

2024-2030年中国媒体融合行业发展监测及发展趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2024-2030年中国媒体融合行业发展监测及发展趋势预测报告》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/channel/media/951171.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年中国媒体融合行业发展监测及发展趋势预测报告》由华经产业研究院研究团队团队精心研究编制，对媒体融合行业发展环境、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，结合媒体融合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1章：中国媒体融合行业概念界定及发展环境剖析

1.1 媒体融合概念界定

1.1.1 媒体融合相关概念界定

- (1) 传媒产业概念
- (2) 传统媒体概念
- (3) 新媒体概念
- (4) 媒体融合概念

1.1.2 媒体融合分类

- (1) 传统媒体分类
- (2) 新媒体分类
- (3) 媒体融合分类

1.1.3 媒体融合发展的可行性分析

- (1) 顶层设计为媒体融合带来机遇
- (2) 媒体融合战略引导
- (3) 三网融合为媒体融合指引方向

1.1.4 媒体融合发展的必要性分析

- (1) 媒体融合能够实现内容营销理念的转型
- (2) 媒体融合能拓宽市场信息的获取途径
- (3) 形成新的品牌发展机遇

1.1.5 本报告数据来源及统计口径说明

1.2 媒体融合行业发展环境分析

1.2.1 政策环境分析

- (1) 监管体系及机关机构介绍
- (2) 行业相关执行标准
- (3) 媒体融合历年政策汇总
- (4) 媒体融合重要发展规划及解读
- (5) 政策环境对行业发展的影响分析

1.2.2 经济环境分析

- (1) 宏观经济环境分析
- (2) 宏观经济环境预测
- (3) 经济环境对行业发展的影响分析

1.2.3 社会环境分析

- (1) 人均收入大幅增长
- (2) 居民文教娱乐消费水平不断提高
- (3) 移动互联网快速发展
- (4) 智能手机用户迅速普及
- (5) 受众用户习惯逐渐养成
- (6) 社会环境对行业发展的影响分析

1.2.4 技术环境分析

- (1) 媒体融合技术发展现状
- (2) 融媒体云平台建设现状
- (3) 媒体融合技术发展趋势
- (4) 技术环境对行业发展的影响分析

1.2.5 媒体融合行业发展机遇与威胁分析

第2章：技术创新对媒体融合行业的影响分析

2.1 人工智能技术对媒体融合的影响分析

2.1.1 人工智能在传媒领域的应用现状

- (1) 人工智能在传媒产业的应用领域
- (2) 人工智能在传媒产业的应用现状

2.1.2 机器人新闻写作发展状况

- (1) 机器人新闻写作发展概况
- (2) 机器人新闻写作的运行机制
- (3) 机器人新闻写作的优劣势

2.1.3 人工智能在传媒领域的应用案例

- (1) 人工智能在影视行业的应用

- (2) 人工智能在写作领域的应用
- (3) 人工智能在内容审查方面的应用
- 2.1.4 人工智能在传媒领域的应用趋势
 - (1) 从以人主导到人机协同
 - (2) 从同质化到分众化、个性化
- 2.2 虚拟现实技术对媒体融合的影响分析
 - 2.2.1 虚拟现实在传媒领域的应用现状
 - 2.2.2 VR在直播领域发展现状
 - (1) VR在直播领域的应用特点
 - (2) VR在直播领域的应用现状
 - (3) VR在直播领域的应用规模
 - (4) 主要企业在VR直播领域的投资布局分析
 - (5) VR直播市场竞争格局分析
 - (6) VR直播市场前景及趋势分析
 - 2.2.3 VR在影视领域发展现状
 - (1) VR在影视领域的应用概况
 - (2) VR在影视领域的应用现状
 - (3) VR在影视领域的应用规模
 - (4) 主要企业在VR影视领域的投资布局分析
 - (5) VR影视市场竞争格局分析
 - (6) VR影视市场前景及趋势分析
 - 2.2.4 VR在游戏领域发展现状
 - (1) VR在游戏领域的应用特点
 - (2) VR在游戏领域的应用现状
 - (3) VR在游戏领域的应用规模
 - (4) 主要企业在VR游戏领域的投资布局分析
 - (5) VR游戏市场竞争格局分析
 - (6) VR游戏市场前景及趋势分析
 - 2.2.5 虚拟现实在传媒领域的应用案例
 - (1) VR头盔在新闻传播中的运用
 - (2) VR技术对于传媒表现视角的扩大
 - 2.2.6 虚拟现实在传媒领域的应用趋势
- 2.3 大数据技术对媒体融合的影响分析
 - 2.3.1 大数据在传媒领域的应用现状
 - (1) 大数据在传媒产业的应用领域

(2) 大数据在传媒产业的应用现状

2.3.2 大数据在传媒领域的应用案例

(1) 大数据在视频媒体中的应用

(2) 大数据在新闻报道中的应用

(3) 大数据在中央媒体的应用

(4) 大数据在节目制作中的应用

2.3.3 大数据在传媒领域的应用趋势

(1) 积累数据资产

(2) 提高数据获取能力

(3) 用数据辅助经营

(4) 用数据辅助报道

2.4 5G对媒体融合产生的影响

2.4.1 5G技术在传媒领域中的作用

(1) 提高视频传输质量

(2) 拓宽媒体体验维度

(3) 拓展媒体传播介质

2.4.2 5G技术在传媒领域中的应用案例

(1) 在晚会直播中的应用

(2) 在新闻连线互动中的应用

(3) 在新闻报道中的应用

2.4.3 5G技术在传媒领域的应用趋势

2.5 8K对媒体融合产生的影响

2.5.1 8K技术应用现状分析

2.5.2 8K技术在传媒领域的作用

(1) 提升直播效果

(2) 提升家庭观影互动性

2.5.3 8K技术在传媒领域的应用实例

(1) 体育赛事直播

(2) 在会议直播中的应用

第3章：国际媒体融合行业发展现状及经验借鉴

3.1 全球媒体融合行业发展现状

3.1.1 全球传媒产业发展现状分析

(1) 全球传媒产业发展现状分析

(2) 全球传统媒体产业发展现状分析

- (3) 全球新媒体产业发展现状分析
- 3.1.2 全球传媒产业存在问题分析
 - (1) 传媒行业增速持续放缓
 - (2) 部分传播内容存在合规性问题
 - (3) 专业人员综合素质有待提升
- 3.1.3 全球媒体融合行业发展现状分析
- 3.1.4 全球媒体融合行业发展趋势分析
 - (1) 人工智能：日益受到传媒业界关注
 - (2) 5G时代：带来媒体立体融合
- 3.1.5 全球媒体融合行业发展趋势分析
 - (1) 颠覆传统传播理念，实现媒体与用户的深度融合
 - (2) 通过流程再造实现媒体组织形式的重新建构
 - (3) 以互联网技术为支撑推动新闻传播的媒体革命
- 3.2 重点区域的媒体融合行业发展现状分析
 - 3.2.1 美国
 - 3.2.2 英国
 - 3.2.3 日本
- 3.3 国际媒体融合经营模式及经验借鉴
 - 3.3.1 跨平台采编协作模式
 - 3.3.2 传统媒体的在线版模式
 - 3.3.3 “马提尼媒体”模式
 - 3.3.4 国际媒体融合经营模式经验借鉴

第4章：中国传媒产业发展现状分析

- 4.1 中国传媒产业发展历程及市场特征分析
 - 4.1.1 中国传媒产业发展历程
 - 4.1.2 传统媒体特征
 - 4.1.3 新媒体特征
- 4.2 中国传媒产业整体发展现状
 - 4.2.1 中国传媒产业发展概况
 - (1) 中国传媒产业构成分析
 - (2) 中国传媒产业发展现状
 - 4.2.2 中国传媒产业总规模分析
 - 4.2.3 中国传媒产业市场结构分析
 - 4.2.4 中国传媒产业发展特点分析

4.3 中国传统媒体发展现状

4.3.1 中国传统新闻媒体用户特征

- (1) 用户规模情况
- (2) 用户收入结构
- (3) 用户使用频率
- (4) 用户性别年龄特征

4.3.2 中国传统媒体广告收入分析

4.3.3 中国传统媒体发展痛点分析

- (1) 入口价值痛点
- (2) 竞争优势痛点
- (3) 盈利模式痛点

4.4 中国新媒体发展现状

4.4.1 中国新媒体发展概况

- (1) 新媒体使用终端分析
- (2) 新媒体用户规模分析
- (3) 新媒体用户画像

4.4.2 中国新媒体市场规模分析

4.4.3 中国新媒体发展特点分析

- (1) 新媒体行业形态多样化发展
- (2) 新媒体技术持续迭代升级
- (3) 短视频领域快速发展，网络直播热度下降
- (4) 新媒体产业新巨头崛起

4.4.4 中国新媒体发展痛点分析

4.4.5 中国新媒体产业发展趋势分析

4.5 中国新闻出版业发展现状

4.5.1 中国新闻出版业发展概况

4.5.2 中国新闻出版业发展现状分析

- (1) 新闻出版经营情况
- (2) 新闻出版企业竞争情况
- (3) 对外版权输出提速

4.5.3 中国新闻出版业发展特点分析

- (1) 主题出版继续高昂，图书结构进一步调整
- (2) 产业发展稳中有升，资本运营更加务实
- (3) 新型技术应用日益普遍，融合发展空间逐步打开

4.5.4 中国新闻出版业发展痛点分析

- (1) 体制与市场经济要求不适应
- (2) 增长方式不合理
- 4.6 中国广播业发展现状
 - 4.6.1 中国广播业发展概况
 - 4.6.2 中国广播业发展现状分析
 - (1) 广播广告收入分析
 - (2) 广播市场竞争结构
 - 4.6.3 中国广播业发展特点分析
 - (1) 省级电台及地方电台市场份额较大
 - (2) 移动互联网平台快速发展
 - (3) 内容形式不断创新
 - 4.6.4 中国广播业发展痛点分析
- 4.7 中国数字出版业发展现状
 - 4.7.1 中国数字出版业发展概况
 - 4.7.2 中国数字出版业发展现状分析
 - (1) 数字出版电子书发展现状
 - (2) 移动出版发展现状
 - (3) 网络动漫发展现状
 - (4) 数字音乐发展现状
 - (5) 网络文学发展现状
 - (6) 数字期刊发展现状
 - 4.7.3 中国数字出版业发展特点分析
 - (1) 内容深耕时代来临
 - (2) 数据和技术将推动产业升级
 - (3) 内容生产创作渐趋专业化
 - (4) 资本驱动IP价值潜能充分释放
- 4.8 中国网络媒体业发展现状
 - 4.8.1 中国网络媒体业发展概况
 - (1) 互联网发展状况分析
 - (2) 网络经济发展分析
 - (3) 网络媒体使用概况
 - 4.8.2 中国网络媒体发展现状分析
 - (1) 搜索引擎发展现状
 - (2) 网络游戏发展现状
 - (3) 新闻资讯发展现状

- (4) 在线视频发展现状
- (5) 泛娱乐直播发展现状
- 4.8.3 中国网络媒体业发展特点分析
 - (1) 渠道分布特点
 - (2) 资讯浏览特点
 - (3) 价值诉求特点
- 4.9 中国移动媒体业发展现状
 - 4.9.1 中国移动媒体业发展概况
 - (1) 移动网络应用情况
 - (2) 移动网络用户规模
 - (3) 移动媒体终端分析
 - 4.9.2 中国移动媒体业发展现状分析
 - (1) 移动广告发展现状
 - (2) 移动搜索发展现状
 - (3) 移动微博发展现状
 - (4) 移动短视频发展现状
 - (5) 移动游戏发展现状
 - 4.9.3 中国移动媒体业发展特点分析
 - 4.9.4 中国移动媒体业发展痛点分析
 - (1) 移动媒体内容痛点
 - (2) 传播形式上的同质化

第5章：中国媒体融合行业发展现状及实施路径分析

- 5.1 中国媒体融合行业发展历程及市场特征分析
 - 5.1.1 媒体融合发展历程
 - 5.1.2 媒体融合特征
 - (1) 技术化与全能化
 - (2) 集约生产与全民生产
 - (3) 内容融合与渠道融合
 - 5.1.3 媒体融合行业现状特点
 - (1) 互联网媒体面临更为规范的监管加速向主流媒体靠拢
 - (2) 主流媒体融合化综合优势凸显
 - (3) 融媒体产品彰显内容融合化
 - (4) 技术推动融媒体产品向数据化和智能化方向升级
 - (5) 多平台传播渠道融合升级

- (6) 主流媒体加快互联网转型
- (7) 互联网巨头收缩战线聚拢焦点，加大与主流媒体合作
- 5.2 媒体融合发展阶段及实施路径
 - 5.2.1 媒体融合发展阶段
 - 5.2.2 媒体融合路径探索
- 5.3 媒体融合行业发展现状
 - 5.3.1 融合机制分析
 - 5.3.2 内容生产模式分析
 - 5.3.3 媒体产品分析
 - 5.3.4 媒体融合存在的问题分析
 - (1) 投入不足的现象还比较普遍
 - (2) 对高端融合型人才的吸引力不足的问题仍然比较突出
 - (3) 产品研发和运营的能力亟待提高
 - (4) 跨媒体、跨地域融合还有若干难题
 - (5) 媒体内部资源优化配置方面还需要加大力度
- 5.4 传统媒体的融合发展现状
 - 5.4.1 传统媒体的痛点分析
 - 5.4.2 传统媒体融合的必要性分析
 - 5.4.3 传统媒体融合现状分析
 - 5.4.4 传统媒体融合存在的问题分析
 - (1) 缺乏创新性思维，难以形成差异化竞争
 - (2) 传统管理体制固化，媒体亟需内部改革
 - (3) 搭建自身内容分发平台难度较大
 - (4) 人才流失率高满员率低青黄不接
 - (5) 技术短板缚手脚高度依赖第三方
 - (6) 底子薄资金缺，投融资渠道瓶颈
- 5.5 新媒体的倒融合发展现状
 - 5.5.1 新媒体的痛点分析
 - 5.5.2 新媒体倒融合的必要性分析
 - (1) 新媒体倒融合实际意义
 - (2) 新媒体倒融合实例分析
 - 5.5.3 新媒体倒融合现状分析
 - 5.5.4 新媒体倒融合存在的问题分析
- 5.6 媒体融合实施案例分析
 - 5.6.1 人民日报社

5.6.2 浙江日报报业集团

5.6.3 南方报业传媒集团

5.6.4 上海广播电视台

5.6.5 湖北广播电视台

5.6.6 亚马逊

第6章：媒体融合行业重点企业分析

6.1 媒体融合行业企业发展总体情况

6.2 媒体融合行业重点企业发展情况

6.2.1 长江出版传媒股份有限公司

(1) 企业发展概况

(2) 企业主要业务布局

(3) 企业经营情况分析

6.2.2 中文天地出版传媒集团股份有限公司

(1) 企业发展概况

(2) 企业主要业务布局

(3) 企业经营情况分析

6.2.3 江苏凤凰出版传媒股份有限公司

(1) 企业发展概况

(2) 企业主要业务布局

(3) 企业经营情况分析

6.2.4 中原大地传媒股份有限公司

(1) 企业发展概况

(2) 企业主要业务布局

(3) 企业经营情况分析

6.2.5 安徽新华传媒股份有限公司

(1) 企业发展概况

(2) 企业主要业务布局

(3) 企业经营情况分析

6.2.6 时代出版传媒股份有限公司

(1) 企业发展概况

(2) 企业主要业务布局

(3) 企业经营情况分析

第7章：媒体融合行业投资机会与建议

7.1 媒体融合行业发展前景与趋势分析

7.1.1 媒体融合行业发展前景

7.1.2 媒体融合行业发展趋势

7.2 媒体融合行业投资特性分析

7.2.1 行业投资现状分析

7.2.2 行业投资壁垒分析

7.2.3 行业投资风险分析

7.3 媒体融合行业投资机会及建议

7.3.1 行业投资价值分析

7.3.2 行业投资机会分析

(1) 细分领域投资机会

(2) 产业空白点投资机会

(3) 产业链投资机会

7.3.3 行业投资建议

(1) 借用新三板吸纳社会资金

(2) 成立二级公司，借助社会资本壮大自身力量

(3) 向社会发行公司债券筹资

(4) 通过股权式众筹募集资金

图表目录

图表1：传统媒体分类

图表2：新媒体分类

图表3：媒体间战术性联合分类

图表4：三网融合的合作方式

图表5：本报告主要数据来源

图表6：中国媒体融合行业监管体制

图表7：截至2023年中国媒体融合行业现行标准

图表8：2019-2023年全国范围内有关媒体融合相关讲话/政策

图表9：《“十四五”国家战略性新兴产业发展规划》媒体融合相关规划内容

图表10：《文化部“十四五”时期文化产业发展规划》媒体融合相关规划内容

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/media/951171.html>