

中国网络媒体市场监测及未来前景预测（2012-2016）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国网络媒体市场监测及未来前景预测（2012-2016）》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：<http://baogao.chinabaogao.com/wanluomeiti/131482131482.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

中国已经成为全世界最大的互联网市场，而且网络广告市场以每年高出传统媒体广告一倍的速度在增长。中国网民借由网络平台进行沟通、表达自己已经成为普遍现象。这无疑证明，互联网正在成为商业力量角逐的主战场、营销创新的主阵地。2010年中国互联网的市场规模将突破1000亿元人民币，其中网络广告的市场规模将突破200亿元人民币。

中国报告网发布的《中国网络媒体市场监测及未来前景预测（2012-2016）》共九章。首先分析了国内网络媒体行业的发展特点及当前现状，研究了国内网络媒体行业存在的问题；报告介绍了国际上网络媒体行业的发展现状与行业特征，对中国网络媒体行业与国际网络媒体行业发展现状进行对比分析。报告分析国内宏观经济环境对网络媒体行业的有利因素及不利因素，报告分别从产销及供需两方面详细阐述了网络媒体行业的市场规模及供需现状，报告通过细致的图表数据阐述了网络媒体行业的进出口现状及预测未来的进出口情况。报告分别从技术、市场等几方面研究中国网络媒体行业竞争格局，对当前的竞争现状以及未来竞争格局的发展趋势给出了详细的分析；报告对该行业发展的重点区域进行了详尽的阐述，分析了重点区域发展网络媒体行业的有利条件以及未来在此区域的发展前景；报告通过分析上下游行业的发展现状，全面地分析网络媒体行业的市场前景。《2010-2013年中国网络媒体发展现状及发展趋势分析报告》通过对网络媒体行业重点企业的现状、财务状况以及发展规划分析，利用更翔实的数据判断该行业的现状及未来发展趋势。通过对网络媒体行业长期研究监测及市场调研，尚普咨询给出了网络媒体行业的投资机会以及风险建议，预测了网络媒体行业未来三年的发展趋势。

本研究咨询报告主要由中国报告网研究中心撰写，报告根据国家统计局、工商局、税务局、海关总署、国务院发展研究中心、发改委、商务部、国家信息中心、各大商用数据库、相关行业协会、报刊杂志及各市调公司所公布的资料撰写，本报告是相关企业、相关研究单位及银行政府等准确、全面、迅速了解目前该行业发展动向、把握企业战略发展定位方向不可或缺的专业性报告。

第一章 网络媒体相关概述

第一节 新媒体阐述

- 一、新媒体的内涵
- 二、新媒体内容分类
- 三、新媒体的特征及经济学特性
 - 1、新媒体的传播特征及要求
 - 2、新媒体的优势与特点
 - 3、新媒体的经济学特性

第二节 网络媒体简述

- 一、网络媒体的特性

二、网络媒体和传统媒体之间的关系

三、网络媒体的利润点

第二章 2011年中国网络媒体运行环境解析

第一节 2011年中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、中国汇率调整

九、货币供应量

十、中国外汇储备

十一、存贷款基准利率调整情况

十二、存款准备金率调整情况

十三、社会消费品零售总额

十四、对外贸易&进出口

十五、城镇人员从业状况

第二节 2011年中国网络媒体业政策环境分析

一、互联网信息服务管理办法

二、互联网等信息网络传播视听节目管理办法

三、相关产业法律法规

第三节 2011年中国网络媒体社会环境分析

一、中国互联网的覆盖与应用

二、中国人口规模及学历情况

三、中国电脑的普及

第四节 2011年中国网络媒体行业环境分析

一、中国稳步推进文化产业体制改革

二、中国将从媒体大国走向媒体强国

三、中国传媒产业进入快速发展阶段

四、中国新媒体发展日趋成熟

第三章 2011年中国新媒体行业运行态势分析

第一节 2011年中国新媒体行业运行概况

一、中国新媒体产业链日渐成熟

- 二、国内新媒体业务布局决胜要点
- 三、中国新媒体运营与赢利模式浅析
- 第二节 2011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、新媒体用户的需求与使用特点发生改变
 - 三、针对客户需求变化提供新媒体产品
 - 四、需求演变导致媒体角色产生新变化
- 第三节 2011年中国传统媒体与新媒体的竞争与发展
 - 一、新媒体发展是传统媒体变革的必然
 - 二、新媒体环境下的传媒创新特征
 - 三、新媒体对传统媒体的冲击分析
 - 四、新媒体受众接触率已经超越传统媒体
 - 五、我国新媒体与传统媒体共谋发展
- 第四节 2011年中国新媒体营销解析
 - 一、新媒体时代的营销及原则
 - 二、新媒体营销初显峥嵘
 - 三、营销行业迎接新媒体时代来临
 - 四、整合营销下的我国新媒体价值实现
 - 五、新媒体变化促进精准营销发展
 - 六、新媒体浪潮下网络营销策略解析
- 第四章 2011年中国网络媒体运行态势分析
 - 第一节 2011年中国网络媒体运行总况
 - 一、中国网络媒体发展的第一个十年阶段
 - 二、中国网络媒体发展规律
 - 第二节 2011年中国网络媒体业热点透析
 - 一、网络媒体建设
 - 二、网络媒体管理
 - 第三节 2011年中国网络媒体业
 - 一、网络新闻信息传播
 - 二、博客能量增长
 - 三、网络技术发展
 - 四、网络舆论影响
 - 五、对互联网作用的评估
- 第五章 2011年中国网络媒体细分市场运行分析
 - 第一节 搜索类网络媒体情况

- 一、搜索引擎市场基本状况
- 二、搜索引擎用户特征调查分析
- 三、中国搜索引擎用户数量及变化情况
 - 1、中国搜索引擎用户数量情况
 - 2、中国搜索引擎用户占互联网用户比例情况
 - 3、中国搜索引擎日搜索请求量情况
- 四、中国搜索引擎网站用户使用量情况
 - 1、中国搜索引擎网站用户使用量变化情况
 - 2、2011年中国搜索引擎使用量情况
 - 3、2011年中国搜索引擎使用量情况
 - 4、用户使用的中国搜索引擎网站市场份额变化情况
 - 5、2011年中国搜索引擎各搜索功能用户访问量市场份额情况
 - 6、中国搜索引擎市场规模情况
 - 7、中国搜索引擎市场运营商收入市场份额
- 第二节 新闻类网络媒体情况
 - 一、2011年中国网络媒体新闻类网站用户覆盖数
 - 二、2011年新闻类网站用户月均访问页面数
- 第三节 IT类网络媒体情况
 - 一、2011年IT类网站的用户覆盖数情况
 - 二、2011年IT类网站用户月均访问页面数
- 第四节 游戏资讯类网络媒体情况
 - 一、游戏资讯类网络媒体用户情况
 - 1、用户经常访问游戏资讯类网络媒体的原因
 - 2、主要游戏资讯类媒体用户的教育情况
 - 3、主要游戏资讯类媒体用户的地区情况
 - 二、我国网络游戏服务发展现状
 - 三、中国网络游戏营销现状
- 第五节 汽车类网络媒体情况
 - 一、中国部分汽车类网站个体综述
 - 二、中国汽车类网站的内容分析
 - 三、中国汽车类网站广告业务分析
 - 四、用户基本特征和行为分析
 - 五、中国汽车类网站整体分析
 - 六、汽车类网络媒体发展趋势
- 第六节 房产类网络媒体情况

一、房产类网站的五大种类

二、2011年房产类网络媒体的用户覆盖数

第七节 博客类网络媒体情况

一、中国博客及博客读者规模发展状况

二、中国博客用户发展情况

第八节 门户类网络媒体情况

一、用户经常访问门户类网络媒体的原因

二、用户经常使用门户类网络媒体的服务

三、主要门户类网络媒体用户的职业情况

第六章 2011年中国互联网用户深度调研

第一节 2011年中国互联网络宏观状况

一、网民规模

二、网民数量

三、宽带网民及占网民同比分析

第二节 2011年中国网民基础概况

一、性别分布

二、省市分布

三、地区分布

第三节 我国互联网网民特征结构调查

第四节 网民上网途径调查

第五节 网民上网行为调查

第七章 2011年中国网络媒体典型企业运营状况分析

第一节 腾讯

一、腾讯公司简介

二、腾讯公司收入状况

三、企业动态分析

四、企业竞争力体现

第二节 新浪

一、新浪公司简介

二、新浪净营收额情况

三、企业动态分析

四、企业竞争力体现

第三节 搜狐

一、搜狐公司简介

二、搜狐净营收额情况

三、企业动态分析

四、企业竞争力体现

第四节 网易

一、网易公司简介

二、近几年网易净营收额情况

三、企业动态分析

四、企业竞争力体现

第五节 百度

一、百度公司简介

二、百度2011年经营状况

三、企业动态分析

四、企业竞争力体现

第八章 2012-2016年中国网络媒体前景展望与趋势预测分析

第一节 2012-2016年中国新媒体行业前景分析

一、未来新媒体的趋势展望

二、中国新媒体未来前景看好

第二节 2012-2016年中国网络媒体趋势预测

一、网络媒体迈向 Web 3.0时代

二、手机上网将得到普及，手机媒体将成为新媒体的主要成员

1、中国电信格局重组，将带来手机上网热潮

2、手机宽带上网—3G会成主流

第九章 2012-2016年中国网络媒体产业投资战略分析

第一节 2012-2016年中国网络媒体行业投资概况

一、网络媒体行业投资特性

二、网络媒体具有良好的投资价值

三、网络媒体投资环境

第二节 2012-2016年中国网络媒体投资机会分析

一、网络媒体成投资新热点

二、宽带业务投资机遇

第三节 2012-2016年中国网络媒体投资风险及防范

一、技术风险分析

二、金融风险分析

三、政策风险分析

四、竞争风险分析

第四节 中国报告网专家建议

《中国网络媒体市场监测及未来前景预测（2012-2016）》系统全面的调研了网络媒体的市场宏观环境情况、行业发展情况、市场供需情况、企业竞争力情况、产品品牌价值情况等，旨在为企业提供专项产品深度市场信息，为企业投资、经营决策提供科学参考依据。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wangluomeiti/131482131482.html>