

2024-2029年中国视听新媒体行业市场前瞻与投资预测分析报告

目 录

CONTENTS

- 第1章：中国视听新媒体行业发展背景
 - 1.1 视听新媒体行业政策环境分析
 - 1.1.1 视听新媒体行业相关政策法规
 - 1.1.2 视听新媒体行业管理现状
 - 1.1.3 视听新媒体管理趋势分析
 - 1.2 视听新媒体行业经济环境分析
 - 1.2.1 国内生产总值（GDP）增长分析
 - 1.2.2 居民收入状况分析
 - 1.2.3 城镇居民消费状况分析
 - 1.3 视听新媒体行业技术环境分析
 - 1.3.1 内容制播与发布技术
 - 1.3.2 传输网络技术
 - 1.3.3 终端技术
 - 1.3.4 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
 - 2.1.2 互联网基础资源
 - 2.1.3 互联网应用状况
 - 2.1.4 手机网民应用状况
 - 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
 - 2.2.2 传媒产业发展现状分析
 - 2.2.3 传媒产业上市公司经营情况分析
 - 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 2017年软件产业发展状况
 - 2.3.2 2017年软件产业经济运行情况
 - 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
 - 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
 - 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
 - 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
 - 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
 - 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
 - 4.1.2 全球手机电视市场规模及用户区域分布
 - 4.1.3 智能手机终端市场分析

- 4.1.4 中国手机电视用户规模及消费行为
 - 4.1.5 手机电视发展面临的问题及趋势
 - 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
 - 4.2.2 IP电视的发展历程和基本模式
 - 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）
 - 4.2.4 IP电视的技术架构及播出安全监管
 - 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
 - 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
 - 4.3.2 互联网电视发展概况
 - 4.3.3 互联网电视产业链的创新架构及特点
 - 4.3.4 互联网电视行业产业价值
 - 4.3.5 互联网电视发展趋势分析
 - 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
 - 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
 - 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
 - 4.5.2 公共视听载体的市场规模与基本格局
 - 4.5.3 各类公共视听载体市场现状分析
 - 4.5.4 公共视听载体的收入来源与资本运作分析
 - 4.5.5 公共视听载体的受众分析
 - 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
 - 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
 - 4.6.2 互联网视听节目服务产业链与盈利模式分析
 - 4.6.3 互联网视听节目服务经营情况
 - 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
 - 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
 - 4.7.4 移动互联网音视频发展趋势
- 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
 - 5.1.2 美国传统媒体与新媒体融合的几种方式
 - 5.1.3 电视媒体与网络媒体融合发展现状分析
 - 5.1.4 传统媒体与新媒体融合发展趋势分析
 - 5.2 全媒体发展分析
 - 5.2.1 全媒体战略提出的背景
 - 5.2.2 全媒体概念解析
 - 5.2.3 传统媒体选择全媒体战略的现实基础
 - 5.2.4 传统媒体实施全媒体战略的关键点
 - 5.2.5 全媒体战略风险分析
 - 5.2.6 全媒体发展现状分析
 - 5.2.7 全媒体的发展和内容管理面临的新挑战
 - 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
 - 5.3.3 北京电视台网络春晚运作情况
 - 5.3.4 北京电视台网络春晚差异定位
 - 5.3.5 首届网络互动春晚的影响和启示

- 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
 - 5.4.2 盛大现阶段的业务布局
 - 5.4.3 盛大成功转型的启示
 - 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
 - 5.5.2 车载移动电视的传播价值分析
 - 5.5.3 华视传媒的广告价值分析
 - 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
- 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
 - 6.1.1 Hulu经营分析
 - 6.1.2 You Tube经营分析
 - 6.1.3 Nicovideo经营分析
 - 6.1.4 Netflix经营分析
 - 6.1.5 VEVO经营分析
 - 6.1.6 Google TV经营分析
 - 6.1.7 iPad分析
 - 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
 - 6.2.2 北京北广传媒集团有限公司经营分析
 - 6.2.3 凤凰新媒体经营分析
 - 6.2.4 世通华纳传媒控股有限公司经营分析
 - 6.2.5 巴士在线股份有限公司经营分析
 - 6.2.6 分众传媒信息技术股份有限公司经营分析
 - 6.2.7 华视传媒集团有限公司经营分析
 - 6.2.8 北京文投航美传媒有限公司经营分析
 - 6.2.9 上海东方明珠（集团）股份有限公司经营分析
 - 6.2.10 北京融科传媒科技有限公司经营分析
 - 6.2.11 北京炎黄健康时代传媒广告有限公司经营分析
 - 6.2.12 湖南国邮传媒股份有限公司经营分析
- 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
 - 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
 - 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
 - 7.2.2 传媒上市企业概况
 - 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
 - 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
 - 7.4.2 视听新媒体行业投资风险分析
 - 7.4.3 视听新媒体行业投资前景

图表目录

图表1：视听新媒体政策法规

图表2：视听新媒体管理现状

- 图表3: 视听新媒体管理趋势
- 图表4: 2017-2022年三季度中国国内生产总值及其增长速度(单位: 亿元, %)
- 图表5: 2017-2022年中国城镇居民人均可支配收入变化情况(单位: 元, %)
- 图表6: 2017-2022年中国农村居民人均纯收入变化情况(单位: 元, %)
- 图表7: 居民收入水平提升对视听消费需求的影响机制
- 图表8: 2022年中国城镇家庭平均每人全年消费性支出结构情况(单位: %)
- 图表9: 2018-2022年中国居民消费者信心指数(单位: %)
- 图表10: 中国一线城市居民消费意愿(单位: %)
- 图表11: 视听新媒体内容制播与发布技术
- 图表12: 视听新媒体传输网络技术
- 图表13: 视听新媒体终端技术
- 图表14: 视听新媒体其他技术
- 图表15: 2017-2022年中国网民规模与普及率(单位: 亿人, %)
- 图表16: 2017-2022年中国手机网民规模及其占网民比例(单位: 万人, %)
- 图表17: 2018-2022年中国网民上网设备使用情况(单位: %)
- 图表18: 2017-2022年中国网民平均每周上网时长(单位: 小时)
- 图表19: 2018-2022年中国网民性别结构(单位: %)
- 图表20: 2018-2022年中国网民年龄结构(单位: %)
- 图表21: 2018-2022年中国网民学历结构(单位: %)
- 图表22: 2018-2022年中国网民职业结构(单位: %)
- 图表23: 2018-2022年中国网民收入结构(单位: %)
- 图表24: 2018-2022年中国网民城乡结构(单位: %)
- 图表25: 2018-2022年中国互联网基础资源(单位: 个, Mbps, %)
- 图表26: 2017-2022年中国IPv6地址资源变化情况(单位: 块/32)
- 图表27: 2017-2022年中国IPv4地址资源变化情况(单位: 万个)
- 图表28: 2022年中国分类域名数(单位: 个, %)
- 图表29: 2022年中国分类CN域名数(单位: 个, %)
- 图表30: 2017-2022年中国网站数量变化(单位: 万个)
- 图表31: 2017-2022年中国国际出口带宽变化情况(单位: Mbps, %)
- 图表32: 2018-2022年年即时通信网民数及使用率(单位: 万人, %)
- 图表33: 2018-2022年各类网络应用使用率(单位: 万, %)
- 图表34: 2018-2022年手机网民各类手机应用使用率(单位: %)
- 图表35: 2018-2022年手机即时通信用户数及使用率(单位: 万人, %)
- 图表36: 2018-2022年手机搜索用户数及使用率(单位: 万人, %)
- 图表37: 2018-2022年手机微博用户数及使用率(单位: 万人, %)
- 图表38: 2018-2022年手机网络视频用户数及使用率(单位: 万人, %)
- 图表39: 2018-2022年手机网络游戏用户规模及使用率(单位: 万人, %)
- 图表40: 2018-2022年手机在线支付用户规模及使用率(单位: 万人, %)
- 图表41: 互联网发展趋势
- 图表42: 2017-2022年中国传媒产业市场规模及增长率(单位: 亿元, %)
- 图表43: 2022年中国传媒产业各行业市场结构(单位: %)
- 图表44: 2022年中国传媒产业形态主要表现(一)(单位: 亿元)
- 图表45: 2017-2022年中国传媒产业形态主要表现(单位: 种, 家, 万户, 个, 万人)
- 图表46: 近年来中国报纸广告经营额、发行收入及报业总产值增长率(单位: 亿元, %)
- 图表47: 报纸行业广告收入来源行业占比(单位: %)
- 图表48: 近年来中国图书销售收入及增长率(单位: 亿元, %)
- 图表49: 近年来中国期刊广告经营额、发行收入及期刊业总产值增长率(单位: 亿元, %)
- 图表50: 2017-2022年中国广播电视总收入及增长率(单位: 亿元, %)
- 图表51: 2017-2022年中国电影票房收入及其增长率(单位: 亿元, %)
- 图表52: 2017-2022年中国网络广告市场规模及增长率(单位: 亿元, %)
- 图表53: 2022年中国网络广告市场媒体营收规模TOP10(单位: 亿元)
- 图表54: 2017-2022年中国网络游戏用户付费市场规模(单位: 亿元)
- 图表55: 中国客户端游戏与网页游戏广告投放金额对比(单位: 亿元)
- 图表56: 2017-2022年中国电子商务市场交易规模及增长率(单位: 万亿元, %)
- 图表57: 中国电子商务市场细分行业构成(单位: %)
- 图表58: 2017-2022年中国移动互联网市场规模(单位: 亿元, %)
- 图表59: 2022年传媒行业业绩实现快速增长的原因
- 图表60: 传媒行业上市公司盈利能力(单位: %)
- 图表61: 传媒产业发展趋势

- 图表62: 2017-2022年中国软件产业收入及增长率(单位: 万亿元, %)
- 图表63: 2022年中国软件产业分类收入占比(单位: %)
- 图表64: 2022年中国软件产业收入结构(单位: 亿元)
- 图表65: 2022年中国软件产业产值区域分布(单位: %)
- 图表66: 中心城市软件产业产值及增长情况(单位: 亿元, %)
- 图表67: 中国软件业务收入前十企业排名及收入情况(单位: 万元, %)
- 图表68: 近年软件产业收入增长情况(单位: 亿元, %)
- 图表69: 2022年软件产业分类收入占比情况(单位: %)
- 图表70: 近年来软件产业出口增长情况(单位: %)
- 图表71: 2022年全国分地区软件收入占比情况(单位: %)
- 图表72: 软件行业发展趋势
- 图表73: 全球互联网用户区域分布(单位: %)
- 图表74: 近年来在线视频占全球互联网流量比重图(单位: %)
- 图表75: 近年来全球在线电视和视频收入(单位: 亿美元)
- 图表76: 近年来英国视听新媒体各传输网渗透率(单位: %)
- 图表77: 近年按照技术类别分的美国居民接入宽带速度所占比重(单位: %)
- 图表78: 近年全球互联网终端应用情况(单位: %)
- 图表79: 近年来全球手机用户数量及增长率(单位: 亿人, %)
- 图表80: 国外视听新媒体盈利模式
- 图表81: 国外视听新媒体发展存在的问题
- 图表82: 国外视听新媒体发展趋势
- 图表83: 2022年中国视听媒体市场总规模(单位: 亿元)
- 图表84: 2022年中国视听媒体受众来源及规模(亿人)
- 图表85: 中国视听媒体业务形态分类图
- 图表86: 国内视听媒体版权的特点
- 图表87: 2018-2022年网络视频用户数及使用率(单位: 万人, %)
- 图表88: 2017-2022年国内视听新媒体版权分销收入预测(单位: 亿元)
- 图表89: 视听新媒体版权管理的意义
- 图表90: 视听新媒体版权管理中存在的主要问题
- 图表91: 加强视听新媒体版权管理的基本思路
- 图表92: 国内视听新媒体发展的基本经验
- 图表93: 国内视听新媒体发展面临的问题
- 图表94: 国内视听新媒体发展趋势
- 图表95: 手机电视产业链
- 图表96: 手机电视产业链各环节的主要任务
- 图表97: 近年来全球手机电视市场规模及增长情况(单位: 亿美元, %)
- 图表98: 近年全球主要区域手机电视用户分布情况(单位: %)
- 图表99: 2017-2022年中国智能手机出货量及增长率(单位: 亿部, %)
- 图表100: 2017-2022年中国智能手机销量及增长率(单位: 亿部, %)
- 图表101: 2017-2022年中国智能手机市场渗透率预测(单位: %)
- 图表102: 2022年中国智能手机主要服务网络市场占比(单位: %)
- 图表103: 2017-2022年中国手机电视用户规模及增长(单位: 万户)
- 图表104: 2017-2022年中国手机电视市场规模(单位: 亿)
- 图表105: 中国手机用户选用手机电视业务形态情况(单位: %)
- 图表106: 中国移动139手机视频营销页面内容点击扣费次数排序表(单位: 次, %)
- 图表107: 手机网民对手机电视节目的选择
- 图表108: 手机电视发展面临的问题
- 图表109: IP电视主要功能
- 图表110: “上海模式”具体情况
- 图表111: 2017-2022年中国IP电视市场规模预测及同比增长(单位: 亿元, %)
- 图表112: “上海模式”具体情况
- 图表113: IP电视集成播控平台架构
- 图表114: IP电视集成播控平台功能
- 图表115: IP电视具体框架及其作用
- 图表116: 2017-2022年IP电视用户规模及预测(单位: 万户)
- 图表117: 互联网电视的主要特点
- 图表118: 互联网电视服务发展阶段
- 图表119: 国内互联网电视机的主要功能及后台服务情况
- 图表120: 2017-2022年中国互联网电视销量及预测(单位: 万台)

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！