

2024-2030年中国广播影视新媒体行业发展潜力预测及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2024-2030年中国广播影视新媒体行业发展潜力预测及投资战略研究报告》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/961600.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

《2024-2030年中国广播影视新媒体行业发展潜力预测及投资战略研究报告》由华经产业研究院研究团队精心研究编制，对广播影视新媒体行业发展环境、市场运行现状进行了具体分析，还重点分析了行业竞争格局、重点企业的经营现状，结合广播影视新媒体行业的发展轨迹和实践经验，对未来几年行业的发展趋向进行了专业的预判；为企业、科研、投资机构等单位投资决策、战略规划、产业研究提供重要参考。

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分析数据，企业数据主要来自于国家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 广播影视新媒体业相关概述

第一节 新媒体的概念与内容分类

第二节 新媒体的特征及经济学特性

- 一、新媒体的传播特征及要求
- 二、新媒体的优势与特点
- 三、新媒体的经济学特性

第二章 2019-2023年中国广播影视新媒体领域运行环境解析

第一节 2019-2023年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节 2019-2023年中国广播影视新媒体领域市场政策环境分析

第三节 2019-2023年中国广播影视新媒体领域市场技术环境分析

第四节 2019-2023年中国广播影视新媒体领域市场社会环境分析

第三章 2019-2023年中国新媒体产业运行新形势透析

第一节 2019-2023年新媒体行业运行综述

- 一、全球主要国家新媒体发展综述
- 二、中国新媒体产业发展环境分析
- 三、中国新媒体产业链日渐成熟
- 四、国内新媒体业务布局决胜要点
- 五、中国新媒体运营与赢利模式浅析
- 第二节 2019-2023年中国新媒体产业受众及需求分析
 - 一、中国新媒体业目标群体分析
 - 二、用户的需求与使用特点发生改变
 - 三、针对需求变化提供新媒体产品
 - 四、需求演变带来媒体角色的新变化
- 第三节 2019-2023年中国传统媒体与新媒体的竞争分析
 - 一、新媒体环境下的传媒创新特征
 - 二、新媒体对传统媒体的冲击分析
 - 三、新媒体受众接触率已经超越传统媒体
 - 四、新媒体与传统媒体竞争分析
- 第四节 2019-2023年中国新媒体营销解析
 - 一、新媒体营销初露峥嵘
 - 二、营销行业迎接新媒体时代来临
 - 三、整合营销下的我国新媒体价值实现
 - 四、新媒体变化促进精准营销发展
- 第五节 2019-2023年中国新媒体行业的问题及对策分析

第四章 2019-2023年中国广播影视新媒体领域研究-有线数字电视

- 第一节 2019-2023年中国有线数字电视产业链研究
 - 一、中国有线数字电视产业链构成
 - 二、中国有线数字电视产业链现状
 - 三、中国有线数字电视产业影响因素
- 第二节 2019-2023年中国有线数字电视市场规模研究
 - 一、中国有线数字电视产业整体规模
 - 二、中国有线数字电视产业终端规模
 - 三、中国有线数字电视产业用户规模
- 第三节 2019-2023年中国有线数字电视运营市场研究
 - 一、中国有线数字电视整体转换研究
 - 二、中国有线数字电视网络整合研究
 - 三、中国有线数字电视网络改造研究

四、中国有线数字电视增值业务研究

第四节 2019-2023年中国有线数字电视发展趋势研究

- 一、中国有线数字电视运营市场发展趋势
- 二、中国有线数字电视设备市场发展趋势
- 三、中国有线数字电视用户市场发展趋势

第五章 2019-2023年中国广播影视新媒体领域研究-地面数字电视

第一节 2019-2023年中国地面数字电视产业链发展研究

- 一、中国地面数字电视产业链构成
- 二、中国地面数字电视产业链现状
- 三、中国地面数字电视产业链关系

第二节 2019-2023年中国地面数字电视产业规模研究

- 一、地面数字电视整体市场规模
- 二、地面数字电视设备市场规模
- 三、地面数字电视广告市场规模

第三节 2019-2023年中国移动电视市场发展研究

- 一、中国移动电视整体市场发展现状
- 二、中国移动电视细分市场构成
- 三、中国移动电视细分市场发展趋势

第四节 2019-2023年中国CMMB市场发展研究

- 一、中国CMMB市场发展现状
- 二、中国CMMB市场规模构成
- 三、中国CMMB市场发展趋势

第五节 2019-2023年中国城市电视市场发展研究

- 一、中国城市电视市场发展现状
- 二、中国城市电视市场规模构成
- 三、中国城市电视市场发展趋势

第六节 2019-2023年中国农村无线覆盖市场发展研究

- 一、中国农村无线覆盖市场发展现状
- 二、中国农村无线覆盖市场规模构成
- 三、中国农村无线覆盖市场发展趋势

第七节 2024-2030年中国地面数字电视发展趋势研究

- 一、中国地面数字电视产业链发展趋势
- 二、中国地面数字电视整体市场发展趋势
- 三、中国地面数字电视设备市场发展趋势

四、中国地面数字电视广告市场发展趋势

第八节 2024-2030年中国地面数字电视发展规模预测

- 一、中国地面数字电视发展影响力估算
- 二、中国地面数字电视机顶盒市场规模预测
- 三、中国地面数字电视一体机市场规模预测

第六章 2019-2023年中国广播影视新媒体领域研究-高清数字电视

第一节 2019-2023年全球高清数字电视发展状况研究

- 一、全球高清数字电视发展状况
- 二、全球高清数字电视订户比例研究
- 三、全球高清数字电视订户增长预测
- 四、全球高清数字电视机用户发展研究

第二节 未来中国高清数字电视发展趋势研究

- 一、中国高清数字电视营销策略
- 二、中国高清数字电视存在的问题
- 三、中国高清数字电视市场发展趋势

第七章 2019-2023年中国广播影视新媒体领域研究-卫星数字电视

第一节 2019-2023年中国直播卫星产业宏观发展环境

- 一、中国直播卫星产业宏观政策
- 二、中国直播卫星产业发展规划
- 三、中国直播卫星产业技术标准

第二节 2019-2023年中国直播卫星产业发展现状研究

- 一、中国直播卫星发展意义
- 二、中国直播卫星发展现状
- 三、中国直播卫星存在的问题

第三节 未来中国直播卫星产业发展趋势研究

- 一、中国直播卫星政策发展趋势
- 二、中国直播卫星用户发展趋势
- 三、中国直播卫星运营发展建议

第八章 2019-2023年中国广播影视新媒体领域研究-网络电视（IPTV）

第一节 2019-2023年中国IPTV产业链发展研究

- 一、中国IPTV产业链发展现状
- 二、中国IPTV产业链存在问题

三、中国IPTV产业链发展策略

第二节 2019-2023年中国IPTV市场规模研究

一、中国IPTV整体市场规模

二、中国IPTV用户市场规模

三、中国IPTV机顶盒市场规模

第三节 2019-2023年中国IPTV运营模式研究

一、以主导权划分的运营模式

二、以接收终端划分的运营模式

三、以运营特征划分的运营模式

第九章 2019-2023年中国手机媒体及其业务运行分析

第一节 2019-2023年中国手机媒体市场发展分析

一、手机媒体的形态与内容分析

二、手机媒体的用户与需求分析

三、手机媒体赢利模式探讨

第二节 2019-2023年中国手机电视发展分析

一、手机电视覆盖率分析

二、我国手机电视运营模式研究

三、亚洲手机电视渗透率全球领先

第三节 2019-2023年中国手机游戏运行分析

一、手机游戏产业链及收费模式

二、全球手机游戏营收情况

三、手机游戏整体盈利状况

四、新兴市场拉动手机游戏收入增长

第四节 2019-2023年中国手机短信发展分析

一、全球短信业务浅析

二、短信业务在企业售后服务中的应用

三、手机短信的新闻管理和产业发展探讨

四、全球手机短信业务发展情况

五、我国短信业务量增长情况

第五节 2019-2023年中国手机广告发展分析

一、手机广告的几种模式

二、手机广告业务将加速发展

三、手机广告市场规模分析

四、手机媒体广告的发展瓶颈及对策

第六节 2019-2023年中国手机媒体市场问题对策分析

- 一、手机媒体的缺陷与消费困境分析
- 二、中国手机媒体发展的五大制约因素
- 三、中国手机媒体的良性发展途径探析

第十章 2019-2023年其它网络媒体及其业务运行分析

第一节 网络视频

- 一、网络视频发展概况
- 二、网络视频广告的春天充满挑战
- 三、网络视频市场规模

第二节 网络博客

- 一、中国博客规模发展情况
- 二、中国博客作者人数
- 三、中国博客市场分析

第三节 网络游戏

- 一、我国网络游戏产业逆市飘红
- 二、中国网络游戏市场规模情况
- 三、2019-2023年我国网络游戏用户规模情况
- 四、2019-2023年我国网页游戏发展前景分析

第四节 网络广告

- 一、网络广告市场现状及发展趋势
- 二、中国网络广告联盟市场规模
- 三、2019-2023年中国网络广告市场分析
- 四、2024-2030年网络广告规模分析预测

第十一章 中国广播影视新媒体主体企业运行分析

第一节 中视传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

第二节 成都博瑞传播股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第三节 湖南电广传媒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第四节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第五节 陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第十二章 2024-2030年中国广播影视新媒体前景预测与投资战略分析

第一节 2024-2030年中国新媒体行业前景展望

一、中国新媒体未来发展前景广阔

二、新媒体发展方向探讨

三、我国新媒体产业发展趋势

四、2024-2030年新媒体市场规模预测

第二节 2024-2030年中国新媒体行业投资战略分析

图表目录：

图表：2023年居民消费价格主要数据

图表：2019-2023年全国居民人均可支配收入

图表：2019-2023年中国有线数字电视用户数量增长情况

图表：2019-2023年我国有线双向网改渗透利用率示意图

图表：中国地面广播整体设备市场规模发展趋势

图表：2019-2023年IPTV用户规模与有线高清交互数字电视用户（单位：万户）

图表：互联网电视存量及存量用户渗透率预测（万）

图表：活跃用户观看市场与流量的转移

图表：2019-2023年中国手游用户规模及增速

图表：2019-2023年中国手游市场规模及增速

图表：2024-2030年中国网络游戏市场销售收入及预测（单位：亿元）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/media/961600.html>