

# 2021-2026年中国网络媒体行业全景评估及投资规划建议报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国网络媒体行业全景评估及投资规划建议报告》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/channel/media/719411.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

2020年中国网络媒体分六个维度分别进行评估并给予排名，六个维度主要是：“最佳视频布局”维度旨在评估网络媒体运用短视频、直播等新模式方面的表现；“最佳智能发展”维度旨在评估网络媒体在应用智能化手段推动媒体创新发展方面的表现；“最佳平台建设”维度旨在评估网络媒体与其他机构的合作情况及平台建设能力；“最佳品牌影响”维度是针对网络媒体经营自身品牌、影响力所作的综合评价，体现了受众的认同程度；“最佳大事引领”维度旨在评估网络媒体在重大事件中对群众正确认知的引导能力；“最佳公益发展”维度，旨在评估网络媒体在社会公益慈善方面的表现。

### 2020年中国网络媒体六个维度TOP5

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：

#### 第一章 网络媒体相关概述

##### 第一节 新媒体阐述

- 一、新媒体的内涵
- 二、新媒体内容分类
- 三、新媒体的特征及经济学特性
  - 1、新媒体的传播特征及要求
  - 2、新媒体的优势与特点
  - 3、新媒体的经济学特性

##### 第二节 网络媒体简述

- 一、网络媒体的特性
- 二、网络媒体和传统媒体之间的关系
- 三、网络媒体的利润点

#### 第二章 2020年中国网络媒体运行环境解析

##### 第一节 2020年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、消费价格指数CPI、PPI
- 三、全国居民收入状况分析
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势

## 六、固定资产投资状况分析

## 七、财政收支情况分析

## 八、社会消费品零售总额

## 九、对外贸易&进出口

## 第二节 2020年中国网络媒体业政策环境分析

### 一、互联网信息服务管理办法

### 二、互联网等信息网络传播视听节目管理办法

### 三、相关产业法律法规

## 第三节 2020年中国网络媒体社会环境分析

### 一、中国互联网的覆盖与应用

### 二、中国人口规模及学历状况分析

### 三、中国电脑的普及

## 第四节 2020年中国网络媒体行业环境分析

### 一、中国稳步推进文化产业体制改革

### 二、中国将从媒体大国走向媒体强国

### 三、中国传媒产业进入快速发展阶段

### 四、中国新媒体发展日趋成熟

## 第三章 2020年中国新媒体行业运行态势分析

### 第一节 2020年中国新媒体行业运行概况

#### 一、中国新媒体产业链日渐成熟

#### 二、国内新媒体业务布局决胜要点

#### 三、中国新媒体运营与赢利模式浅析

### 第二节 2020年中国新媒体产业受众及需求分析

#### 一、中国新媒体业目标群体分析

#### 二、新媒体用户的需求与使用特点发生改变

#### 三、针对客户需求变化提供新媒体产品

#### 四、需求演变导致媒体角色产生新变化

### 第三节 2020年中国传统媒体与新媒体的竞争与发展

#### 一、新媒体发展是传统媒体变革的必然

#### 二、新媒体环境下的传媒创新特征

#### 三、新媒体对传统媒体的冲击分析

#### 四、新媒体受众接触率已经超越传统媒体

#### 五、我国新媒体与传统媒体共谋发展

### 第四节 2020年中国新媒体营销解析

#### 一、新媒体时代的营销及原则

二、新媒体营销初显峥嵘

三、营销行业迎接新媒体时代来临

四、整合营销下的我国新媒体价值实现

五、新媒体变化促进精准营销发展

六、新媒体浪潮下网络营销策略解析

第四章 2020年中国网络媒体运行态势分析

第一节 2020年中国网络媒体运行总况

第二节 2020年中国网络媒体业热点透析

一、网络媒体建设

二、网络媒体管理

第三节 2020年中国网络媒体业

一、网络新闻信息传播

二、博客能量增长

三、网络技术发展

四、网络舆论影响

五、对互联网作用的评估

第五章 2020年中国网络媒体细分市场运行分析

第一节 搜索类网络媒体状况分析

一、搜索引擎市场基本情况分析

二、搜索引擎用户特征调查分析

三、中国搜索引擎用户数量及变化状况分析

1、中国搜索引擎用户数量状况分析

2、中国搜索引擎用户占互联网用户比例状况分析

3、中国搜索引擎日搜索请求量状况分析

四、中国搜索引擎网站用户使用量状况分析

1、中国搜索引擎网站用户使用量变化状况分析

2、2020年中国搜索引擎使用量状况分析

3、用户使用的中国搜索引擎网站市场份额变化状况分析

4、2020年中国搜索引擎各搜索功能用户访问量市场份额状况分析

5、中国搜索引擎市场规模状况分析

6、中国搜索引擎市场运营商收入市场份额

第二节 新闻类网络媒体状况分析

一、2020年中国网络媒体新闻类网站用户覆盖数

二、2020年新闻类网站用户月均访问页面数

第三节 IT类网络媒体状况分析

## 一、2020年IT类网站的用户覆盖数状况分析

## 二、2020年IT类网站用户月均访问页面数

### 第四节 游戏资讯类网络媒体状况分析

#### 一、游戏资讯类网络媒体用户状况分析

#### 二、我国网络游戏服务发展现状调研

#### 三、中国网络游戏营销现状调研

### 第五节 汽车类网络媒体状况分析

#### 一、中国部分汽车类网站个体综述

#### 二、中国汽车类网站的内容分析

#### 三、中国汽车类网站广告业务分析

#### 四、用户基本特征和行为分析

#### 五、中国汽车类网站整体分析

#### 六、汽车类网络媒体发展趋势预测分析

### 第六节 房产类网络媒体状况分析

#### 一、房产类网站的五大种类

#### 二、2020年房产类网络媒体的用户覆盖数

### 第七节 博客类网络媒体状况分析

#### 一、中国博客及博客读者规模发展情况分析

#### 二、中国博客用户发展状况分析

### 第八节 门户类网络媒体状况分析

#### 一、用户经常访问门户类网络媒体的原因

#### 二、用户经常使用门户类网络媒体的服务

#### 三、主要门户类网络媒体用户的职业状况分析

## 第六章 2020年中国互联网用户市场评估

### 第一节 2020年中国互联网络宏观情况分析

#### 一、网民规模

从内容端来看，短视频与直播成为“黑马”，视频化创新传播形态。2020年，中国网民规模达9.89亿。其中，网络直播用户规模达6.1亿，网民使用率62.4%；短视频用户规模达8.7亿，网民使用率达88.3%。越来越多的网民开始尝试通过短视频、直播来获取信息，新闻的视频化表达成为新的发展趋势。相比长视频，短视频由于体量、时长小，添加互动元素的试错成本更低，更注重生动直观的表达，通过以口语化的叙事方式拉近受众距离，更能够激发参与热情，也更加符合人们的内容消费习惯，在互动环节融合程度更高。

#### 2016-2020年中国网民规模及增速

#### 二、网民数量

### 三、宽带网民及占网民同比分析

#### 第二节 2020年中国网民基础概况

##### 一、性别分布

##### 二、省市分布

##### 三、地区分布

#### 第三节 我国互联网网民特征结构调查

#### 第四节 网民上网途径调查

#### 第五节 网民上网行为调查

### 第七章 2020年中国网络媒体典型企业发展现状分析

#### 第一节 腾讯

##### 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 新浪

##### 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 搜狐

##### 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 网易

##### 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 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

### 第八章 2021-2026年中国网络媒体前景展望与趋势预测分析

#### 第一节 2021-2026年中国新媒体行业前景预测

##### 一、未来新媒体的趋势展望

##### 二、中国新媒体未来前景看好

#### 第二节 2021-2026年中国网络媒体趋势预测分析

### 第九章 2021-2026年中国网络媒体产业投资规划建设分析

## 第一节 2021-2026年中国网络媒体行业投资概况

### 一、网络媒体行业投资特性（AK LXLL）

### 二、网络媒体具有良好的投资价值

### 三、网络媒体投资环境

## 第二节 2021-2026年中国网络媒体投资机会分析

### 一、网络媒体成投资新热点

### 二、宽带业务投资机遇

## 第三节 2021-2026年中国网络媒体投资前景及防范

### 一、技术风险分析

### 二、金融风险分析

### 三、政策风险分析

### 四、竞争风险分析

## 第四节 行业建议

### 图表目录：

图表2016-2020年中国GDP总量及增长趋势图

图表2020年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表2016-2020年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表2016-2020年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表2016-2020年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表2016-2020年我国工业增加值增速统计

图表2016-2020年我国全社会固定资产投资额走势图

图表2016-2020年我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表2016-2020年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表2016-2020年我国货物进出口总额走势图

图表2016-2020年中国货物进口总额和出口总额走势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/media/719411.html>