

# 2020-2025年中国视听新媒体行业发展潜力分析及 投资方向研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国视听新媒体行业发展潜力分析及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/494535.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

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。

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：中国视听新媒体行业发展背景

#### 1.1视听新媒体行业定义及产业链格局分析

##### 1.1.1视听新媒体行业定义

（1）视听新媒体的界定

（2）视听新媒体的特征

（3）视听新媒体的业务形态

##### 1.1.2视听新媒体行业产业链各环节分析

（1）内容提供格局

（2）网络服务格局

（3）终端产品格局

（4）用户消费格局

#### 1.2视听新媒体行业政策环境分析

##### 1.2.1视听新媒体行业相关政策法规

##### 1.2.2视听新媒体行业管理现状

##### 1.2.3视听新媒体管理趋势分析

#### 1.3视听新媒体行业经济环境分析

##### 1.3.1国内生产总值（GDP）增长分析

（1）GDP状况分析

（2）GDP与行业关联性分析

##### 1.3.2居民收入状况分析

（1）城镇居民人均可支配收入

（2）农村居民人均纯收入变化情况

（3）居民收入状况与行业关联性分析

### 1.3.3城镇居民消费状况分析

- (1) 城镇居民消费结构分析
- (2) 消费者信心指数
- (3) 一线城市居民消费意愿
- (4) 居民消费状况与行业关联性分析

### 1.4视听新媒体行业技术环境分析

#### 1.4.1内容制播与发布技术

#### 1.4.2传输网络技术

#### 1.4.3终端技术

#### 1.4.4其他技术

## 第2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

- (1) 网民规模
- (2) 接入方式
- (3) 网民属性

#### 2.1.2互联网基础资源

- (1) 基础资源总体情况
- (2) IP地址
- (3) 域名
- (4) 网站
- (5) 网络国际出口带宽

#### 2.1.3互联网应用状况

- (1) 网络即时通信网民规模增长最多，手机端发展超整体水平
- (2) PC端娱乐类应用增长乏力，手机端成重要突破点
- (3) 手机端电子商务类应用使用率整体上升，手机支付涨幅居前

#### 2.1.4手机网民应用状况

- (1) 手机即时通信使用率趋于稳定
- (2) 手机搜索发展迅速
- (3) 手机微博人数减少
- (4) 手机视频成为网络视频新增长点
- (5) 手机网络游戏快速发展
- (6) 手机在线支付增速居前

#### 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

- (1) 传媒产业市场规模
- (2) 传媒产业市场结构
- (3) 传媒产业形态分析

### 2.2.2传媒产业发展现状分析

- (1) 传统媒体发展现状分析
- (2) 新媒体发展现状分析

### 2.2.3传媒产业上市公司经营情况分析

- (1) 传媒产业上市公司整体经营状况分析
- (2) 传媒行业上市公司盈利能力分析

### 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软件产业发展状况

- (1) 产业规模
- (2) 业务结构
- (3) 区域分布
- (4) 重点企业经营情况

### 2.3.22019年软件产业经济运行情况

- (1) 总体收入情况
- (2) 分类业务收入情况
- (3) 软件所属行业进出口情况
- (4) 分地区软件收入情况

### 2.3.3软件产业发展趋势分析

## 第3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

- (1) 国外视听新媒体用户
- (2) 国外视听新媒体流量
- (3) 国外视听新媒体收入

#### 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

- (1) 视听新媒体传输渠道
- (2) 视听新媒体接收终端

#### 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

- (1) 萌芽期(1996-2000年)
- (2) 发育期(2001-2007年)
- (3) 快速发展期(2008年至今)

### 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

- (1) 受众海量化
- (2) 运营企业化
- (3) 资本多元化
- (4) 业务形态多样化
- (5) 发展融合化

### 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

- (1) 视听新媒体版权的特点
- (2) 视听新媒体版权发展背景
- (3) 视听新媒体版权现状
- (4) 视听新媒体版权管理的意义
- (5) 视听新媒体版权发展与管理过程中存在的主要问题
- (6) 加强视听新媒体版权保护管理的基本思路

### 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4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

- (1) 手机电视的定义
- (2) 手机电视的产业链结构

#### 4.1.2全球手机电视市场规模及用户区域分布

- (1) 市场规模分析
- (2) 用户区域分布分析

#### 4.1.3智能手机终端市场分析

- (1) 智能手机生产分析
- (2) 手机终端需求分析
- (3) 智能手机渗透率分析
- (4) 智能手机服务网络
- 4.1.4 中国手机电视用户规模及消费行为
  - (1) 用户规模分析
  - (2) 市场规模分析
  - (3) 用户消费行为分析
- 4.1.5 手机电视发展面临的问题及趋势
  - (1) 面临的问题
  - (2) 发展趋势
- 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
    - (1) IP电视的定义
    - (2) IP电视的主要功能
  - 4.2.2 IP电视的发展历程和基本模式
    - (1) 中国IP电视的发展历程
    - (2) 中国IP电视市场规模
    - (3) 中国IP电视的主流模式
  - 4.2.3 IP电视的产业链构成及特点分析（以上海IP电视为例）
    - (1) IP电视的产业链构成
    - (2) IP电视的内容及业务
    - (3) IP电视的受众分析
    - (4) IP电视与数字电视的关系
  - 4.2.4 IP电视的技术架构及播出安全监管
    - (1) IP电视集成播控平台及其功能
    - (2) IP电视内容服务平台及其功能
    - (3) IP电视内容监管平台及其功能
  - 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
    - (1) IP电视用户规模将快速增长
    - (2) IP电视的业务形态将更加丰富
    - (3) IP电视行业将进一步完善
- 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

- (1) 互联网电视的定义
- (2) 互联网电视的主要特点
- 4.3.2 互联网电视发展概况
  - (1) 互联网电视服务发展历程
  - (2) 互联网电视机市场规模
  - (3) 互联网电视服务运营平台
- 4.3.3 互联网电视产业链的创新架构及特点
  - (1) 互联网电视产业链的基本结构
  - (2) 互联网电视集成播控平台的创新架构
  - (3) 互联网电视内容服务平台的创新架构
  - (4) 互联网电视经营模式的创新
- 4.3.4 互联网电视行业产业价值
  - (1) 重塑电视在家庭娱乐中的价值
  - (2) 推动中国宽带接入网络的应用普及和整体升级
  - (3) 为电子商务带来全新的发展空间
  - (4) 有效发挥打击盗版的作用
- 4.3.5 互联网电视发展趋势分析
  - (1) 社交电视崛起
  - (2) 控制设备革命
  - (3) 移动和电视聚合
- 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
    - (1) 移动多媒体广播电视的定义
    - (2) 国际上移动多媒体广播电视的主要标准
  - 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
    - (1) 移动多媒体广播电视用户规模
    - (2) 移动多媒体广播电视运营现状
  - 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
    - (1) 公共视听载体的定义
    - (2) 公共视听载体的表现形态
    - (3) 公共视听载体的实现方式
  - 4.5.2 公共视听载体的市场规模与基本格局



- (1) 广告市场规模
- (2) 市场基本格局
- 4.5.3 各类公共视听载体市场现状分析
  - (1) 车载移动电视
  - (2) 室内固定场所电视
  - (3) 户外大屏幕
- 4.5.4 公共视听载体的收入来源与资本运作分析
  - (1) 收入来源
  - (2) 资本运作
- 4.5.5 公共视听载体的受众分析
  - (1) 收看程度分析
  - (2) 观看原因分析
  - (3) 对节目时长的需求分析
  - (4) 对不同类型节目内容的需求分析
- 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
  - (1) 规模仍将继续保持稳步增长
  - (2) 重点将转向内容价值竞争以及向三四线城市布局
  - (3) 广告收入仍是主要收入来源
  - (4) 高清化、交互化、网络化发展趋势
  - (5) 市场整合将进一步加剧
- 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
    - (1) 定义
    - (2) 特点
    - (3) 分类
  - 4.6.2 互联网视听节目服务产业链与盈利模式分析
    - (1) 产业链概述
    - (2) 盈利模式
    - (3) 内容来源
  - 4.6.3 互联网视听节目服务经营情况
    - (1) 用户规模
    - (2) 市场规模
  - 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

- (1) 定义
- (2) 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

- (1) 传播模式
- (2) 产业链

#### 4.7.4移动互联网音视频发展趋势

- (1) 应用形式日趋多样化
- (2) 技术升级
- (3) 跨屏、跨终端

### 第5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

- (1) 新媒体的优越性和局限性
- (2) 传统媒体的不可替代性
- (3) 传统媒体与新媒体的融合与发展

##### 5.1.2美国传统媒体与新媒体融合的几种方式

- (1) 实时提供实用信息
- (2) 内容多次开发利用
- (3) 大量运用社交媒体
- (4) 数据视觉化，互动个性化
- (5) 积极拓展流媒体空间

##### 5.1.3电视媒体与网络媒体融合发展现状分析

- (1) 取长补短之融合——电视媒体与网络媒体
- (2) 电视媒体与网络媒体融合发展情况
- (3) 电视媒体与网络媒体在融合过程中存在问题分析
- (4) 电视媒体融合网络媒体的具体对策

##### 5.1.4传统媒体与新媒体融合发展趋势分析

- (1) 新媒体体系逐渐成型
- (2) 传统媒体积极转型
- (3) 传统媒体与新兴媒体优势互补形成新型媒体

#### 5.2全媒体发展分析

##### 5.2.1全媒体战略提出的背景

- (1) 应对新媒体的冲击
- (2) 全媒体是大势所趋
- (3) 发达国家的经验借鉴
- 5.2.2 全媒体概念解析
  - (1) 全媒体概念
  - (2) 全媒体与新媒体的区别
- 5.2.3 传统媒体选择全媒体战略的现实基础
  - (1) 时机尚未成熟
  - (2) 传统媒体规模还不够大
  - (3) 发展路径尚不合适
- 5.2.4 传统媒体实施全媒体战略的关键点
  - (1) 传统媒体必须找准符合自身能力的全媒体转型战略
  - (2) 转变观念为全媒体战略提供良好的氛围和环境
- 5.2.5 全媒体战略风险分析
  - (1) 全媒体易导致内容同质化
  - (2) 全媒体对竞争力的消解
  - (3) 全媒体导致的磨合风险
  - (4) “全”媒体记者与“专”的矛盾
- 5.2.6 全媒体发展现状分析
  - (1) 主要的全媒体发展模式
  - (2) 全媒体实践分析
- 5.2.7 全媒体的发展和内容管理面临的新挑战
  - (1) 全媒体平台建设方面的主要问题
  - (2) 全媒体品牌建设方面的主要问题
  - (3) 全媒体内容管理方面的主要问题
  - (4) 全媒体发展和管理的对策建议
- 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
    - (1) 面对观众流失，谋求观众回归新途径
    - (2) 视频业务崛起，构建全民同乐新思路
    - (3) 三网融合，推动三屏联动新突破
  - 5.3.3 北京电视台网络春晚运作情况
    - (1) 三大平台通力合作

- (2) 各方高手加盟策划
- (3) 过亿网民点将支招
- 5.3.4北京电视台网络春晚差异定位
  - (1) 全民参与，草根登上舞台
  - (2) 风格活泼，吸引年轻受众
- 5.3.5首届网络互动春晚的影响和启示
  - (1) 需求就是硬道理
  - (2) 融合创造机会
  - (3) 内容为王，渠道制胜
- 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
    - (1) 盛大的总体情况
    - (2) 盛大的转型历程
  - 5.4.2盛大现阶段的业务布局
    - (1) 盛大在线
    - (2) 盛大游戏
    - (3) 盛大文学
    - (4) 盛大互动游戏业务——云游天地
    - (5) 盛大无限娱乐业务——华友世纪
    - (6) 盛大音乐
    - (7) 盛大影视业务——华影盛世
    - (8) 盛大互联网视频业务——酷6网
  - 5.4.3盛大成功转型的启示
    - (1) 强化核心竞争力，打通健康产业链
    - (2) 通过资本运作，整合产业链资源
    - (3) 成立创新院，引领企业发展
- 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
    - (1) 复制成功模式，布局全国公交移动电视广告市场
    - (2) 借力资本市场，贯通地铁与公交移动电视广告市场
  - 5.5.2车载移动电视的传播价值分析
    - (1) 户外实时移动
    - (2) 提供精短信息
    - (3) 受众人群稳定
    - (4) 社会影响广泛

### 5.5.3华视传媒的广告价值分析

- (1) 可实施广告监播
- (2) 广告传播千人成本低
- (3) 与传统电视广告存在良好的互补性

### 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

- (1) 城镇化的提升带来需求扩大
- (2) 政策扶持促进车载电视需求扩大
- (3) 轨道交通发展促进车载移动电视需求扩大

## 第6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

#### 6.1.1Hulu经营分析

- (1) 基本情况
- (2) 主要特点
- (3) 盈利模式
- (4) 收支情况
- (5) 发展态势

#### 6.1.2YouTube经营分析

- (1) 基本情况
- (2) 主要特点
- (3) 盈利模式
- (4) 收支情况
- (5) 发展态势

#### 6.1.3Nicovideo经营分析

- (1) 基本情况
- (2) 主要特点
- (3) 盈利模式
- (4) 收支情况
- (5) 发展态势

#### 6.1.4Netflix经营分析

- (1) 基本情况
- (2) 主要特点
- (3) 盈利模式
- (4) 收支情况
- (5) 发展态势

#### 6.1.5 VEVO经营分析

- (1) 基本情况
- (2) 主要特点
- (3) 盈利模式
- (4) 收支情况
- (5) 发展态势

#### 6.1.6 GoogleTV经营分析

- (1) 基本情况
- (2) 主要特点
- (3) 盈利模式
- (4) 发展态势

#### 6.1.7 iPad分析

- (1) 基本情况
- (2) 主要特点
- (3) 盈利模式

### 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

- (1) 基本情况
- (2) 视听新媒体业务分析
- (3) 经营情况分析
- (4) 组织架构分析
- (5) 盈利模式及发展战略分析
- (6) 发展优劣势分析
- (7) 发展动向分析

#### 6.2.2 北京北广传媒集团有限公司经营分析

- (1) 基本情况
- (2) 视听新媒体业务分析
- (3) 经营情况分析
- (4) 盈利模式及发展战略分析
- (5) 发展优劣势分析

#### 6.2.3 凤凰新媒体经营分析

- (1) 基本情况
- (2) 视听新媒体业务分析
- (3) 经营情况分析
- (4) 盈利模式及发展战略分析

(5) 发展优劣势分析

(6) 发展动向分析

#### 6.2.4 世通华纳传媒控股有限公司经营分析

(1) 基本情况

(2) 视听新媒体业务分析

(3) 经营情况分析

(4) 盈利模式及发展战略分析

(5) 发展优劣势分析

(6) 发展动向分析

#### 6.2.5 巴士在线传媒有限公司经营分析

(1) 基本情况

(2) 视听新媒体业务分析

(3) 经营情况分析

(4) 盈利模式及发展战略分析

(5) 发展优劣势分析

(6) 发展动向分析

#### 6.2.6 分众传媒控股有限公司经营分析

(1) 基本情况

(2) 视听新媒体业务分析

(3) 经营情况分析

(4) 盈利模式及发展战略分析

(5) 发展优劣势分析

(6) 发展动向分析

#### 6.2.7 华视传媒集团有限公司经营分析

(1) 基本情况

(2) 视听新媒体业务分析

(3) 经营情况分析

(4) 盈利模式及发展战略分析

(5) 发展优劣势分析

(6) 发展动向分析

#### 6.2.8 北京航美传媒广告有限公司经营分析

(1) 基本情况

(2) 视听新媒体业务分析

(3) 经营情况分析

(4) 盈利模式及发展战略分析

(5) 发展优劣势分析

(6) 发展动向分析

#### 6.2.9 上海东方明珠（集团）股份有限公司经营分析

(1) 基本情况

(2) 视听新媒体业务分析

(3) 经营情况分析

(4) 组织架构分析

(5) 盈利模式及发展战略分析

(6) 发展优劣势分析

(7) 发展动向分析

#### 6.2.10 触动传媒经营分析

(1) 基本情况

(2) 视听新媒体业务分析

(3) 经营情况分析

(4) 盈利模式及发展战略分析

(5) 发展优劣势分析

(6) 发展动向分析

### 第7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

(1) 市场准入政策壁垒

(2) 内容资源壁垒

(3) 技术壁垒

(4) 资金壁垒

##### 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

(1) 市场容量加速扩张

(2) 网络建设日益完善

(3) 政策支持力度加大

(4) 行业技术不断进步

#### 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

(1) 投资领域



- (2) 投资区域
- (3) 投资金额分析
- 7.2.2 传媒上市企业概况
  - (1) 行业上市公司整体经营状况
  - (2) 行业上市公司季度经营状况
  - (3) 行业上市公司盈利状况
- 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
    - (1) 信贷环境变化
    - (2) 金融支持政策
  - 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
    - (1) 行业市场规模将保持快速发展的势头
    - (2) 三网融合的实质性推进促进行业发展
    - (3) 政府出台严格的打击盗版政策
  - 7.4.2 视听新媒体行业投资风险分析
    - (1) 宏观经济波动风险
    - (2) 政策风险
    - (3) 内容资源版权交易价格上涨的风险
  - 7.4.3 视听新媒体行业投资前景
    - (1) 行业发展前景
    - (2) 行业盈利前景

图表目录：

- 图表1：视听新媒体定义的两重界定方式
- 图表2：视听新媒体的特征
- 图表3：视听新媒体的业务形态
- 图表4：各类视听新媒体的内容来源
- 图表5：视听新媒体内容服务主体
- 图表6：我国各类终端市场规模情况（单位：亿部）

图表7：视听新媒体用户消费方式选择

图表8：视听新媒体政策法规

图表9：视听新媒体管理现状

图表10：视听新媒体管理趋势

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/494535.html>