

# 2018-2024年中国移动媒体行业市场深度调研分析 及投资前景研究预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国移动媒体行业市场深度调研分析及投资前景研究预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/342269.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

报告目录：

第一章 传媒产业定义及发展环境分析 13

1.1 传媒产业定义 13

1.1.1 传媒产业定义 13

1.1.2 传媒产业在国民经济中的地位分析 15

1.2 传媒产业政策环境分析 16

1.2.1 传媒产业管理体制 16

(1) 主管部门 16

(2) 监管体制 16

1.2.2 传媒产业主要政策及法律法规 23

1.2.3 传媒产业体制改革进展分析 25

(1) 报刊体制改革进展 25

(2) 图书出版发行体制改革进展 26

(3) 广播电视体制改革进展 31

(4) 音像出版业体制改革进展 36

(5) 电影体制改革进展 37

1.3 传媒产业经济环境分析 39

1.3.1 国际宏观经济环境分析 39

(1) 国际宏观环境发展现状 39

(2) 国际宏观经济发展预测 41

1.3.2 国内宏观经济环境分析 42

(1) 国内宏观经济发展现状 42

(2) 国内宏观经济发展预测 58

1.4 传媒产业社会环境分析 64

1.4.1 舆论多元化 64

1.4.2 公民展开新闻运动 67

1.4.3 传媒市场“碎片化” 70

1.4.4 社群圈子形成 79

1.4.5 判据感性化 81

第二章 移动媒体产业发展现状及趋势分析 83

2.1 媒体基础资源发展情况 83

2.1.1 用户规模 83

- 2.1.2 移动终端 87
- 2.1.3 移动网络建设 88
- 2.2 移动媒体产品与服务发展情况 92
  - 2.2.1 用户使用情况 92
  - 2.2.2 市场规模情况 94
- 2.3 手机媒体发展分析 103
  - 2.3.1 手机媒体发展概况 103
    - (1) 移动通信的发展 103
    - (2) 移动增值业务的发展 104
  - 2.3.2 手机媒体各项业务发展情况 108
    - (1) 手机音乐业务 108
    - (2) 手机报业务 108
    - (3) 手机阅读业务 109
    - (4) 手机游戏业务 110
    - (5) 手机视频业务 113
    - (6) 手机动漫业务 113
  - 2.3.3 手机媒体发展面临的机遇与挑战 114
- 2.4 户外媒体发展分析 116
  - 2.4.1 户外媒体发展概况 116
  - 2.4.2 户外媒体市场分析 120
    - (1) 公交移动电视 120
    - (2) 商业楼宇电视 123
  - 2.4.3 户外媒体发展趋势 127
- 2.5 互联网发展热点解析 127
  - 2.5.1 3G发展 127
  - 2.5.2 iPad发展 131
  - 2.5.3 应用 ( Application ) 发展 132
  - 2.5.4 微博与LBS发展 132
  - 2.5.5 手机游戏与移动支付发展 142
  
- 第三章 三网融合对移动互联网影响分析 151
  - 3.1 三网融合概述 151
    - 3.1.1 三网融合定义及涉及领域 151
    - 3.1.2 三网融合包含四要素分析 152
    - 3.1.3 发展三网融合的积极性意义 152

- 3.2 三网融合利益格局分析 153
    - 3.2.1 三网融合产业链利益竞争关系 153
    - 3.2.2 三网融合受益方分析 154
      - (1) 设备提供商在融合前期受益 154
      - (2) 有线运营商与内容制作商长远受益 155
    - 3.2.3 三网融合产业链投资机会分析 157
      - (1) 设备提供商 157
      - (2) 网络服务商 157
      - (3) 服务及内容提供商 158
  - 3.3 三网融合对移动互联网的影响分析 159
    - 3.3.1 三网融合下互联网的地位 159
    - 3.3.2 三网融合下互联网的创新发展 160
  - 3.4 2014年以来三网融合进展分析 162
    - 3.4.1 运营商加大投资力度 162
    - 3.4.2 三网融合用户数量取得突破 163
    - 3.4.3 各地区三网融合制定试点与实施方案 163
  - 3.5 三网融合未来展望 163
    - 3.5.1 三网融合发展障碍分析 163
      - (1) 体制障碍 163
      - (2) 监管体制障碍 164
      - (3) 技术挑战 165
    - 3.5.2 三网融合发展建议 166
      - (1) 设立第三方监管机构 166
      - (2) 完善产业标准与法规 167
      - (3) 形成合作竞争机制 167
      - (4) 打造良好的生态系统 168
    - 3.5.3 三网融合未来展望 169
      - (1) 长远前景 169
      - (2) 2017年发展前景 169
- 第四章 移动传媒产业投融资现状分析及建议 172
- 4.1 移动传媒产业投资特性分析 172
    - 4.1.1 移动传媒产业进入壁垒分析 172
      - (1) 规模经济壁垒 172
      - (2) 产品差异化壁垒 173

- (3) 资源壁垒 174
- (4) 资金壁垒 175
- 4.1.2 移动传媒产业盈利因素分析 175
  - (1) 决策型人才因素 175
  - (2) 产业价值链因素 176
  - (3) 创意因素 177
- 4.1.3 移动传媒盈利模式分析 178
- 4.2 移动传媒产业投融资现状分析 181
  - 4.2.1 移动传媒产业投融资环境变化 181
    - (1) 信贷环境变化 181
    - (2) 金融支持政策 184
  - 4.2.2 新股投融资概况 185
  - 4.2.3 上市企业概况 187
    - (1) 传媒上市企业总市值概况 187
    - (2) 传媒上市企业运营概况 189
    - (3) 传媒上市企业盈利概况 191
  - 4.2.4 企业上市潮解读 192
- 4.3 移动传媒产业投资建议 197
  - 4.3.1 移动传媒产业投资机会分析 197
  - 4.3.2 移动传媒产业投资风险分析 198
    - (1) 政策管制风险 198
    - (2) 宏观经济波动风险 199
    - (3) 关联产业需求变动风险 203
    - (4) 传媒企业所有制风险 205
  - 4.3.3 移动传媒产业投资建议 207
    - (1) 适当加大广告投入 207
    - (2) 继续发展影视行业 207
    - (3) 争当动漫行业领导者 209
    - (4) 加大数字化出版投入 211

图表目录：

图表1：传媒产业基本分类 13

图表2：2014年-2017年国内生产总值季度累计同比增长率（%） 42

图表3：2014-2017年工业增加值月度同比增长率（%） 44

图表4：2014-2017年社会消费品零售总额月度同比增长率（%） 45

- 图表5：2014-2017年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%） 47
- 图表6：2014-2017年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%） 49
- 图表7：2017年居民消费价格主要数据 51
- 图表8：2014-2017年居民消费价格指数（上年同月=100） 53
- 图表9：2014-2017年工业品出厂价格指数（上年同月=100） 54
- 图表10：2014-2017年货币供应量月度同比增长率（%） 56
- 图表11：2014-2017年固定电话、移动电话和电话用户总数各月新增数量比较 83
- 图表12：2017年全国电话用户总数构成情况 84
- 图表13：2014-2017年同期各月新增移动电话用户数量比较 84
- 图表14：2017年中国网民规模和互联网普及率 85
- 图表15：2017年新增网民上网使用设备情况 87
- 图表16：2017年互联网接入用户增长情况 88
- 图表17：2014-2017年互联网拨号、宽带、xDSL用户同比增长趋势比较 89
- 图表18：2014-2017年中国互联网基础资源对比 89
- 图表19：中国IPv6地址数量 90
- 图表20：中国IPv4地址资源变化情况 91
- 图表21：2013-2017年中国网民对各类网络应用的使用率 93
- 图表22：2017年1-7月固定电话与移动电话通话量比较 95
- 图表23：2017年1-7月固定电话和移动电话通话量累计同比增速比较 95
- 图表24：2014-2017年固定电话、移动电话通话量同比增长趋势比较 96
- 图表25：2014-2017年移动短信发送量变化趋势 96
- 图表26：2014-2017年移动短信累计发送量、增速变化趋势 97
- 图表27：2017年三家上市公司移动用户市场份额比较 98
- 图表28：2014-2017年三大上市基础电信公司新增移动用户市场份额走势比较 99
- 图表29：2017年三家基础电信上市公司移动宽带用户市场份额比较 99
- 图表30：2014-2017年中国移动各月新增用户及其中TD用户数量 100
- 图表31：2014-2017年中国电信各月新增移动用户和3G用户数量 101
- 图表32：2014-2017年中国联通移动用户与3G用户各月净增数量比较 102
- 图表33：2014-2017年微博用户数及使用率 133
- 图表34：主营业务分产品情况 189
- 图表35：报告期主营业务收入及主营业务利润的构成 191
- 图表36：南方传媒主营业务收入结构 192
- 图表37：南航传媒主营业务收入结构 192
- 图表38：江苏可一传媒主营业务收入结构 193
- 图表39：读者传媒主营业务收入结构 193

图表40：新华文轩传媒主营业务收入结构 194

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/342269.html>