

2022-2027年中国网络新闻行业市场深度分析及投资战略规划报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国网络新闻行业市场深度分析及投资战略规划报告》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/channel/media/766976.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

网络新闻是指以网络为载体的新闻，具有快速、多面化、多渠道、多媒体、互动等特点，突破了传统的新闻传播概念，在视、听、感方面给受众全新的体验。网络新闻现在所具有的特点，都是经过长时间的发展而来，例如时效性就是网络新闻与传统新闻之间一个很重要的改革。

截至2021年6月，我国网民规模为10.11亿，较2020年12月新增网民2175万，互联网普及率达71.6%，较2020年12月提升1.2个百分点。网民数量的不断增长，为我国网络新闻行业的发展，提供了广泛的用户基础。

2016-2021年H1中国网民规模及互联网普及率

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 电子商务与“互联网+”

第一节 电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

六、电子商务规模分析

第二节 “互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

三、“互联网+”的发展

四、“互联网+”的评价

五、“互联网+”的趋势预测分析

第二章 互联网环境下新闻行业的机会与挑战

第一节 2021年中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

(一) 总体网民规模分析

截至2021年6月，我国网络新闻用户规模达7.6亿，较2020年12月增长1713万，占网民整体

的75.2%。

2018-2021年H1中国网络新闻用户规模及使用率

(二) 分省网民规模分析

(三) 手机网民规模分析

(四) 网民属性结构分析

二、网民互联网应用情况分析

(一) 信息获取情况分析

(二) 商务交易发展状况分析

(三) 交流沟通现状分析

(四) 网络娱乐应用分析

第二节 互联网环境下新闻行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

第三节 互联网新闻行业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变生产厂商营销模式

三、互联网导致行业利益重新分配

四、互联网改变行业未来竞争格局

第四节 新闻与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势预测

二、电子商务消费环境趋势预测

三、互联网技术对行业支撑作用

四、电商黄金发展期机遇分析

第三章 新闻行业发展现状分析

第一节 新闻行业发展现状分析

一、新闻行业产业政策分析

二、新闻行业发展现状分析

三、新闻行业主要企业分析

四、新闻行业市场规模分析

第二节 新闻行业市场前景预测

一、新闻行业发展机遇分析

二、新闻行业市场规模预测分析

三、新闻行业发展前景预测

第四章 新闻行业市场规模与电商未来空间预测分析

第一节 新闻电商市场规模与渗透率

一、新闻电商总体开展状况分析

二、新闻电商交易规模分析

三、新闻电商渠道渗透率分析

第二节 新闻电商行业盈利能力分析

一、新闻电子商务发展有利因素

二、新闻电子商务发展制约因素

三、新闻电商行业经营成本分析

四、新闻电商行业盈利模式分析

五、新闻电商行业盈利水平分析

第三节 电商行业未来前景及趋势预测分析

一、新闻电商行业市场空间测算

二、新闻电商市场规模预测分析

三、新闻电商发展趋势预测分析

第五章 新闻企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 新闻企业转型电商构建分析

一、新闻电子商务关键环节分析

(一) 产品采购与组织

(二) 电商网站建设

(三) 网站品牌建设及营销

(四) 服务及物流配送体系

(五) 网站增值服务

二、新闻企业电子商务网站构建

(一) 网站域名申请

(二) 网站运行模式

(三) 网站开发规划

(四) 网站需求规划

第二节 新闻企业转型电商发展途径

一、电商B2B发展模式

二、电商B2C发展模式

三、电商C2C发展模式

四、电商O2O发展模式

第三节 新闻企业转型电商平台选择分析

一、新闻企业电商建设模式

二、自建商城网店平台

(一) 自建商城概况分析

(二) 自建商城优势分析

三、借助第三方网购平台

(一) 电商平台的优劣势

(二) 电商平台盈利模式

四、电商服务外包模式分析

(一) 电商服务外包的优势

(二) 电商服务外包可行性

(三) 电商服务外包前景

五、新闻企业电商平台选择策略

第六章 新闻行业电子商务运营模式分析

第一节 新闻电子商务B2B模式分析

一、新闻电子商务B2B市场概况

二、新闻电子商务B2B盈利模式

三、新闻电子商务B2B运营模式

四、新闻电子商务B2B的供应链

第二节 新闻电子商务B2C模式分析

一、新闻电子商务B2C市场概况

二、新闻电子商务B2C市场规模

三、新闻电子商务B2C盈利模式

四、新闻电子商务B2C物流模式

五、新闻电商B2C物流模式选择

第三节 新闻电子商务C2C模式分析

一、新闻电子商务C2C市场概况

二、新闻电子商务C2C盈利模式

三、新闻电子商务C2C信用体系

四、新闻电子商务C2C物流特征

五、重点C2C电商企业发展分析

第四节 新闻电子商务O2O模式分析

一、新闻电子商务O2O市场概况

二、新闻电子商务O2O优势分析

三、新闻电子商务O2O营销模式

四、新闻电子商务O2O潜在风险

第七章 新闻主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节 今日头条

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第二节 凤凰网

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第三节 新浪新闻

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第四节 网易新闻

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第五节 腾讯新闻

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

第八章 新闻企业进入互联网领域投资策略分析

第一节 新闻企业电子商务市场投资要素

- 一、企业自身发展阶段的认知分析 (AK LZH)
- 二、企业开展电子商务目标的确定

三、企业电子商务发展的认知确定

四、企业转型电子商务的困境分析

第二节 新闻企业转型电商物流投资分析

一、新闻企业电商自建物流分析

(一) 电商自建物流的优势分析

(二) 电商自建物流的负面影响

二、新闻企业电商外包物流分析

(一) 快递业务量完成状况分析

(二) 快递业务的收入状况分析

(三) 快递业竞争格局分析

第三节 新闻企业电商市场策略分析

图表目录：

图表2017-2021年我国网民规模及互联网普及率

图表2017-2021年中国网民各类网络应用的使用率

图表2017-2021年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表2017-2021年我国网络零售市场交易规模

图表2022-2027年我国移动网民规模及增长速度

图表移动端网购增长仍处爆发阶段

图表移动端网购占比大幅提升

图表传统新闻消费存在的“痛点”

图表新闻电子商务重构供应链流程

图表中国电商相关政策汇总

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/media/766976.html>