2017-2022年中国媒体融合市场前瞻与投资规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章:中国媒体融合产业发展综述

1.1 媒体融合概述

- 1.1.1 媒体融合定义及涉及领域
- 1.1.2 媒体融合包含的四要素分析
 - (1) 双向进入
 - (2) 网络建设改造
 - (3) 网络信息安全
 - (4) 产业监管
- 1.1.3 发展媒体融合的积极意义
 - (1) 战略意义
 - (2) 社会意义
 - (3) 经济意义

1.2 媒体融合影响分析

- 1.2.1 媒体融合对广电网的影响
 - (1) 广电网未来发展思路
 - (2) 媒体融合下广电网SWOT分析
 - (3) 媒体融合对广电网的影响
- 1.2.2 媒体融合对电信网的影响
 - (1) 电信运营业务现状分析
 - (2) 电信媒体融合业务开展情况
 - (3) 媒体融合下电信网SWOT分析
- 1.2.3 媒体融合对互联网的影响
 - (1) 媒体融合下互联网的地位
 - (2) 媒体融合下互联网的创新发展

1.3 媒体融合发展PEST分析

- 1.3.1 政策环境分析
- 1.3.2 宏观经济环境分析
 - (1) 国际宏观经济走势分析
 - (2) 国内宏观经济走势分析
- 1.3.3 社会环境分析
- 1.3.4 技术环境分析
 - (1) 数字技术
 - (2) 光通信技术
 - (3) 软件技术
 - (4) 统一的TCP/IP协议
 - (5) 其他技术

第2章:中国媒体融合利益格局分析

2.1 媒体融合产业利益格局概况

- 2.1.1 媒体融合产业链利益竞争关系
 - (1) 广电与电信的竞争
 - (2) 用户利益最大化是关键
- 2.1.2 媒体融合产业收益方分析
 - (1) 设备提供商在融合前期受益
 - (2) 有线运营商与内容制作商长远受益
- 2.1.3 媒体融合产业分工基本明确
- 2.1.4 媒体融合的利益冲突机制分析
 - (1) 三网经济效益的形成机制
 - (2) 媒体融合利益冲突的表现

2.2 媒体融合利益格局困境分析

- 2.2.1 广电与电信"互相封杀"
- 2.2.2 利益格局困境主要原因

- 2.2.3 建议广电与电信组建合资公司
- 2.3 媒体融合格局走向预测
 - 2.3.1 电信运营商:被动的接受者
 - 2.3.2 地方电视台: 获得利益的一方
 - 2.3.3 有线电视提供商:不可避免的没落

第3章: 国外媒体融合发展情况及经验借鉴

- 3.1 全球媒体融合发展概况
 - 3.1.1 全球媒体融合政策进展
 - 3.1.2 全球媒体融合技术演进
 - 3.1.3 全球媒体融合业务发展
- 3.2 美国媒体融合发展状况及经验借鉴
- 3.2.1 美国媒体融合发展历程
- 3.2.2 美国媒体融合发展特点
- 3.2.3 美国媒体融合经验借鉴
- 3.2.4 美国媒体融合趋势预测
- 3.3 英国媒体融合发展状况及经验借鉴
 - 3.3.1 英国媒体融合发展历程
 - 3.3.2 英国媒体融合发展特点
 - 3.3.3 英国媒体融合经验借鉴
 - 3.3.4 英国媒体融合趋势预测
- 3.4 法国媒体融合发展状况及经验借鉴
 - 3.4.1 法国媒体融合发展历程
 - 3.4.2 法国媒体融合发展特点
 - 3.4.3 法国媒体融合经验借鉴
 - 3.4.4 法国媒体融合趋势预测
- 3.5 日本媒体融合发展状况及经验借鉴
 - 3.5.1 日本媒体融合发展历程
 - 3.5.2 日本媒体融合发展特点
 - 3.5.3 日本媒体融合经验借鉴
 - 3.5.4 日本媒体融合趋势预测
- 3.6 全球媒体融合发展趋势预测
 - 3.6.1 全球媒体融合政策发展趋势
 - 3.6.2 全球媒体融合技术发展趋势 3.6.3 全球媒体融合应用发展趋势
- 第4章:中国媒体融合发展现状及运营模式分析

4.1 中国媒体融合发展总况

- 4.1.1 媒体融合发展概况
- 4.1.2 媒体融合发展阶段
 - (1) 广电和电信双向进入阶段
 - (2) 全面实现媒体融合阶段
- 4.1.3 媒体融合发展特点
- 4.1.4 媒体融合进展分析
 - (1) 运营商进展分析
 - (2) 媒体融合用户数量取得突破
 - (3) 各地区媒体融合制定试点与实施方案

4.2 中国媒体融合产业SWOT分析

- 4.2.1 媒体融合产业优势分析
- 4.2.2 媒体融合产业劣势分析
- 4.2.3 媒体融合产业机遇分析
- 4.2.4 媒体融合产业威胁分析

4.3 中国媒体融合产业竞争现状分析

- 4.3.1 媒体融合设备供应商竞争现状
 - (1)设备供应商分布格局
 - (2) 设备供应商竞争现状
 - (3) 设备供应商收购及重组分析
- 4.3.2 媒体融合网络服务商竞争现状
 - (1) 网络服务商分布格局
 - (2) 网络服务商竞争现状
 - (3) 网络服务商收购及重组分析

- 4.3.3 媒体融合服务与内容提供商竞争现状
 - (1) 服务与内容提供商分布格局
 - (2) 服务与内容提供商竞争现状
 - (3) 服务与内容提供商收购及重组分析

4.4 中国媒体融合主要业务运营模式分析

- 4.4.1 IPTV: 广电内容+电信固网
 - (1) 主要合作模式分析
 - (2) 主要业务分析
 - (3) 资费情况分析
 - (4) 用户数量分析
- 4.4.2 手机电视业务:广电广播传输+电信移动通信
 - (1) 主要技术分析
 - (2) 主要节目内容分析
 - (3) 信号覆盖情况
 - (4) 资费情况分析
- 4.4.3 有线宽带业务: 广电有线网+电信出口带宽
 - (1) 主要合作模式分析
 - (2) 主要服务内容分析
 - (3) 资费情况分析
- 4.4.4 互联网视频业务: 广电内容+互联网渠道
 - (1) 中国网络电视台
 - (2) 芒果TV
 - (3) 上海网络电视台
- 4.4.5 有线互联网业务:广电有线渠道+互联网内容
 - (1) 杭州华数+淘宝网
 - (2) 电视游戏

4.5 中国媒体融合现存问题与对策分析

- 4.5.1 媒体融合发展存在的问题
- 4.5.2 媒体融合发展对策

第5章:中国媒体融合产业重点区域发展分析

- 5.1 中国媒体融合产业试点地区分布
 - 5.1.1 第一批媒体融合试点地区(城市)
 - 5.1.2 第二批媒体融合试点地区(城市)

5.2 环渤海地区媒体融合发展状况分析

- 5.2.1 媒体融合发展优势分析
- 5.2.2 媒体融合发展进度分析
 - (1) 北京媒体融合发展进度分析
 - (2) 天津媒体融合发展进度分析
 - (3) 青岛媒体融合发展进度分析
 - (4) 大连媒体融合发展进度分析
- 5.2.3 媒体融合产业主要企业分析
 - (1) 北京媒体融合产业主要企业分析
 - (2) 天津媒体融合产业主要企业分析
 - (3) 青岛媒体融合产业主要企业分析
 - (4) 大连媒体融合产业主要企业分析
- 5.2.4 媒体融合发展动向分析
 - (1) 北京媒体融合发展动向分析
 - (2) 天津媒体融合发展动向分析
 - (3) 青岛媒体融合发展动向分析
 - (4) 大连媒体融合发展动向分析
- 5.2.5 媒体融合发展前景分析

5.3 长三角地区媒体融合发展状况分析

- 5.3.1 媒体融合发展优势分析
- 5.3.2 媒体融合发展进度分析
 - (1) 上海媒体融合发展进度分析
 - (2) 江苏媒体融合发展进度分析
 - (3) 浙江媒体融合发展进度分析
- 5.3.3 媒体融合产业主要企业分析
 - (1) 上海媒体融合产业主要企业分析

- (2) 江苏媒体融合产业主要企业分析
- (3) 浙江媒体融合产业主要企业分析
- 5.3.4 媒体融合发展动向分析
 - (1) 上海媒体融合发展动向分析
 - (2) 江苏媒体融合发展动向分析
 - (3) 浙江媒体融合发展动向分析
- 5.3.5 媒体融合发展前景分析
- 5.4 珠三角地区媒体融合发展状况分析
 - 5.4.1 媒体融合发展优势分析
 - 5.4.2 媒体融合发展进度分析
 - (1) 深圳媒体融合发展进度分析
 - (2) 其它城市媒体融合发展进度分析
 - 5.4.3 媒体融合产业主要企业分析
 - (1) 深圳媒体融合产业主要企业分析
 - (2) 其它城市媒体融合产业主要企业分析
 - 5.4.4 媒体融合发展动向分析
 - (1) 深圳媒体融合发展动向分析
 - (2) 其它城市媒体融合发展动向分析
 - 5.4.5 媒体融合发展前景分析

5.5 长株潭地区媒体融合发展状况分析

- 5.5.1 媒体融合发展优势分析
- 5.5.2 媒体融合发展进度分析
- 5.5.3 媒体融合产业主要企业分析
- 5.5.4 媒体融合发展动向分析
- 5.5.5 媒体融合发展前景分析
- 5.6 其他重点城市媒体融合发展状况
- 5.7 媒体融合产业区域发展特点分析
 - 5.7.1 媒体融合集聚产业分布格局形成
 - 5.7.2 媒体融合产业空间演变趋势分析

第6章:中国媒体融合细分产业发展现状与投资机会分析

- 6.1 广播电视业发展现状与投资机会分析
 - 6.1.1 广播产业发展现状与趋势分析
 - (1) 广播产业发展规模
 - (2) 广播受众市场分析
 - (3) 广播广告经营分析
 - (4) 广播产业发展趋势预测
 - 6.1.2 电视产业发展现状与趋势分析
 - (1) 电视产业基础
 - (2) 电视产业规模
 - (3) 网络电视发展特点及趋势预测
 - 1) 网络电视定义及分类
 - 2) 网络电视与传统电视的区别
 - 3) 网络电视发展特点及趋势预测
 - (4) 电视产业发展趋势预测
 - 6.1.3 广电业媒体融合投资机会分析
- 6.2 电信行业发展现状与投资机会分析
 - 6.2.1 中国电信网络建设情况分析
 - 6.2.2 中国移动网络建设情况分析
 - (1) TD-SCDMA
 - (2) TD-LTE
 - 6.2.3 中国联通网络建设情况分析
 - 6.2.4 中国电信行业竞争格局分析
 - 6.2.5 中国电信行业发展趋势预测
 - 6.2.6 电信行业媒体融合投资机会分析
- 6.3 互联网行业发展现状与投资机会分析
 - 6.3.1 互联网发展现状分析
 - (1) 互联网网民规模
 - (2) 互联网资源规模
 - 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
- 6.3.2 互联网经济发展分析
 - (1) 网络经济规模
 - (2) 网络经济市场结构
 - (3) 网络经济细分市场发展分析
 - 1) 电子商务市场发展分析
 - 2) 网络广告市场发展分析
 - 3) 网络娱乐市场发展分析
 - 1、网络游戏市场
 - 2、网络文学市场
 - 3、网络视频市场
- 6.3.3 互联网产业发展趋势预测
- 6.3.4 互联网产业媒体融合投资机会分析

第7章:中国媒体融合产业重点企业经营情况分析

- 7.1 媒体融合企业整体发展概况
 - 7.1.1 媒体融合重点企业案例分析
 - (1) 企业一
 - 1) 企业发展简况分析
 - 2) 企业经营情况分析
 - 3) 企业资质能力分析
 - 4) 企业媒体融合业务分析
 - 5) 企业销售渠道与网络分析
 - 6) 企业发展优劣势分析
 - 7) 企业投资兼并与重组分析
 - 8) 企业最新发展动向分析
 - (2) 企业二
 - 1) 企业发展简况分析
 - 2) 企业经营情况分析
 - 3) 企业资质能力分析
 - 4) 企业媒体融合业务分析
 - 5) 企业销售渠道与网络分析
 - 6) 企业发展优劣势分析
 - 7) 企业投资兼并与重组分析
 - 8) 企业最新发展动向分析
 - (3) 企业三
 - 1) 企业发展简况分析
 - 2) 企业经营情况分析
 - 3) 企业资质能力分析
 - 4) 企业媒体融合业务分析
 - 5) 企业销售渠道与网络分析
 - 6) 企业发展优劣势分析
 - 7) 企业投资兼并与重组分析
 - 8) 企业最新发展动向分析
 - (4) 企业四
 - 1) 企业发展简况分析
 - 2) 企业经营情况分析
 - 3) 企业资质能力分析
 - 4) 企业媒体融合业务分析
 - 5) 企业销售渠道与网络分析
 - 6) 企业发展优劣势分析
 - 7) 企业投资兼并与重组分析
 - 8) 企业最新发展动向分析
 - (5) 企业五
 - 1) 企业发展简况分析
 - 2) 企业经营情况分析
 - 3) 企业资质能力分析

- 4) 企业媒体融合业务分析
- 5) 企业销售渠道与网络分析
- 6) 企业发展优劣势分析
- 7) 企业投资兼并与重组分析
- 8) 企业最新发展动向分析

第8章:中国媒体融合发展前景与投资建议

- 8.1 媒体融合发展障碍与建议
 - 8.1.1 媒体融合发展障碍
 - (1) 体制障碍
 - (2) 技术挑战
 - 8.1.2 媒体融合发展建议
- 8.2 媒体融合未来展望
 - 8.2.1 媒体融合长远前景
 - 8.2.2 媒体融合短期展望
- 8.3 媒体融合投资机会与投资建议
 - 8.3.1 媒体融合投资机会剖析
 - (1) 设备提供商投资机会分析
 - (2) 网络服务商投资机会分析
 - (3) 服务与内容提供商投资机会分析
 - 8.3.2 媒体融合投资风险分析
 - (1) 设备提供商投资风险分析
 - (2) 网络服务商投资风险分析
 - (3) 服务与内容提供商投资风险分析
 - 8.3.3 媒体融合投资建议
 - (1) 针对设备提供商
 - (2) 针对网络服务商
 - (3) 针对服务与内容提供商

图表目录

••••••图表部分请咨询客服

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@gianzhan.com

或登录网站: https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务!