2026-2031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4：2020-2025年三季度中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）
图表5：2020-2025年中国城镇居民可支配收入变化情况（单位：元，%）
图表6：2020-2025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8：2025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9：2021-2025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15：2020-2025年中国网民规模与普及率（单位：亿人，%）
图表16：2020-2025年中国手机网民规模及其占网民比例（单位：万人，%）
图表17：2021-2025年中国网民上网设备使用情况（单位：%）
图表18：2020-2025年中国网民平均每周上网时长（单位：小时）
图表19：2021-2025年中国网民性别结构（单位：%）
图表20：2021-2025年中国网民年龄结构（单位：%）
图表21：2021-2025年中国网民学历结构（单位：%）
图表22：2021-2025年中国网民职业结构（单位：%）
图表23：2021-2025年中国网民收入结构（单位：%）
图表24：2021-2025年中国网民城乡结构（单位：%）
图表25：2021-2025年中国互联网基础资源（单位：个，Mbps，%）
图表26：2020-2025年中国IPv6地址资源变化情况（单位：块/32）
图表27：2020-2025年中国IPv4地址资源变化情况（单位：万个）
图表28：2025年中国分类域名数（单位：个，%）
图表29：2025年中国分类CN域名数（单位：个，%）
图表30：2020-2025年中国网站数量变化（单位：万个）
图表31：2020-2025年中国国际出口带宽变化情况（单位：Mbps，%）
图表32：2021-2025年年即时通信网民数及使用率（单位：万人，%）
图表33：2021-2025年各类网络应用使用率（单位：万，%）
图表34：2021-2025年手机网民各类手机应用使用率（单位：%）
图表35：2021-2025年手机即时通信用户数及使用率（单位：万人，%）
图表36：2021-2025年手机搜索用户数及使用率（单位：万人，%）
图表37：2021-2025年手机微博用户数及使用率（单位：万人，%）
图表38：2021-2025年手机网络视频用户数及使用率（单位：万人，%）
图表39：2021-2025年手机网络游戏用户规模及使用率（单位：万人，%）
图表40：2021-2025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42：2020-2025年中国传媒产业市场规模及增长率（单位：亿元，%）
图表43：2025年中国传媒产业各行业市场结构（单位： %）
图表44：2025年中国传媒产业形态主要表现（一）（单位：亿元）
图表45：2020-2025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50：2020-2025年中国广播电视总收入及增长率（单位：亿元，%）
图表51：2020-2025年中国电影票房收入及其增长率（单位：亿元，%）
图表52：2020-2025年中国网络广告市场规模及增长率（单位：亿元，%）
图表53：2025年中国网络广告市场媒体营收规模TOP10（单位：亿元）
图表54：2020-2025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56：2020-2025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58：2020-2025年中国移动互联网市场规模（单位：亿元，%）
图表59：2025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62：2020-2025年中国软件产业收入及增长率（单位：万亿元，%）
图表63：2025年中国软件产业分类收入占比（单位：%）
图表64：2025年中国软件产业收入结构（单位：亿元）
图表65：2025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69：2025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71：2025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83：2025年中国视听媒体市场总规模（单位：亿元）
图表84：2025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87：2021-2025年网络视频用户数及使用率（单位：万人，%）
图表88：2020-2025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99：2020-2025年中国智能手机出货量及增长率（单位：亿部，%）
图表100：2020-2025年中国智能手机销量及增长率（单位：亿部，%）
图表101：2020-2025年中国智能手机市场渗透率预测（单位：%）
图表102：2025年中国智能手机主要服务网络市场占比（单位：%）
图表103：2020-2025年中国手机电视用户规模及增长（单位：万户）
图表104：2020-2025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111：2020-2025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116：2020-2025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120：2020-2025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！