_\_\_\_\_  
企业负责人： \_\_\_\_\_ 先生 女士 职务： \_\_\_\_\_  
企业联系人： \_\_\_\_\_ 先生 女士 职务： \_\_\_\_\_  
手 机： \_\_\_\_\_ 企业传真： \_\_\_\_\_  
座 机： \_\_\_\_\_ 电子邮箱： \_\_\_\_\_  
地 址： \_\_\_\_\_

套餐一：5份报告，特惠订阅费用4.6万元 套餐二：10份报告，特惠订阅费用8.8万元  
套餐三：15份报告，特惠订阅费用12.5万元 套餐四：20份报告，特惠订阅费用16.5万元  
备注：原报告单份定价超过1万的不参与套餐优惠活动。

报告及套餐： \_\_\_\_\_ 份数： \_\_\_\_\_  
服务方式：全套版本（电子版+印刷版） 电子版（电子邮件发送） 印刷版本（免费快递）  
协议金额： \_\_\_\_\_ 付款日期： \_\_\_\_\_

乙 方：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司  
联系电话：**0755-32919669 400-6630-998（全国免费服务热线）** 传真：**0755-61605116**  
地 址：深圳市南山区中心路（深圳湾段）3019号天虹大厦16层（邮编：518000）  
汇款至 招商银行 汇款至 中国建设银行  
账户名：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司 账户名：深圳前海中泰产业研究院有限公司  
开户行：招商银行深圳泰然支行 开户行：中国建设银行深圳住房城市建设支行  
账 号：7559-3003-0010-902 账 号：4425-0100-0058-0000-0402

根据《中华人民共和国合同法》及其他有关法律、法规之规定，甲乙双方经过协商，确认根据下列条款订立合同，以资共同遵照执行。甲乙双方经友好协商达成以下协议：

- 1、本协议签订后2个工作日内，甲方支付款项至乙方账户；
- 2、乙方收到甲方款项后2个工作日内寄出正式发票，3-5个工作日内发送研究报告给甲方；
- 3、此研究报告的知识产权归乙方所有；
- 4、乙方授权甲方在其公司（集团）内独立使用该报告，未经乙方许可，甲方不得将报告的任何内容泄露给第三方，否则须承担由此给乙方造成的损失及相应的法律责任；
- 5、本协议一式两份，自双方签字盖章之日起生效，未尽事宜由双方协商解决。

甲方： \_\_\_\_\_ 乙方：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司  
盖章： \_\_\_\_\_ 盖章： \_\_\_\_\_  
日期： \_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_\_ 月 \_\_\_\_\_ 日 日期： \_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_\_ 月 \_\_\_\_\_ 日