

2019年中国手机媒体行业分析报告- 市场深度分析与发展趋势研究

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《2019年中国手机媒体行业分析报告-市场深度分析与发展趋势研究》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/382145382145.html>

报告价格：电子版: 7200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

2019年我国手机媒体行业宏观环境情况

中国GDP增长情况：初步核算，中国2018年前三季度国内生产总值650899亿元，按可比价格计算，同比增长6.7%。分季度看，一季度同比增长6.8%，二季度增长6.7%，三季度增长6.5%。分产业看，第一产业增加值42173亿元，同比增长3.4%；第二产业增加值262953亿元，增长5.8%；第三产业增加值345773亿元，增长7.7%。

数据来源：国家统计局

工业经济发展形势：2018年9月份，规模以上工业增加值同比实际增长5.8%（以下增加值增速均为扣除价格因素的实际增长率），比8月份回落0.3个百分点。从环比看，9月份，规模以上工业增加值比上月增长0.50%。1-9月份，规模以上工业增加值同比增长6.4%，增速较1-8月份回落0.1个百分点。规模以上工业增加值同比增速（%）

数据来源：国家统计局 随着我国经济的不断发展、人们生活水平的不断提高，人们的消费观念和消费水平也有了很大的转变与提升。在这个契机下，手机媒体行业也得到了快速发展，2017年我国手机媒体行业的市场规模达到**亿元，2018年市场规模为**亿元，同比增长了**%，从这两年的市场规模发展来看，手机媒体行业正处于发展之中，预计2019年将保持**的增速，达到**亿元。

2013-2018年手机媒体行业市场规模情况

资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

从手机媒体行业企业区域分布情况来看，手机媒体行业内企业区域格局明显，其中华东地区占比**%，华南地区占比**%，华中地区占比**%，华北地区占比**%，西部地区占比**%，东北地区占比**%。

2018年我国手机媒体行业企业区域格局

资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

观研天下发布的《2019年中国手机媒体行业分析报告-市场深度分析与发展趋势研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局

，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一部分 行业发展现状

第一章 手机媒体相关概述

第一节 手机媒体的概念与内容分类

一、手机媒体的内涵

二、手机媒体内容分类

第二节 手机媒体的特征及经济学特性

一、手机媒体的传播特征及要求

二、手机媒体的优势与特点

三、手机媒体的经济学特性

第二章 手机媒体行业分析

第一节 手机媒体行业发展概况

一、世界主要国家手机媒体发展综述

二、中国手机媒体产业发展环境分析

三、中国手机媒体产业发展概况

四、中国手机媒体产业链日渐成熟

五、国内手机媒体业务布局决胜要点

六、中国手机媒体运营与赢利模式浅析

第二节 2016-2018年中国手机媒体发展分析

- 一、2018年中国手机媒体发展回顾
- 二、2018年中国手机媒体发展亮点
- 三、2016-2018年中国手机媒体产业评述
- 第三节 中国手机媒体产业受众及需求分析
 - 一、中国手机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、针对需求变化提供手机媒体产品
 - 四、需求演变带来媒体角色的新变化
- 第四节 传统媒体与手机媒体的竞争与发展
 - 一、手机媒体环境下的传媒创新特征
 - 二、手机媒体对传统媒体的冲击分析
 - 三、手机媒体受众接触率已经超越传统媒体
 - 四、手机媒体与传统媒体竞争分析
 - 五、传统媒体与新兴媒体的竞争格局
 - 六、危机促进传统媒体向手机媒体转变
 - 七、手机媒体与传统媒体的融合
- 第五节 手机媒体营销
 - 一、手机媒体营销初露峥嵘
 - 二、营销行业迎接手机媒体时代来临
 - 三、整合营销下的我国手机媒体价值实现
 - 四、手机媒体变化促进精准营销发展
 - 五、我国手机媒体营销势在必行
 - 六、手机媒体实效营销传播趋势
 - 七、手机媒体营销的制胜之道
- 第六节 手机媒体行业的问题及对策分析
 - 一、我国手机媒体产业发展面临的瓶颈及对策
 - 二、手机媒体产业链问题及对策
 - 三、中国手机媒体产业发展面临的问题
 - 四、手机媒体业以差异化与精准化突围
 - 五、2016-2018年手机媒体发展过程中的几个问题
 - 六、2018年手机媒体行业面临大洗牌

第三章 手机媒体行业综合分析

第一节 手机媒体行业发展概况

- 一、移动手机媒体的主要特性

二、媒体移动化是行业发展的趋势

三、手机媒体创造传媒产业新天地

第二节 手机媒体市场分析

一、移动多媒体业务的消费群体分析

二、移动多媒体应用产业发展分析

三、移动手机媒体的商业模式创新

四、手机媒体的受众之争

五、移动手机媒体发展趋势

第三节 中国三大通信运营商的手机媒体战略研讨

一、三大通信运营商的基本情况分析

二、三大运营商手机媒体战略的具体情况

三、三大通讯运营商手机媒体战略比较

第四节 手机媒体行业面临的挑战及对策

一、手机媒体产业发展存在的问题

二、手机媒体产业发展存在的难题

三、移动传媒产业盈利模式存在的问题

四、移动手机媒体发展存在的误区

五、手机媒体产业发展已迫在眉睫

第五节 手机媒体行业投资前景分析

一、2018年中国手机媒体产业发展趋势

二、2019-2025年手机媒体市场预测

三、手机媒体的投资前景分析

四、移动多媒体的投资机遇分析

五、2019-2025年下一代移动多媒体蓝图

第四章 手机游戏

第一节 手机游戏行业发展综合分析

一、中国手机游戏业营收增长迅猛

二、手机游戏市场竞争格局转变

三、中国主要城市手机游戏收视率赶超传统电视

四、手机媒体演变为第五媒体

五、2018年手机游戏市场发展现状

第二节 手机游戏营运分析

一、手机游戏运营的发展概况

二、数字手机游戏运营模式分析

三、手机游戏的盈利模式分析

四、数字手机游戏运营模式及策略

五、数字手机游戏产业化运营的战略分析

第三节 智能手机游戏发展分析

一、2018年智能手机游戏成投资新宠

二、2018年智能手机游戏市场现状

三、2018年智能手机游戏发展分析

四、2018年中国智能手机游戏市场销量预测

五、2018年智能手机游戏市场步入发展新阶段

六、2019-2025年中国智能手机游戏市场预测

第四节 手机游戏行业存在的问题分析

一、传播方式有待改进

二、收视环境不好

三、受众的不确定性

四、中国手机游戏的现实瓶颈

第五节 手机游戏行业发展对策分析

一、制定相关产业政策

二、产业链平衡发展

三、手机游戏行业挺进一、二线城市是关键

四、欧盟手机游戏发展战略对我国的启示

第六节 手机游戏发展前景预测

一、2018年中国手机媒体分化与手机游戏发展趋势

二、2016-2018年手机游戏市场竞争格局

三、2018年全国手机游戏市场规模预测

四、2018年全球手机游戏市场消费预测

五、2018年全球手机游戏用户数预测

第五章 手机媒体及其业务发展分析

第一节 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、2019-2025年手机媒体赢利模式探讨

四、2019-2025年4G时代的手机媒体发展

五、2019-2025年手机媒体发展研究

第二节 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、2018年亚洲手机电视渗透率全球领先
- 四、2018年手机电视有望成立产业联盟
- 五、手机电视市场蕴含巨大潜力
- 六、未来手机电视产业的问题及解决
- 七、2018年4G手机电视用户预测

第三节 手机游戏发展分析

- 一、手机游戏产业链及收费模式
- 二、2018年全球手机游戏营收情况
- 三、2018年手机游戏整体盈利状况
- 四、2018年新兴市场拉动手手机游戏收入增长
- 五、2018年中国手机游戏市场发展情况分析
- 六、2018年4G行业带来手机游戏大发展机遇
- 七、2016-2018年手机游戏市场规模及发展趋势
- 八、2019-2025年手机游戏年复合增长率

第四节 手机短信发展分析

- 一、全球短信业务发展分析
- 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、2018年全球手机短信业务发展情况
- 五、2018年我国短信业务量增长情况

第五节 手机广告发展分析

- 一、手机广告的几种模式
- 二、手机广告业务发展模式研究
- 三、手机广告发展状况分析
- 四、手机媒体广告的发展瓶颈及对策
- 五、2018年4G手机广告模式发展分析
- 六、2018年全球手机广告市场规模
- 七、2018年手机广告业务将加速发展
- 八、2019-2025年手机广告市场发展预测

第六节 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

第六章 中国网络电视产业发展综合分析

第一节 中国iptv市场发展分析

一、我国iptv市场现状

二、2018年中国iptv市场回顾与展望

三、中国iptv市场上演激烈竞争

第二节 中国iptv产业链分析

一、设备供应商及设备供应市场

二、平台提供商及平台市场分析

三、电信运营商及运营市场分析

四、频道/内容运营商及内容市场分析

五、芯片及其他技术供应商及市场分析

六、终端厂商及终端市场分析

七、用户及用户市场分析

第三节 中国网络电视市场存在问题及对策

一、影响iptv发展因素

二、我国iptv存在的发展问题及其政策原因

三、中国的iptv为何发展缓慢的原因

四、iptv应突破传统定价模式

五、2018年iptv行业发展机遇和挑战分析

第四节 iptv发展趋势分析

一、我国iptv发展前景分析

二、2018年iptv技术发展趋势

三、2019-2025年全球iptv市场预测

四、2019-2025年中国iptv发展预测

五、2018年我国iptv用户发展预测

第七章 其它手机媒体及其业务发展分析

第一节 手机报

一、手机报发展概况

二、手机报广告的春天充满挑战

三、手机报迎来“4G元年”

四、2018年手机报市场规模

五、2018年中国手机报市场收入

六、手机报营销的发展与趋势分析

七、手机报业发展面临的问题

八、手机报业的良性发展道路探析

第二节 手机视频

一、中国手机视频规模发展情况

二、2018年中国手机视频人数

三、中国手机视频市场调查分析

四、手机视频发展趋势分析

五、未来手机视频发展方向分析

第三节 手机阅读

一、2018年我国手机阅读产业逆市飘红

二、2018年中国手机阅读市场规模情况

三、2018年我国手机阅读用户规模情况

四、2018年中国手机阅读市场规模情况

五、2018年手机阅读产业市场格局分析

六、2018年我国手机阅读发展前景分析

第四节 手机动漫

一、手机动漫市场现状及发展趋势

二、2018年中国手机动漫联盟市场规模

三、2018年中国手机动漫市场分析

四、2018年手机动漫规模分析预测

五、手机动漫未来趋势

第二部分 行业竞争格局

第八章 手机媒体行业竞争分析

第一节 2018年中国手机媒体企业的竞争现状

一、手机媒体竞争现状分析

二、手机媒体行业的综合实力竞争分析

三、2018年手机媒体业的奥运竞争分析

四、数字时代手机媒体竞争发展分析

第二节 传统媒体与手机媒体的竞争与发展

一、手机媒体与传统媒体竞争分析

二、传统媒体与新兴媒体的竞争格局

第三节 2016-2018年中国手机媒体行业竞争分析及预测

一、2018年手机媒体市场竞争情况分析

二、2018年手机媒体市场竞争形势分析

- 三、2019-2025年集中度分析及预测
- 四、2019-2025年swot分析及预测
- 五、2019-2025年进入退出状况分析及预测
- 六、2019-2025年生命周期分析及预测

第九章 手机媒体企业竞争策略分析

第一节 手机媒体市场竞争策略分析

- 一、2018年手机媒体市场增长潜力分析
- 二、2018年手机媒体主要潜力项目分析
- 三、现有手机媒体竞争策略分析
- 四、手机媒体潜力项目竞争策略选择
- 五、典型企业项目竞争策略分析

第二节 手机媒体企业竞争策略分析

- 一、欧债危机对手机媒体行业竞争格局的影响
- 二、欧债危机后手机媒体行业竞争格局的变化
- 三、2019-2025年我国手机媒体市场竞争趋势
- 四、2019-2025年手机媒体行业竞争格局展望
- 五、2019-2025年手机媒体行业竞争策略分析
- 六、2019-2025年手机媒体企业竞争策略分析

第十章 手机媒体重点企业分析

第一节 上海东方明珠（集团）股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
 - 1、企业偿债能力分析
 - 2、企业运营能力分析
 - 3、企业盈利能力分析
- 四、企业竞争优势分析

第二节 中视传媒股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业经营状况分析
 - 1、企业偿债能力分析
 - 2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节 成都博瑞传播股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 湖南电广传媒股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第五节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第六节 陕西广电网络传媒股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三部分 行业前景预测

第十一章 手机媒体行业发展趋势预测

第一节 手机媒体行业前景分析

- 一、未来手机媒体的发展趋势展望
 - 二、中国手机媒体未来发展前景广阔
 - 三、2018年我国手机媒体产业发展趋势
 - 四、2018年中国手机媒体市场发展预测
 - 五、2019-2025年手机媒体发展方向探讨
 - 六、2019-2025年手机媒体市场规模预测
- ##### 第二节 2019-2025年手机媒体市场趋势分析
- 一、2016-2018年手机媒体市场趋势总结
 - 二、2019-2025年手机媒体发展趋势分析
 - 三、2019-2025年手机媒体市场发展空间
 - 四、2019-2025年手机媒体产业政策趋向
 - 五、2019-2025年手机媒体价格走势分析
- ##### 第三节 2019-2025年手机媒体市场预测
- 一、2019-2025年手机媒体市场结构预测
 - 二、2019-2025年手机媒体市场需求前景
 - 三、2019-2025年手机媒体市场价格预测
 - 四、2019-2025年手机媒体行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十二章 手机媒体行业投资现状分析

第一节 2018年手机媒体行业投资情况分析

- 一、2018年总体投资及结构
- 二、2018年投资规模情况
- 三、2018年投资增速情况
- 四、2018年分行业投资分析
- 五、2018年分地区投资分析
- 六、2018年外商投资情况

第十三章 手机媒体行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2016-2018年我国宏观经济运行情况
- 二、2019-2025年我国宏观经济形势分析

三、2019-2025年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2018年手机媒体行业政策环境
- 二、2018年国内宏观政策对其影响
- 三、2018年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2018年社会环境发展分析
- 三、2019-2025年社会环境对行业的影响分析

第十四章 手机媒体行业投资机会与风险

第一节 手机媒体行业投资效益分析

- 一、2016-2018年手机媒体行业投资状况分析
- 二、2019-2025年手机媒体行业投资效益分析
- 三、2019-2025年手机媒体行业投资趋势预测
- 四、2019-2025年手机媒体行业的投资方向
- 五、投资建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响手机媒体行业发展的主要因素

- 一、2019-2025年影响手机媒体行业运行的有利因素分析
- 二、2019-2025年影响手机媒体行业运行的稳定因素分析
- 三、2019-2025年影响手机媒体行业运行的不利因素分析
- 四、2019-2025年我国手机媒体行业发展面临的挑战分析
- 五、2019-2025年我国手机媒体行业发展面临的机遇分析

第三节 手机媒体行业投资风险及控制策略分析

- 一、2019-2025年手机媒体行业市场风险及控制策略
- 二、2019-2025年手机媒体行业政策风险及控制策略
- 三、2019-2025年手机媒体行业经营风险及控制策略
- 四、2019-2025年手机媒体同业竞争风险及控制策略
- 五、2019-2025年手机媒体行业其他风险及控制策略

第十五章 手机媒体行业投资战略研究

第一节 手机媒体行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节 对手机媒体品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、手机媒体实施品牌战略的意义

三、手机媒体企业品牌的现状分析

四、手机媒体企业的品牌战略

五、手机媒体品牌战略管理的策略

第三节 手机媒体行业投资战略研究

图表目录：

图表：手机媒体的经济学特性

图表：2016-2018年中国网民人数增长情况

图表：2016-2018年中国互联网普及率

图表：互联网的应用功能分类

图表：2016-2018年中国手机媒体产业规模

图表：2016-2018年中国手机媒体产业细分市场结构

图表：移动网络升级带来的增值业务提升

图表：两种主流地面广播技术标准比较

图表：基于移动通信和数字广播的移动电视业务比较

图表：2016-2018年中国车载电视市场规模及增长预测

图表：media2.0与media1.0的对比

图表：公交移动受众人群特征

图表：公交移动受众时段调查

图表：国际移动电视广播标准

图表：融合运营商业模式

图表详见正文 (GYZQPT)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wangluomeiti/382145382145.html>