

2022-2027年中国视听新媒体行业发展监测及投资 战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国视听新媒体行业发展监测及投资战略咨询报告》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/779940.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

传播方式发生根本性改变的新媒体，即IP新媒体，包括网络广播、网络电视、手机电视、IP TV、播客。传统媒体的数字化形态，强调传播空间的延伸，即广播式新媒体，包括移动多媒体广播、车载移动电视等。民营媒体，并不是严格意义上的新媒体，但它与媒体业务形成竞争，包括楼宇电视、巴士联播等。

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：

第一部分 产业环境透视

第一章 视听新媒体行业发展综述

第一节 视听新媒体行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要分类

三、行业特性

第二节 视听新媒体行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 最近3-5年中国视听新媒体行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 视听新媒体行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 视听新媒体行业政治法律环境（P）

一、行业主要政策法规

二、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

一、视听新媒体产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、视听新媒体技术分析

二、行业主要技术发展趋势

三、技术环境对行业的影响

第二部分 行业深度分析

第三章 我国视听新媒体行业运行现状分析

第一节 国内视听新媒体行业发展现状及趋势分析

一、国内视听新媒体的发展阶段

二、国内视听新媒体市场发展规模

三、国内视听新媒体发展特点

四、国内视听新媒体版权发展与管理

五、国内视听新媒体发展的基本经验

六、国内视听新媒体发展面临的问题

七、国内视听新媒体发展趋势分析

第二节 新媒体与传统媒体的融合发展分析

一、新媒体与传统媒体融合的必然性分析

1、新媒体的优越性和局限性

2、传统媒体的不可替代性

3、传统媒体与新媒体的融合与发展

二、美国传统媒体与新媒体融合方式借鉴

1、信息融合方式借鉴

2、内容开发方式借鉴

3、社交媒体方式借鉴

4、互动方式借鉴

5、流媒体方式借鉴

三、电视媒体与网络媒体融合发展现状分析

1、电视媒体与网络媒体主要特征

2、电视媒体与网络媒体融合发展情况

3、电视媒体与网络媒体融合存在问题分析

4、电视媒体融合网络媒体具体对策

四、传统媒体与新媒体融合发展趋势分析

- 1、新媒体发展趋势分析
- 2、传统媒体发展趋势分析
- 3、传统媒体与新兴媒体融合趋势分析

第三节 全媒体发展分析

一、全媒体战略提出的背景分析

二、全媒体概念解析

- 1、全媒体概念
- 2、全媒体与新媒体的区别
- 3、“全媒体”时代的表现

三、传统媒体选择全媒体战略的现实基础

四、传统媒体实施全媒体战略成功关键点分析

五、全媒体战略风险分析

- 1、内容同质化风险分析
- 2、竞争力风险分析
- 3、磨合风险分析
- 4、媒体记者风险分析

六、全媒体发展现状分析

- 1、全媒体发展模式分析
- 2、全媒体实践遇到的问题分析

七、全媒体的发展和内容管理面临的挑战分析

- 1、全媒体平台建设方面的主要问题
- 2、全媒体品牌建设方面的主要问题
- 3、全媒体内容管理方面的主要问题
- 4、全媒体发展和管理的对策建议

八、全媒体发展趋势分析

第三部分 市场全景调研

第四章 我国视听新媒体细分市场分析及预测

第一节 手机电视发展现状及趋势分析

一、手机电视基本概述

- 1、手机电视定义
- 2、手机电视特点

二、全球手机电视市场规模及用户区域分布

- 1、全球手机电视市场规模分析
- 2、全球手机电视用户区域分布分析

三、智能手机终端市场分析

- 1、智能手机生产分析
- 2、智能手机终端需求分析
- 3、智能手机渗透率分析
- 4、智能手机服务网络

四、中国手机电视用户规模及消费行为

- 1、中国手机电视用户规模分析
- 2、中国手机电视市场规模分析
- 3、中国手机电视用户消费行为分析

五、手机电视发展面临的问题及趋势

- 1、手机电视发展面临的问题
- 2、手机电视发展趋势

第二节 网络广播影视发展现状及趋势分析

一、网络广播影视的定义和特征

- 1、网络广播电视的定义
- 2、网络广播电视的特征
- 3、网络广播影视产业链构成

二、网络广播影视市场经营情况分析

- 1、网络广播影视产业规模分析
- 2、网络广播影视用户规模
- 3、网络广播影视竞争格局
- 4、网络广播影视运营总况

三、网络广播影视用户消费行为分析

四、网络广播电视影视的盈利模式分析

- 1、广告盈利模式分析
- 2、用户付费盈利模式分析
- 3、版权分销盈利模式分析
- 4、视频服务盈利模式分析
- 5、联合运营盈利模式分析

五、网络广播影视产业发展趋势分析

第三节 IP电视发展现状及趋势分析

一、IP电视基本概述

- 1、IP电视的定义
- 2、IP电视的主要功能

二、IP电视发展历程回顾

三、IP电视市场规模分析

四、IP电视用户规模分析

五、IP电视的产业链构成及特点分析

1、IP电视的产业链构成分析

2、IP电视内容及业务分析

3、IP电视受众分析

六、IP电视的技术架构及播出安全监管

七、IP电视发展趋势分析

1、IP电视用户规模增长趋势

2、IP电视的业务形态变化趋势

第四节 互联网电视发展现状及趋势分析

一、互联网电视基本概述

1、互联网电视的定义

2、互联网电视的主要特点

3、互联网电视服务发展历程

二、互联网电视市场规模分析

三、互联网电视服务运营平台

四、互联网电视产业链的创新架构及特点

1、互联网电视产业链的基本结构

2、互联网电视集成播控平台的创新架构

3、互联网电视内容服务平台的创新架构

4、互联网电视经营模式的创新

五、互联网电视发展趋势分析

1、社交电视发展趋势

2、控制设备发展趋势

3、移动电视发展趋势

第五节 移动多媒体广播电视发展现状及趋势分析

一、移动多媒体广播电视的定义和国际标准

1、移动多媒体广播电视的定义

2、国际上移动多媒体广播电视的主要标准

二、CMMB技术发展历程及主要特点

三、移动多媒体广播电视业务运营现状分析

1、移动多媒体广播电视用户规模

2、移动多媒体广播电视运营现状

四、移动多媒体广播电视发展趋势分析

第六节 公共视听载体发展现状及趋势分析

一、公共视听载体基本概述

- 1、公共视听载体的定义
- 2、公共视听载体的表现形态
- 3、公共视听载体的实现方式
- 4、公共视听载体监管政策分析

二、公共视听载体市场规模分析

- 1、公共视听载体终端数量规模
- 2、公共视听载体广告市场规模

三、公共视听载体市场竞争格局分析

四、各类公共视听载体市场现状分析

- 1、车载移动电视市场现状分析
- 2、室内固定场所电视市场现状分析
- 3、户外大屏幕市场现状分析

五、公共视听载体的收入来源与资本运作分析

- 1、公共视听载体收入来源
- 2、公共视听载体资本运作典型案例

六、公共视听载体受众行为分析

- 1、公共视听载体受众收看程度分析
- 2、公共视听载体受众观看原因分析
- 3、受众对节目时长的需求分析
- 4、受众对不同类型节目内容的需求分析

七、公共视听载体发展趋势分析

- 1、公共视听载体规模变化趋势
- 2、公共视听载体未来重点发展方向
- 3、公共视听载体收入来源变化趋势
- 4、高清化、交互化、网络化发展趋势
- 5、市场整合加剧趋势分析

第四部分 竞争格局分析

第五章 2022-2027年视听新媒体行业竞争形势

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、视听新媒体行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、视听新媒体行业企业间竞争格局分析

1、不同地域企业竞争格局

2、不同规模企业竞争格局

3、不同所有制企业竞争格局

三、视听新媒体行业集中度分析

1、市场集中度分析

2、企业集中度分析

3、区域集中度分析

4、各子行业集中度

5、集中度变化趋势

四、视听新媒体行业SWOT分析

1、视听新媒体行业优势分析

2、视听新媒体行业劣势分析

3、视听新媒体行业机会分析

4、视听新媒体行业威胁分析

第二节 中国视听新媒体行业竞争格局综述

一、视听新媒体行业竞争概况

1、中国视听新媒体行业品牌竞争格局

2、视听新媒体业未来竞争格局和特点

3、视听新媒体市场进入及竞争对手分析

二、中国视听新媒体行业竞争力分析

1、我国视听新媒体行业竞争力剖析

2、我国视听新媒体企业市场竞争的优势

3、民企与外企比较分析

4、国内视听新媒体企业竞争能力提升途径

三、视听新媒体行业主要企业竞争力分析

1、重点企业资产总计对比分析

2、重点企业从业人员对比分析

3、重点企业营业收入对比分析

4、重点企业利润总额对比分析

5、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 视听新媒体行业竞争格局分析

- 一、国内外视听新媒体竞争分析
- 二、我国视听新媒体市场竞争分析
- 三、我国视听新媒体市场集中度分析
- 四、国内主要视听新媒体企业动向
- 五、国内视听新媒体企业拟在建项目分析
- 第四节 视听新媒体行业并购重组分析
 - 一、行业并购重组现状及其重要影响
 - 二、跨国公司在华投资兼并与重组分析
 - 三、本土企业投资兼并与重组分析
 - 四、企业升级途径及并购重组风险分析
 - 五、行业投资兼并与重组趋势分析
- 第六章 2022-2027年视听新媒体行业领先企业经营形势分析
 - 第一节 中国视听新媒体企业总体发展状况分析
 - 一、视听新媒体企业主要类型
 - 二、视听新媒体企业资本运作分析
 - 三、视听新媒体企业创新及品牌建设
 - 四、视听新媒体企业国际竞争力分析
 - 第二节 中国领先视听新媒体企业经营形势分析
 - 一、上海东方娱乐传媒集团有限公司
 - 1、企业发展概况分析
 - 2、企业技术水平分析
 - 3、企业经营模式分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业竞争优势分析
 - 6、企业最新发展动向
 - 二、北京北广传媒集团有限公司
 - 1、企业发展概况分析
 - 2、企业技术水平分析
 - 3、企业经营模式分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业竞争优势分析
 - 6、企业最新发展动向
 - 三、凤凰飞扬（北京）新媒体信息技术有限公司
 - 1、企业发展概况分析
 - 2、企业技术水平分析

3、企业经营模式分析

4、企业运营能力分析

5、企业竞争优势分析

6、企业最新发展动向

四、广州传媒控股有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业技术水平分析

3、企业经营模式分析

4、企业运营能力分析

5、企业竞争优势分析

6、企业最新发展动向

第五部分 发展前景展望

第七章 2022-2027年视听新媒体行业前景及投资价值

第一节 视听新媒体行业五年规划现状及未来预测

一、“十四五”期间视听新媒体行业运行情况

二、“十四五”期间视听新媒体行业发展成果

三、视听新媒体行业“十四五”发展方向预测

第二节 2022-2027年视听新媒体市场发展前景

一、2022-2027年视听新媒体市场发展潜力

二、2022-2027年视听新媒体市场发展前景展望

三、2022-2027年视听新媒体细分行业发展前景分析

第三节 2022-2027年视听新媒体市场发展趋势预测

一、2022-2027年视听新媒体行业发展趋势

二、2022-2027年视听新媒体市场规模预测

三、2022-2027年视听新媒体行业应用趋势预测

四、2022-2027年细分市场发展趋势预测

第四节 2022-2027年中国视听新媒体行业供需预测

一、2022-2027年中国视听新媒体行业供给预测

二、2022-2027年中国视听新媒体行业产量预测

三、2022-2027年中国视听新媒体市场销量预测

四、2022-2027年中国视听新媒体行业需求预测

五、2022-2027年中国视听新媒体行业供需平衡预测

第五节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第六节 视听新媒体行业投资特性分析

一、视听新媒体行业进入壁垒分析

二、视听新媒体行业盈利因素分析

三、视听新媒体行业盈利模式分析

第七节 2022-2027年视听新媒体行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第八节 2022-2027年视听新媒体行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

1、行业活力系数比较及分析

2、行业投资收益率比较及分析

3、行业投资效益评估

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

四、新进入者应注意的障碍因素

第八章 2022-2027年视听新媒体行业投资机会与风险防范

第一节 视听新媒体行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、视听新媒体行业投资现状分析

第二节 2022-2027年视听新媒体行业投资机会

第三节 2022-2027年视听新媒体行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国视听新媒体行业投资建议

一、视听新媒体行业未来发展方向

二、视听新媒体行业主要投资建议

三、中国视听新媒体企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第九章 视听新媒体行业发展战略研究

第一节 视听新媒体行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国视听新媒体品牌的战略思考

一、视听新媒体品牌的重要性

二、视听新媒体实施品牌战略的意义

三、视听新媒体企业品牌的现状分析

四、我国视听新媒体企业的品牌战略

五、视听新媒体品牌战略管理的策略

第三节 视听新媒体经营策略分析

一、视听新媒体市场细分策略

二、视听新媒体市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、视听新媒体新产品差异化战略

第四节 视听新媒体行业投资战略研究

一、2022-2027年视听新媒体行业投资战略

二、2022-2027年细分行业投资战略

第十章 研究结论及发展建议（HJ HT）

第一节 视听新媒体行业研究结论及建议

第二节 视听新媒体关联行业研究结论及建议

第三节 视听新媒体行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表视听新媒体行业生命周期

图表视听新媒体行业产业链结构

图表2017-2021年全球视听新媒体行业市场规模

图表2017-2021年中国视听新媒体行业市场规模

图表2017-2021年视听新媒体行业重要数据指标比较

图表2017-2021年中国视听新媒体市场占全球份额比较

图表2017-2021年全球互联网用户区域分布

图表2017-2021年全球互联网终端应用情况

图表2017-2021年全球手机用户数量及增长率

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/media/779940.html>