

2024-2030年中国互联网+传媒行业市场深度研究 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《2024-2030年中国互联网+传媒行业市场深度研究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/944735.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年中国互联网+传媒行业市场深度研究及投资战略规划报告》由华经产业研究院研究团队精心研究编制，对互联网+传媒行业发展环境、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，结合互联网+传媒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调研数据，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：

第一部分 产业环境透视

第一章 互联网+传媒行业发展综述

第一节 互联网+传媒概述

- 一、互联网+传媒的定义
- 二、互联网+传媒的分类
- 三、互联网+传媒的特点

第二节 移动互联网时代的传播特点

- 一、Social（社交的）
- 二、Local（本地的）
- 三、Mobile（移动的）

第二章 互联网+传媒行业市场环境及影响分析

第一节 互联网+传媒行业政治法律环境

- 一、行业主要法律法规
- 二、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析

- 一、国际宏观经济形势分析
- 二、经济影响因素分析
- 三、国内宏观经济形势分析
- 四、2024-2030年国内宏观经济发展形势预测
- 五、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

一、互联网+传媒产业社会环境

1、居民收入分析

2、居民文化娱乐支出分析

3、居民文化消费理念分析

4、移动互联网网民规模分析

二、社会环境对行业的影响

三、互联网+传媒产业发展对社会发展的影响

第四节 互联网+传媒产业规制体系变革与中国面向的问题反思

一、分类改革的难度

二、互联网+传媒产业规制内涵演进

三、有效规制

四、问题梳理与中外经验异同

第三章 国际互联网+传媒行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球互联网+传媒市场总体情况分析

一、全球互联网+传媒行业的发展特点

二、2019-2023年全球互联网+传媒市场结构

三、2019-2023年全球互联网+传媒行业发展分析

四、2019-2023年全球互联网+传媒行业竞争格局

五、2019-2023年全球互联网+传媒市场区域分布

六、2019-2023年国际重点互联网+传媒企业运营分析

第二节 全球互联网+传媒产业发展现状分析

第三节 欧美互联网+传媒产业规则及模式分析

第四节 美国互联网+传媒业

第五节 英国互联网+传媒业

第六节 日本互联网+传媒业

第七节 法国互联网+传媒业

第八节 其他国家互联网+传媒产业分析

第二部分 市场深度分析

第四章 中国互联网+传媒所属行业运行现状分析

第一节 中国互联网+传媒所属行业发展状况分析

第二节 互联网+传媒行业发展现状

一、中国互联网+传媒产业发展现状

二、中国互联网+传媒所属行业总体规模分析

- 1、企业数量结构分析
- 2、人员规模状况分析
- 3、行业资产规模分析
- 4、行业市场规模分析
- 5、行业总产值分析

三、中国互联网+传媒企业发展分析

第三节 互联网+传媒市场情况分析

- 一、中国互联网+传媒业市场形成
- 二、中国互联网+传媒业市场化发展进展
- 三、中国城市互联网+传媒业市场的发展模式探析
- 四、影响互联网+传媒业市场的关键因素分析
- 五、中国互联网+传媒产业发展的主要成就分析

第四节 中国互联网+传媒产业集团化的发展分析

- 一、互联网+传媒集团的模式
- 二、互联网+传媒业集团化运作的层次探析
- 三、互联网+传媒集团的资源整合及优势

第五节 “互联网+”背景下看电视传媒的思维转型

- 一、电视传媒思维转型的背景
- 二、电视传媒转型的优势
- 三、电视传媒思维转型方案

第六节 “互联网+”影视制作运营模式研究

- 一、传统传媒影视制作模式的弊端
- 二、基于“互联网+”的影视制作模式优势分析
- 三、基于“互联网+”影视制作体系的构建

第五章 “互联网+”背景下中国民营电影产业链优化研究

第一节 “互联网+”背景下中国民营电影产业链分析

- 一、民营电影产业链的构成
 - 1、产业链的构成
 - 2、互联网+时代下电影产业链的重塑
- 二、互联网+制作
 - 1、基于大数据的电影制作
 - 2、基于互联网的IP内容开发
 - 3、基于产品思维的电影制作

三、互联网+营销发行

- 1、营销方式多元化
- 2、营销对象精准化
- 3、发行电商化

四、互联网+放映

- 1、提高排片科学性和影院资源利用率
- 2、打造电影放映新模式

五、互联网+衍生品

- 1、衍生品多样化发展
- 2、衍生品成为主要盈利模式

第二节 “互联网+”背景下中国民营电影产业链弊端

一、投融资环节不完善

- 1、众筹难保收回成本
- 2、投资风险评估能力不足

二、制作环节缺失产品思维

- 1、用户参与度不高
- 2、互联网的人才缺失
- 3、原创IP的合理保护利用问题

三、营销发行欠缺火候

- 1、互联网营销潜力未发挥
- 2、海外发行能力不足
- 3、营销环节票房造假尚待解决

四、后电影市场潜力未挖掘

- 1、上下游分配不均
- 2、盗版问题严重
- 3、衍生品开发保护体系未形成

第三节 “互联网+”背景下中国民营电影产业链的优化

一、投融资环节

- 1、投资方式多元化
- 2、建立投融资风险评估体系

二、制作环节

- 1、挖掘互联网下用户深度参与机制
- 2、培养互联网下的综合型人才
- 3、加大电影版权保护力度

三、营销发行

- 1、完善营销生态圈
- 2、加强海外发行能力，树立品牌形象
- 3、寻找资本边界，采用法律手段制裁

四、后电影环节

- 1、积极向产业链下游拓展
- 2、打击盗版，形成付费模式
- 3、积极探索衍生品开发

第六章 “互联网+”推动下传媒产业创新的机遇、策略和趋势研究

第一节 “互联网+”的创新意义

- 一、“互联网+”的技术创新
- 二、“互联网+”的市场创新
- 三、“互联网+”的管理创新

第二节 “互联网+”给传媒产业带来的创新机遇

- 一、传媒市场空间的扩大
- 二、传媒生产和传播能力的提升
- 三、传媒产业的跨界融合

第三节 “互联网+”传媒产业的创新策略

- 一、传媒产品的生产创新
- 二、传媒产品的营销创新
- 三、传媒产品的服务创新

第四节 “互联网+”传媒产业的创新趋势

- 一、新技术、新应用的常态化
- 二、商业模式的多元化和IP化
- 三、政策管理的规范化

第五节 “互联网+”背景下传媒产业创新探究

- 一、“互联网+”背景下个性化传播创新
- 二、“互联网+”背景下以人为本的传播规则创新
- 三、“互联网+”背景下跨界整合的产业形态创新

第三部分 市场全景分析

第七章 数字媒体产业发展现状及趋势分析

第一节 数字报纸发展分析

- 一、数字报纸概念
- 二、数字报纸价值分析

三、数字报纸市场优劣势分析

四、数字报纸市场发展规模

五、数字报纸市场发展趋势

六、数字报纸市场发展前景

第二节 数字图书发展分析

一、数字图书概念简介

二、数字图书技术分析

三、数字图书应用模式

四、数字图书市场规模

五、数字图书市场结构

六、数字图书前景预测

第三节 数字期刊发展现状分析

一、传统期刊网络出版内容规模

二、多媒体数字期刊出版分析

三、数字期刊市场规模分析

四、数字期刊出版商发展成效

五、纸质期刊的数字化转型分析

第四节 数字广播/音像发展分析

一、数字广播/音像发展现状分析

二、数字广播/音像发展趋势分析

第五节 数字电视发展分析

一、数字电视用户规模

二、数字电视市场结构

三、数字电视发展趋势分析

第六节 数字电影发展分析

一、3D电影发展规模

二、3D电影盈利能力

三、3D电影发展契机

四、3D电影发展前景

第八章 网络媒体产业发展现状及趋势分析

第一节 互联网行业发展概况及规模分析

一、互联网行业发展概况

二、互联网网民规模分析

三、互联网普及率分析

第二节 网络经济发展分析

- 一、中国网络经济营收规模分析
- 二、PC网络经济营收规模及共效率分析
- 三、中国移动网络经济规模分析

第三节 网络经济细分市场发展分析

- 一、电子商务市场发展分析
- 二、网络广告市场发展分析
- 三、网络游戏市场发展分析

第四节 网络媒体产业发展分析

- 一、网络媒体的特点
- 二、网络媒体的发展阶段
- 三、自媒体的兴起及发展
- 四、网络媒体的发展态势分析

第五节 网络媒体产业发展趋势分析

- 一、网络媒体产业主要变化分析
- 二、云计算将成为重要技术因素
- 三、在线开放式应用程序平台将成为重要商业模式

第九章 移动媒体产业发展现状及趋势分析

第一节 中国移动互联网行业发展分析

- 一、中国移动互联网月活跃用户规模
- 二、中国移动互联网市场规模分析
- 三、中国移动互联网市场结构分析

第二节 移动媒体基础资源发展情况

- 一、移动媒体用户规模
- 二、移动媒体终端
- 三、移动网络建设

第三节 移动媒体产业发展概况

- 一、移动媒体的特点与优势
- 二、移动媒体市场规模分析
- 三、移动媒体对传统媒体的影响

第四节 移动媒体产品与服务发展情况

- 一、内容产品与服务产品的关联
- 二、移动媒体用户场景化

第五节 移动媒体发展趋势分析

- 一、移动视频媒体潜力巨大
- 二、户外新媒体资本时代结束

第四部分 竞争格局分析

第十章 互联网+传媒行业竞争形势分析

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、互联网+传媒行业竞争结构分析

- 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、互联网+传媒行业SWOT分析

- 1、互联网+传媒行业优势分析
- 2、互联网+传媒行业劣势分析
- 3、互联网+传媒行业机会分析
- 4、互联网+传媒行业威胁分析

第二节 互联网+传媒行业竞争格局分析

- 一、企业竞争格局分析
- 二、市场竞争格局分析
- 三、产品竞争格局分析

第三节 互联网+传媒行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第十一章 互联网+传媒行业领先企业经营形势

第一节 中国互联网+传媒企业总体发展状况分析

- 一、互联网+传媒企业主要类型
- 二、互联网+传媒企业资本运作分析
- 三、互联网+传媒企业创新及品牌建设

第二节 中国领先互联网+传媒企业经营形势分析

- 一、华闻传媒投资集团股份有限公司
- 1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营优劣势分析

二、北京歌华有线电视网络股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营优劣势分析

三、湖南电广传媒股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营优劣势分析

四、北方联合出版传媒（集团）股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营优劣势分析

五、中国文化传媒集团有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业经营优劣势分析

第五部分 发展前景展望

第十二章 2024-2030年互联网+传媒行业前景及趋势预测

第一节 2024-2030年互联网+传媒市场发展前景

一、2024-2030年互联网+传媒市场发展潜力

二、2024-2030年互联网+传媒市场发展前景展望

三、2024-2030年互联网+传媒细分行业发展前景分析

1、数字媒体发展前景分析

2、网络媒体发展前景分析

3、移动媒体发展前景分析

第二节 2024-2030年互联网+传媒市场发展趋势预测

一、2024-2030年互联网+传媒行业发展趋势

1、移动化、数据化、智能化

2、从CTC到CFC

3、互联网广告居于主导地位

4、双融加快

5、行业集中度进一步提升

6、新巨头浮出水面

二、2024-2030年互联网+传媒市场规模预测

三、2024-2030年细分市场发展趋势预测

第三节 2024-2030年中国互联网+传媒行业供需预测

一、2024-2030年中国互联网+传媒企业数量预测

二、2024-2030年中国互联网+传媒用户规模预测

三、2024-2030年中国互联网+传媒主营收入预测

第十三章 2024-2030年互联网+传媒行业投资机会与风险

第一节 互联网+传媒行业投融资情况

一、互联网+传媒产业投融资环境变化

二、互联网+传媒新股投融资概况

三、互联网+传媒上市企业概况

四、互联网+传媒企业上市潮解读

第二节 2024-2030年互联网+传媒行业投资机会

一、影视产业仍存投资机会

二、新媒体面临发展机遇

三、整合与数字化利好出版业

第三节 中国互联网+传媒行业投资建议

一、加大互联网广告投入

二、继续发展IP影视

三、重点关注网游和电竞

四、加大数字出版投入

第六部分 发展战略研究

第十四章 “互联网”+时代下传媒的人才培养策略与跨界整合模式

第一节 “互联网+”背景下创新创业型影视传媒人才培养的重要性

一、“互联网+”对影视人才能力的新要求

二、“互联网+”背景下创新创业型影视传媒人才培养策略

1、营造良好的氛围，优化校园教育的机制

2、对互联网相关知识进行学习，培养创新思维

3、构建创新创业相关的课程，完善资源配置

第二节 “互联网+”时代媒体的跨界整合模式

一、智能模式：从数字整合到数据整合

1、内容创新环节：智能编写模式

- 2、内容传播环节：智能推送模式
- 3、反馈环节：智能监测模式
- 二、模式：从信息整合到知识整合
- 三、智识模式：从知识整合到社交整合
- 1、形象整合：从知识到见识
- 2、场景融合：从媒介融合到场景融合

第十五章 研究结论及发展建议

第一节 互联网+传媒行业研究结论及建议

第二节 互联网+传媒子行业研究结论及建议

第三节 互联网+传媒行业发展建议

- 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：互联网+传媒行业生命周期

图表：2019-2023年中国互联网+传媒企业数量分析

图表：2019-2023年中国互联网+传媒人员规模状况分析

图表：2019-2023年中国互联网+传媒所属行业资产规模分析

图表：2019-2023年中国互联网+传媒所属行业市场规模分析

图表：2019-2023年中国互联网+传媒所属行业总产值分析

图表：2019-2023年中国互联网+传媒用户区域分布

图表：2019-2023年中国互联网+传媒用户上网流量分布

图表：2019-2023年数字报纸市场发展规模

图表：2019-2023年数字图书市场规模

图表：2019-2023年数字期刊市场规模分析

图表：2019-2023年数字电视用户规模

图表：2019-2023年3D电影发展规模

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/media/944735.html>