

2017-2022年中国媒体融合市场前景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性
 - (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@qianzhan.com

或登录网站：<https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！