2026-2031年中国媒体融合发展路径与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国媒体融合行业概念界定及发展环境剖析

1.1 媒体融合概念界定

1.1.1 媒体融合相关概念界定

（1）传媒产业概念

（2）传统媒体概念

（3）新媒体概念

（4）媒体融合概念

1.1.2 媒体融合分类

（1）传统媒体分类

（2）新媒体分类

（3）媒体融合分类

1.1.3 媒体融合发展的可行性分析

（1）顶层设计为媒体融合带来机遇

（2）媒体融合战略引导

（3）三网融合为媒体融合指引方向

1.1.4 媒体融合发展的必要性分析

（1）媒体融合能够实现内容营销理念的转型

（2）媒体融合能拓宽市场信息的获取途径

（3）形成新的品牌发展机遇

1.1.5 本报告数据来源及统计口径说明

1.2 媒体融合行业发展环境分析

1.2.1 政策环境分析

（1）监管体系及机关机构介绍

（2）行业相关执行标准

（3）媒体融合历年政策汇总

（4）媒体融合重要发展规划及解读

（5）政策环境对行业发展的影响分析

1.2.2 经济环境分析

（1）宏观经济环境分析

（2）宏观经济环境预测

（3）经济环境对行业发展的影响分析

1.2.3 社会环境分析

（1）人均收入大幅增长

（2）居民文教娱乐消费水平不断提高

（3）移动互联网快速发展

（4）智能手机用户迅速普及

（5）受众用户习惯逐渐养成

（6）社会环境对行业发展的影响分析

1.2.4 技术环境分析

（1）媒体融合技术发展现状

（2）融媒体云平台建设现状

（3）媒体融合技术发展趋势

（4）技术环境对行业发展的影响分析

1.2.5 媒体融合行业发展机遇与威胁分析

第2章：技术创新对媒体融合行业的影响分析

2.1 人工智能技术对媒体融合的影响分析

2.1.1 人工智能在传媒领域的应用现状

（1）人工智能在传媒产业的应用领域

（2）人工智能在传媒产业的应用现状

2.1.2 机器人新闻写作发展状况

（1）机器人新闻写作发展概况

（2）机器人新闻写作的运行机制
（3）机器人新闻写作的优劣势
2.1.3 人工智能在传媒领域的应用案例
（1）人工智能在影视行业的应用
（2）人工智能在写作领域的应用
（3）人工智能在内容审查方面的应用
2.1.4 人工智能在传媒领域的应用趋势
（1）从以人主导到人机协同
（2）从同质化到分众化、个性化
2.2 虚拟现实技术对媒体融合的影响分析
2.2.1 虚拟现实在传媒领域的应用现状
2.2.2 VR在直播领域发展现状
（1）VR在直播领域的应用特点
（2）VR在直播领域的应用现状
（3）VR在直播领域的应用规模
（4）主要企业在VR直播领域的投资布局分析
（5）VR直播市场竞争格局分析
（6）VR直播市场发展前景及趋势分析
2.2.3 VR在影视领域发展现状
（1）VR在影视领域的应用概况
（2）VR在影视领域的应用现状
（3）VR在影视领域的应用规模
（4）主要企业在VR影视领域的投资布局分析
（5）VR影视市场竞争格局分析
（6）VR影视市场发展前景及趋势分析
2.2.4 VR在游戏领域发展现状
（1）VR在游戏领域的应用特点
（2）VR在游戏领域的应用现状
（3）VR在游戏领域的应用规模
（4）主要企业在VR游戏领域的投资布局分析
（5）VR游戏市场竞争格局分析
（6）VR游戏市场发展前景及趋势分析
2.2.5 虚拟现实在传媒领域的应用案例
（1）VR头盔在新闻传播中的运用
（2）VR技术对于传媒表现视角的扩大
2.2.6 虚拟现实在传媒领域的应用趋势
2.3 大数据技术对媒体融合的影响分析
2.3.1 大数据在传媒领域的应用现状
（1）大数据在传媒产业的应用领域
（2）大数据在传媒产业的应用现状
2.3.2 大数据在传媒领域的应用案例
（1）大数据在视频媒体中的应用
（2）大数据在新闻报道中的应用
（3）大数据在中央媒体的应用
（4）大数据在节目制作中的应用
2.3.3 大数据在传媒领域的应用趋势
（1）积累数据资产
（2）提高数据获取能力
（3）用数据辅助经营
（4）用数据辅助报道
2.4 5G对媒体融合产生的影响
2.4.1 5G技术在传媒领域中的作用
（1）提高视频传输质量
（2）拓宽媒体体验维度
（3）拓展媒体传播介质
2.4.2 5G技术在传媒领域中的应用案例
（1）在晚会直播中的应用
（2）在新闻连线互动中的应用
（3）在新闻报道中的应用

2.4.3 5G技术在传媒领域的应用趋势
2.5 8K对媒体融合产生的影响
2.5.1 8K技术应用现状分析
2.5.2 8K技术在传媒领域的作用
（1）提升直播效果
（2）提升家庭观影互动性
2.5.3 8K技术在传媒领域的应用实例
（1）体育赛事直播
（2）在会议直播中的应用
第3章：国际媒体融合行业发展现状及经验借鉴
3.1 全球媒体融合行业发展现状
3.1.1 全球传媒产业发展现状分析
（1）全球传媒产业发展现状分析
（2）全球传统媒体产业发展现状分析
（3）全球新媒体产业发展现状分析
3.1.2 全球传媒产业存在问题分析
（1）传媒行业增速持续放缓
（2）部分传播内容存在合规性问题
（3）专业人员综合素质有待提升
3.1.3 全球媒体融合行业发展现状分析
3.1.4 全球媒体融合行业发展趋势分析
（1）人工智能：日益受到传媒业界关注
（2）5G时代：带来媒体立体融合
3.1.5 全球媒体融合行业发展趋势分析
（1）颠覆传统传播理念，实现媒体与用户的深度融合
（2）通过流程再造实现媒体组织形式的重新建构
（3）以互联网技术为支撑推动新闻传播的媒体革命
3.2 重点区域的媒体融合行业发展现状分析
3.2.1 美国
（1）美国媒体融合行业发展背景
（2）美国传媒产业发展现状分析
（3）美国媒体融合路径分析
（4）美国媒体融合行业主要案例分析
3.2.2 英国
（1）英国媒体融合行业发展背景
（2）英国传媒产业发展现状分析
（3）英国媒体融合路径分析
（4）英国媒体融合行业主要案例分析
3.2.3 日本
（1）日本媒体融合行业发展背景
（2）日本传媒产业发展现状分析
（3）日本媒体融合路径分析
（4）日本媒体融合行业主要案例分析
3.3 国际媒体融合经营模式及经验借鉴
3.3.1 跨平台采编协作模式
3.3.2 传统媒体的在线版模式
3.3.3 “马提尼媒体”模式
3.3.4 国际媒体融合经营模式经验借鉴
第4章：中国传媒产业发展现状分析
4.1 中国传媒产业发展历程及市场特征分析
4.1.1 中国传媒产业发展历程
4.1.2 传统媒体特征
4.1.3 新媒体特征
4.2 中国传媒产业整体发展现状
4.2.1 中国传媒产业发展概况
（1）中国传媒产业构成分析
（2）中国传媒产业发展现状
4.2.2 中国传媒产业总规模分析
4.2.3 中国传媒产业市场结构分析

4.2.4 中国传媒产业发展特点分析
4.3 中国传统媒体发展现状
4.3.1 中国传统新闻媒体用户特征
（1）用户规模情况
（2）用户收入结构
（3）用户使用频率
（4）用户性别年龄特征
4.3.2 中国传统媒体广告收入分析
4.3.3 中国传统媒体发展痛点分析
（1）入口价值痛点
（2）竞争优势痛点
（3）盈利模式痛点
4.4 中国新媒体发展现状
4.4.1 中国新媒体发展概况
（1）新媒体使用终端分析
（2）新媒体用户规模分析
（3）新媒体用户画像
4.4.2 中国新媒体市场规模分析
4.4.3 中国新媒体发展特点分析
（1）新媒体行业形态多样化发展
（2）新媒体技术持续迭代升级
（3）短视频领域快速发展，网络直播热度下降
（4）新媒体产业新巨头崛起
4.4.4 中国新媒体发展痛点分析
4.4.5 中国新媒体产业发展趋势分析
4.5 中国新闻出版业发展现状
4.5.1 中国新闻出版业发展概况
4.5.2 中国新闻出版业发展现状分析
（1）新闻出版经营情况
（2）新闻出版企业竞争情况
（3）对外版权输出提速
4.5.3 中国新闻出版业发展特点分析
（1）主题出版继续高昂，图书结构进一步调整
（2）产业发展稳中有升，资本运营更加务实
（3）新型技术应用日益普遍，融合发展空间逐步打开
4.5.4 中国新闻出版业发展痛点分析
（1）体制与市场经济要求不适应
（2）增长方式不合理
4.6 中国广播业发展现状
4.6.1 中国广播业发展概况
4.6.2 中国广播业发展现状分析
（1）广播广告收入分析
（2）广播市场竞争结构
4.6.3 中国广播业发展特点分析
（1）省级电台及地方电台市场份额较大
（2）移动互联网平台快速发展
（3）内容形式不断创新
4.6.4 中国广播业发展痛点分析
4.7 中国数字出版业发展现状
4.7.1 中国数字出版业发展概况
4.7.2 中国数字出版业发展现状分析
（1）数字出版电子书发展现状
（2）移动出版发展现状
（3）网络动漫发展现状
（4）数字音乐发展现状
（5）网络文学发展现状
（6）数字期刊发展现状
4.7.3 中国数字出版业发展特点分析
（1）内容深耕时代来临

（2）数据和技术将推动产业升级
（3）内容生产创作渐趋专业化
（4）资本驱动IP价值潜能充分释放
4.8 中国网络媒体业发展现状
4.8.1 中国网络媒体业发展概况
（1）互联网发展状况分析
（2）网络经济发展分析
（3）网络媒体使用概况
4.8.2 中国网络媒体发展现状分析
（1）搜索引擎发展现状
（2）网络游戏发展现状
（3）新闻资讯发展现状
（4）在线视频发展现状
（5）泛娱乐直播发展现状
4.8.3 中国网络媒体业发展特点分析
（1）渠道分布特点
（2）资讯浏览特点
（3）价值诉求特点
4.9 中国移动媒体业发展现状
4.9.1 中国移动媒体业发展概况
（1）移动网络应用情况
（2）移动网络用户规模
（3）移动媒体终端分析
4.9.2 中国移动媒体业发展现状分析
（1）移动广告发展现状
（2）移动搜索发展现状
（3）移动微博发展现状
（4）移动短视频发展现状
（5）移动游戏发展现状
4.9.3 中国移动媒体业发展特点分析
4.9.4 中国移动媒体业发展痛点分析
（1）移动媒体内容痛点
（2）传播形式上的同质化
第5章：中国媒体融合行业发展现状及实施路径分析
5.1 中国媒体融合行业发展历程及市场特征分析
5.1.1 媒体融合发展历程
5.1.2 媒体融合特征
（1）技术化与全能化
（2）集约生产与全民生产
（3）内容融合与渠道融合
5.1.3 媒体融合行业现状特点
（1）互联网媒体面临更为规范的监管加速向主流媒体靠拢
（2）主流媒体融合化综合优势凸显
（3）融媒体产品彰显内容融合化
（4）技术推动融媒体产品向数据化和智能化方向升级
（5）多平台传播渠道融合升级
（6）主流媒体加快互联网转型
（7）互联网巨头收缩战线聚拢焦点，加大与主流媒体合作
5.2 媒体融合发展阶段及实施路径
5.2.1 媒体融合发展阶段
（1）门户媒体时代：web1.0
（2）社交媒体时代，web2.0
（3）场景媒体时代，web3.0
5.2.2 媒体融合路径探索
（1）产业融合路径
（2）文化融合路径
（3）技术融合路径
（4）跨界融合路径
（5）资本融合路径

（6）中西融合路径
5.3 媒体融合行业发展现状
5.3.1 融合机制分析
5.3.2 内容生产模式分析
5.3.3 媒体产品分析
5.3.4 媒体融合存在的问题分析
（1）投入不足的现象还比较普遍
（2）对高端融合型人才的吸引力不足的问题仍然比较突出
（3）产品研发和运营的能力亟待提高
（4）跨媒体、跨地域融合还有若干难题
（5）媒体内部资源优化配置方面还需要加大力度
5.4 传统媒体的融合发展现状
5.4.1 传统媒体的痛点分析
5.4.2 传统媒体融合的必要性分析
5.4.3 传统媒体融合现状分析
5.4.4 传统媒体融合存在的问题分析
（1）缺乏创新性思维，难以形成差异化竞争
（2）传统管理体制固化，媒体亟需内部改革
（3）搭建自身内容分发平台难度较大
（4）人才流失率高满员率低青黄不接
（5）技术短板缚手脚高度依赖第三方
（6）底子薄资金缺，投融资渠道瓶颈
5.5 新媒体的倒融合发展现状
5.5.1 新媒体的痛点分析
5.5.2 新媒体倒融合的必要性分析
（1）新媒体倒融合实际意义
（2）新媒体倒融合实例分析
5.5.3 新媒体倒融合现状分析
5.5.4 新媒体倒融合存在的问题分析
5.6 媒体融合实施案例分析
5.6.1 人民日报社
（1）企业发展概况
（2）企业业务布局
（3）企业媒体融合实施路径
5.6.2 浙江日报报业集团
（1）企业发展概况
（2）企业业务布局
（3）企业媒体融合实施路径
5.6.3 南方报业传媒集团
（1）企业发展概况
（2）企业业务布局
（3）企业媒体融合实施路径
5.6.4 上海广播电视台
（1）企业发展概况
（2）企业业务布局
（3）企业媒体融合实施情况
5.6.5 湖北广播电视台
（1）企业发展概况
（2）企业业务布局
（3）企业媒体融合实施路径
5.6.6 亚马逊
（1）企业发展概况
（2）企业业务布局
（3）企业媒体融合实施路径
第6章：媒体融合行业重点企业分析
6.1 媒体融合行业企业发展总体情况
6.2 媒体融合行业重点企业发展情况
6.2.1 长江出版传媒股份有限公司
（1）企业发展概况

（2）企业主要业务布局
（3）企业经营情况分析
（4）企业媒体融合进展情况
（5）企业媒体融合发展路径
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业兼并重组动态分析
（8）企业最新发展动态分析
6.2.2 中文天地出版传媒集团股份有限公司
（1）企业发展概况
（2）企业主要业务布局
（3）企业经营情况分析
（4）企业媒体融合进展情况
（5）企业媒体融合发展路径
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业最新发展动态分析
6.2.3 江苏凤凰出版传媒股份有限公司
（1）企业发展概况
（2）企业主要业务布局
（3）企业经营情况分析
（4）企业媒体融合进展情况
（5）企业媒体融合发展路径
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业最新发展动态分析
6.2.4 中原大地传媒股份有限公司
（1）企业发展概况
（2）企业主要业务布局
（3）企业经营情况分析
（4）企业媒体融合进展情况
（5）企业媒体融合发展路径
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业最新发展动态分析
6.2.5 安徽新华传媒股份有限公司
（1）企业发展概况
（2）企业主要业务布局
（3）企业经营情况分析
（4）企业媒体融合进展情况
（5）企业媒体融合发展路径
（6）企业媒体融合优劣势分析
（7）企业最新发展动态分析
6.2.6 时代出版传媒股份有限公司
（1）企业发展概况
（2）企业主要业务布局
（3）企业经营情况分析
（4）企业媒体融合进展情况
（5）企业媒体融合发展路径
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业最新发展动态分析
6.2.7 中南出版传媒集团股份有限公司
（1）企业发展概况
（2）企业主要业务布局
（3）企业经营情况分析
（4）企业媒体融合进展情况
（5）企业媒体融合发展路径
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业兼并重组动态分析
（8）企业最新发展动态分析
6.2.8 青岛城市传媒股份有限公司
（1）企业发展概况
（2）企业主要业务布局

（3）企业经营情况分析
（4）企业媒体融合进展情况
（5）企业媒体融合发展路径
（6）企业媒体融合优劣势分析
（7）企业最新发展动态分析
6.2.9 浙报数字文化集团股份有限公司
（1）企业发展概况
（2）企业主要业务布局
（3）企业经营情况分析
（4）企业媒体融合进展情况
（5）企业媒体融合发展路径
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业兼并重组动态分析
（8）企业最新发展动态分析
6.2.10 华闻传媒投资集团股份有限公司
（1）企业发展概况
（2）企业主要业务布局
（3）企业经营情况分析
（4）企业媒体融合进展情况
（5）企业媒体融合发展路径
（6）企业媒体融合优劣势分析
（7）企业最新发展动态分析
6.2.11 广东广州日报传媒股份有限公司
（1）企业发展概况
（2）企业主要业务布局
（3）企业经营情况分析
（4）企业媒体融合进展情况
（5）企业媒体融合发展路径
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业最新发展动态分析
6.2.12 浙江华媒控股股份有限公司
（1）企业发展概况
（2）企业主要业务布局
（3）企业经营情况分析
（4）企业媒体融合进展情况
（5）企业媒体融合发展路径
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业最新发展动态分析
6.2.13 中文在线数字出版集团股份有限公司
（1）企业发展概况
（2）企业主要业务布局
（3）企业经营情况分析
（4）企业媒体融合进展情况
（5）企业媒体融合发展路径
（6）企业经营优劣势分析
（7）企业最新发展动态分析
第7章：媒体融合行业投资机会与建议
7.1 媒体融合行业发展前景与趋势分析
7.1.1 媒体融合行业发展前景
7.1.2 媒体融合行业发展趋势
7.2 媒体融合行业投资特性分析
7.2.1 行业投资现状分析
7.2.2 行业投资壁垒分析
（1）政府规制
（2）市场壁垒
（3）资金壁垒
（4）人才壁垒
7.2.3 行业投资风险分析
（1）经济风险

（2）技术风险
（3）竞争风险
（4）经营风险
7.3 媒体融合行业投资机会及建议
7.3.1 行业投资价值分析
7.3.2 行业投资机会分析
（1）细分领域投资机会
（2）产业空白点投资机会
（3）产业链投资机会
7.3.3 行业投资建议
（1）借用新三板吸纳社会资金
（2）成立二级公司，借助社会资本壮大自身力量
（3）向社会发行公司债券筹资
（4）通过股权式众筹募集资金

图表目录

图表1：传统媒体分类
图表2：新媒体分类
图表3：媒体间战术性联合分类
图表4：三网融合的合作方式
图表5：本报告主要数据来源
图表6：中国媒体融合行业监管体制
图表7：截至2025年中国媒体融合行业现行标准
图表8：2018-2025年全国范围内有关媒体融合相关讲话/政策
图表9：《“十四五”国家战略性新兴产业发展规划》媒体融合相关规划内容
图表10：《文化部“十四五”时期文化产业发展规划》媒体融合相关规划内容
图表11：2013-2025年中国GDP增长走势图（单位：亿元，%）
图表12：2025年中国主要经济指标增长及预测（单位：%）
图表13：2025年新型冠状病毒疫情对中国经济影响分析
图表14：2020-2025年中国新媒体行业与GDP关联性对比图（单位： %）
图表15：2019-2025年中国城镇居民家庭人均可支配收入和农村居民家庭人均纯收入变动图（单位：元，%）
图表16：2025年全国居民人均消费支出及构成（单位：%）
图表17：2018-2025年中国网民规模与互联网普及率（单位：万人，%）
图表18：2021-2025年中国网民各类互联网应用的使用率（单位：万人，%）
图表19：2014-2025年中国手机网民规模及网民使用手机上网比例（单位：亿人，%）
图表20：中国媒体融合行业发展机遇与威胁分析
图表21：人工智能在传媒领域的应用领域分析
图表22：中央广播电视总台利用人工智能技术的应用分析
图表23：机器人新闻写作的优势分析
图表24：机器人新闻写作的劣势分析
图表25：人工智能在影视行业的应用案例
图表26：人工智能在写作领域的应用案例
图表27：VR直播特点
图表28：2026-2031年VR在直播领域的市场规模及其预测（单位：亿元）
图表29：VR直播领域投资布局分析
图表30：VR直播市场主要运营平台分析
图表31：VR在影视领域的应用现状
图表32：2026-2031年VR在影视领域的市场规模及其预测（单位：亿元）
图表33：VR影视领域布局的重点企业介绍
图表34：VR影视细分领域主要布局企业
图表35：VR游戏应用特点
图表36：2026-2031年VR在游戏领域的市场规模及其预测（单位：亿元）
图表37：VR游戏介绍
图表38：VR游戏代表厂商介绍
图表39：大数据在传媒产业中的应用领域

图表40：2021-2025年全球娱乐及传媒产业产值及其占GDP比重情况（单位：万亿元，%）
图表41：2021-2025年全球报纸行业平均营业收入变化情况（单位：亿美元）
图表42：2021-2025年全球报纸行业发展情况（单位：亿美元）
图表43：2021-2025年全球电视与流媒体市场规模变化情况（单位：十亿美元）
图表44：2021-2025年全球电影票房收入及电影产业市场规模情况（单位：亿美元）
图表45：2026-2031年全球广告市场规模及预计（单位：亿美元）
图表46：2025年全球主要国家移动网络渗透率（单位：%）
图表47：2025年全球移动市场发展情况（单位：百亿元，百亿次，亿人）
图表48：2021-2025年全球游戏行业收入规模（单位：亿美元）
图表49：2021-2025年全球电竞观众规模（单位：亿人）
图表50：2021-2025年全球电竞行业营收规模（单位：亿美元）
图表51：2020-2025年全球虚拟现实产业市场规模（单位：亿美元）
图表52：2021-2025年美国报刊业广告收入变化情况（单位：亿美元，%）
图表53：2021-2025年美国电视用户订阅情况（单位：百万人）
图表54：2021-2025年美国电视行业市场规模（单位：十亿美元）
图表55：2021-2025年美国出版行业总销售额变化情况（单位：百万美元，%）
图表56：2021-2025年美国（贸易）消费者出版物总销售额变化情况（单位：百万美元，%）
图表57：2021-2025年美国电影票房情况（单位：十亿美元）
图表58：2025年美国新媒体市场发展情况（单位：%）
图表59：2025年英国传媒产业发展情况（单位：个，钟）
图表60：英国人均观看广播电视时长变化情况（单位：分钟）
图表61：2021-2025年英国电视行业广告收入情况（单位：亿美元）
图表62：2025年英国广播收听情况（单位：%）
图表63：2021-2025年英国广播行业广告收入情况（单位：亿美元）
图表64：2025年英国电影票房年度排行榜TOP10（单位：英镑）
图表65：2025年英国报刊发行量降幅TOP3（单位：%）
图表66：2021-2025年英国报刊行业广告收入（单位：亿美元）
图表67：2020-2025年英国互联网普及率变化情况（单位：%）
图表68：2025年英国社交媒体使用情况（单位：%）
图表69：2021-2025年英国互联网广告收入情况（单位：亿美元）
图表70：2021-2025年日本报刊广告收入情况（单位：亿美元）
图表71：2021-2025年日本广播广告收入情况（单位：亿美元）
图表72：2025年日本电影票房年度排行榜TOP10（单位：日元）
图表73：2025年日本主流社交媒体平台用户数（单位：万）
图表74：2021-2025年日本互联网广告收入情况（单位：亿美元）
图表75：国际媒体融合经营模式经验借鉴总结
图表76：中国传媒产业发展历程
图表77：传统媒体的特征分析
图表78：传统媒体的特征分析
图表79：中国传统传媒产业结构分析
图表80：2025年中国传媒产业构成分析（单位：%）
图表81：2025年中国传媒产业总规模占全球比重（单位：%）
图表82：2017-2025年中国传媒产业总规模及增长率（单位：亿元，%）
图表83：2021-2025年中国传媒行业细分市场收入结构对比（单位：%）
图表84：中国传媒产业发展特点分析
图表85：2020-2025年中国手机新闻媒体客户端用户规模情况（单位：亿人）
图表86：中国传统新闻媒体客户端用户收入分布情况（单位：%）
图表87：中国手机媒体客户端用户使用频率情况（单位：%）
图表88：中国新闻客户端用户性别分布（单位：%）
图表89：中国新闻客户端用户年龄分布（单位：%）
图表90：2025年中国传统媒体广告收入结构（单位：%）
图表91：2021-2025年中国传统媒体广告收入变化情况（单位：%）
图表92：2025年中国网民上网终端使用情况（单位：%）
图表93：2025年中国新媒体用户规模情况（单位：亿人）
图表94：2025年中国新媒体用户城市分布情况（单位：%）
图表95：2025年中国新媒体用户年龄分布情况（单位：%）
图表96：2025年中国新媒体用户使用时长情况（单位：%）
图表97：2020-2025年中国新媒体市场规模情况（单位：亿元，%）
图表98：2025年中国短视频及网络直播用户规模情况（单位：亿人，%）

图表99：中国新媒体产业发展痛点分析
图表100：中国新媒体产业发展趋势分析
图表101：2021-2025年中国报刊期发数及图书总印数变化情况
图表102：2021-2025年中国新闻出版产业营业收入与利润总额情况（单位：亿元）
图表103：2025年中国新闻出版业上市公司营业收入情况（单位：亿元）
图表104：2025年中国新闻出版业上市公司竞争情况（单位：%）
图表105：中国新闻出版业技术融合
图表106：广播业”广播+多元”形态示意图
图表107：2021-2025年中国广播媒体广告收入变化情况（单位：亿元，%）
图表108：2025年中国各类频率单月的广告吸纳量对比（单位：万秒）
图表109：2025年中国广播广告各类频率分布（单位：%）
图表110：2025年不同电台类型市场份额占比情况（单位：%）
图表111：2025年互联网平台点击量TOP3
图表112：2021-2025年中国数字化阅读接触率变化情况（单位：%）
图表113：2021-2025年中国数字阅读用户规模变化情况（单位：亿人，%）
图表114：2021-2025年中国数字出版产业规模（单位：亿元）
图表115：2019-2025年中国电子书收入规模变化情况（单位：亿元，%）
图表116：2021-2025年中国移动出版行业收入规模变化情况（单位：亿元，%）
图表117：2025年中国动漫网站人气排行榜TOP10
图表118：2021-2025年中国网络动漫行业收入规模变化情况（单位：亿元，%）
图表119：2021-2025年中国在线音乐收入规模变化情况（单位：亿元，%）
图表120：2020-2025年中国网络文学用户规模及使用率（单位：亿元，%）
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！