

2020年中国媒体融合市场分析报告- 行业竞争格局与未来前景研究

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《2020年中国媒体融合市场分析报告-行业竞争格局与未来前景研究》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/475143475143.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

【报告大纲】

第一章 中国媒体融合行业发展综述

1.1 媒体融合行业相关概述

1.1.1 媒体融合行业相关概念

(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 媒体融合行业分类

(1) 传统媒体分类

(2) 新媒体分类

(3) 媒体融合分类

1.1.3 媒体融合行业特征

(1) 传统媒体特征

(2) 新媒体特征

(3) 媒体融合特征

1.1.4 媒体融合行业发展历程

1.2 媒体融合行业发展环境分析

1.2.1 政策环境分析

(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

(4) 媒体融合历年政策汇总

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

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

1.2.4 技术环境分析

1.3 媒体融合行业发展机遇与威胁分析

第二章 国际媒体融合行业发展现状及经验借鉴

2.1 全球媒体融合行业发展现状

2.1.1 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

2.1.2 全球传媒产业存在问题分析

2.1.3 全球媒体融合行业发展现状分析

2.1.4 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

2.1.5 全球媒体融合行业发展前景分析

2.2 美国媒体融合行业发展现状

2.2.1 美国媒体融合行业发展背景

2.2.2 美国传媒产业发展现状分析

- (1) 美国传媒产业发展概况
- (2) 美国传统媒体产业发展现状
- (3) 美国新媒体产业发展现状

2.2.3 美国媒体融合路径分析

- (1) 立体传播
- (2) “中央厨房”+数据分析
- (3) 社交媒体+读者互动
- (4) 人才培养，向新媒体转型

2.2.4 美国媒体融合行业主要案例分析

- (1) 华尔街日报—大力发展互动式的动态新闻
- (2) 纽约时报—尝试短信新闻与外送服务

2.3 英国媒体融合行业发展现状

2.3.1 英国媒体融合行业发展背景

2.3.2 英国传媒产业发展现状分析

- (1) 英国传媒产业发展概况
- (2) 英国传统媒体产业发展现状
- (3) 英国新媒体产业发展现状

2.3.3 英国媒体融合路径分析

- (1) 数字化：传媒产业发展最重要驱动力
- (2) 数字化媒体商业模式：从“广告”到“用户支付”
- (3) 用户数据管理：成为新媒体时代的财富储备

2.3.4 英国媒体融合行业主要案例分析

- (1) 英国BBC—推出更具视觉冲击的移动新闻视频
- (2) 每日电讯报—开创全流程媒介融合模式

2.4 日本媒体融合行业发展现状

2.4.1 日本媒体融合行业发展背景

2.4.2 日本传媒产业发展现状分析

- (1) 日本传媒产业发展概况
- (2) 日本传统媒体产业发展现状
- (3) 日本新媒体产业发展现状

2.4.3 日本媒体融合路径分析

- (1) 建立付费墙模式，开展付费数字服务
- (2) 灵活运用社交媒体账号
- (3) 开设公众号推送新闻

2.4.4 日本媒体融合行业主要案例分析

- (1) 日本电视台—以专利技术为核心实现个性化传播
- (2) 日本广播行业—采用新模式与新技术吸引听众

2.5 国际媒体融合经营模式及经验借鉴

2.5.1 跨平台采编协作模式

2.5.2 传统媒体的在线版模式

2.5.3 “马提尼媒体”模式

2.5.4 国际媒体融合经营模式的经验借鉴

- (1) 做360°融合性新闻
- (2) 积极寻找合作伙伴
- (3) 纠正错误的融合观念

第三章 中国传媒产业发展现状分析

3.1 中国传媒产业发展现状

3.1.1 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

3.1.2 中国传媒产业总产值分析

3.1.3 中国传媒产业各行业市场结构分析

3.1.4 中国传媒产业发展特点分析

- (1) 竞争愈发激烈
- (2) 转型势头强劲
- (3) 重视盈利模式

3.2 中国传统媒体发展现状

3.2.1 中国传统媒体发展概况

- (1) 传统媒体用户使用规模
- (2) 传统媒体用户使用时长
- (3) 传统媒体性别年龄分布

3.2.2 中国传统媒体广告收入分析

3.2.3 中国传统媒体各行业市场结构分析

3.2.4 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

3.3 中国新媒体发展现状

3.3.1 中国新媒体发展概况

- (1) 新媒体使用终端分析
- (2) 信息获取方式分析

3.3.2 中国新媒体市场规模分析

3.3.3 中国新媒体各行业市场结构分析

3.3.4 中国新媒体发展特点分析

- (1) 新媒体行业监管趋势

1) 新媒体行业科技趋势

3.3.5 中国新媒体发展痛点分析

- (1) 内容转型痛点
- (2) 版权痛点
- (3) 广告规范痛点
- (4) 资本持续性痛点

3.4 中国新闻出版业发展现状

3.4.1 中国新闻出版业发展概况

3.4.2 中国新闻出版业发展现状分析

- (1) 新闻出版收入
- (2) 新闻出版市场竞争结构

(3) 对外版权输出提速，对“一带一路”沿线国家版权贸易增长显著

3.4.3 中国新闻出版业发展特点分析

(1) 主题出版、主流媒体传播力持续彰显

(2) 图书出版结构不断优化

3.4.4 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

3.5 中国广播业发展现状

3.5.1 中国广播业发展概况

3.5.2 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

3.5.3 中国广播业发展特点分析

(1) 收听人群分析

(2) 收听时长分析

(3) 收听场所分析

3.5.4 中国广播业发展痛点分析

3.6 中国数字媒体出版业发展现状

3.6.1 中国数字媒体出版业发展概况

3.6.2 中国数字媒体出版业发展现状分析

(1) 数字出版电子书发展现状分析

(2) 在线教育行业发展状况

(3) 移动出版行业发展状况

(4) 网络动漫行业发展状况

(5) 互联网广告发展状况

(6) 数字音乐发展现状分析

(7) 网络文学市场发展状况

(8) 数字期刊市场发展状况

3.6.3 中国数字媒体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

3.7 中国网络媒体业发展现状

3.7.1 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) 网络媒体发展概况
- 3.7.2 中国网络媒体发展现状分析
 - (1) 搜索引擎发展现状分析
 - (2) 社交媒体发展现状分析
 - (3) 新闻资讯发展现状分析
 - (4) 在线视频发展现状分析
 - (5) 泛娱乐直播发展现状分析
- 3.7.3 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
- 3.8 中国移动媒体业发展现状
 - 3.8.1 中国移动媒体业发展概况
 - (1) 移动媒体用户分析
 - (2) 移动媒体终端分析
 - (3) 移动网络建设情况
 - 3.8.2 中国移动媒体业发展现状分析
 - (1) 移动媒体市场规模
 - (2) 移动搜索发展现状
 - (3) 移动微博发展现状
 - (4) 移动视频发展现状
 - (5) 移动游戏发展现状
 - 3.8.3 中国移动媒体业发展特点分析
 - 3.8.4 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

第四章 中国媒体融合行业发展现状分析

- 4.1 媒体融合行业发展现状
 - 4.1.1 媒体融合的必然性分析
 - (1) 新媒体与传统媒体的同质性
 - (2) 新媒体与传统媒体共同发展的现实基础
 - 4.1.2 媒体融合行业发展现状分析

- (1) 融合机制分析
- (2) 内容生产模式分析
- (3) 媒体产品分析
- 4.1.3 媒体融合行业发展特点分析
 - (1) 传统媒体微信公众号占比接近饱和
 - (2) 注重技术引用，加快智能化进程
 - (3) 融合体系不断完善，实现跨界发展
 - (4) 搭建生态矩阵，侧重平台服务
 - (5) 打造自有产业闭环，逐利传媒长尾效应
- 4.1.4 媒体融合存在的问题分析
 - (1) 媒体融合简单化
 - (2) 媒体融合行政化
 - (3) 媒体融合极端化
- 4.2 传统媒体的融合发展现状
 - 4.2.1 传统媒体的痛点分析
 - 4.2.2 传统媒体融合的必要性分析
 - 4.2.3 传统媒体融合现状分析
 - 4.2.4 传统媒体融合的代表企业分析
 - (1) 浙江日报报业集团
 - (2) 上海报业集团
 - 4.2.5 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) 融合不均衡现象明显，缺少统一评估体制
- 4.3 新媒体的倒融合发展现状
 - 4.3.1 新媒体的痛点分析
 - 4.3.2 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
 - 4.3.3 新媒体倒融合现状分析
 - 4.3.4 新媒体倒融合的代表企业分析
 - (1) 亚马逊与《华盛顿邮报》
 - (2) 奇虎360与《北京时间》
 - (3) 阿里巴巴与传统媒体
 - 4.3.5 新媒体倒融合存在的问题分析

第五章 媒体融合行业实施路径分析

5.1 媒体融合发展阶段

5.1.1 门户媒体时代：web1.

5.1.2 社交媒体时代，web2.

5.1.3 场景媒体时代，web3.

5.2 媒体融合路径探索

5.2.1 产业融合路径

5.2.2 文化融合路径

5.2.3 技术融合路径

5.2.4 跨界融合路径

5.2.5 资本融合路径

5.2.6 中西融合路径

5.3 媒体融合实施案例分析

5.3.1 人民日报社

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

5.3.2 浙江日报报业集团

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

5.3.3 南方报业传媒集团

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

5.3.4 深圳报业集团

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

5.3.5 华西都市报

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

5.3.6 亚马逊

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品服务分析
- (3) 企业发展现状分析
- (4) 企业竞争优势分析

第六章 技术创新对媒体融合行业的影响分析

6.1 人工智能技术对媒体融合的影响分析

6.1.1 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

6.1.2 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

6.1.3 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

6.1.4 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

6.2 虚拟现实技术对媒体融合的影响分析

6.2.1 虚拟现实在传媒领域的应用现状

6.2.2 VR直播发展现状

- (1) VR在直播领域的应用概况
- (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直播市场发展前景及趋势分析

6.2.3 VR视频发展现状

- (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影视市场发展前景及趋势分析

6.2.4 VR在游戏领域发展现状

- (1) VR在游戏领域的应用概况
- (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游戏市场发展前景及趋势分析

6.2.5 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

6.2.6 虚拟现实在传媒领域的应用趋势

6.3 大数据技术对媒体融合的影响分析

6.3.1 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

6.3.2 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) 大数据在机器人新闻中的应用
- (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

6.3.3 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

第七章 媒体融合行业领先企业分析

7.1 媒体融合行业企业发展总体情况

7.2 媒体融合行业重点企业发展情况

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.2.2 中文天地出版传媒集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.2.3 江苏凤凰出版传媒股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.2.4 中原大地传媒股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.2.5 安徽新华传媒股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.2.6 时代出版传媒股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.2.7 中南出版传媒集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

(8) 企业最新发展动态分析

7.2.8 青岛城市传媒股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.2.9 浙报数字文化集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.2.10 华闻传媒投资集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.2.11 广东广州日报传媒股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.2.12 浙江华媒控股股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.2.13 北京掌趣科技股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.2.14 中文在线数字出版集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

7.2.15 北京昆仑万维科技股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

第八章 媒体融合行业投资机会与建议

8.1 媒体融合行业发展前景与趋势分析

8.1.1 媒体融合行业发展前景

8.1.2 媒体融合行业发展趋势

- (1) 主动跨界合作，实现媒体融合经营管理创新
- (2) 重视人才培养，构建媒体融合多元化人才队伍
- (3) 强化政府引导，走稳媒体融合发展道路
- (4) 健全制度管理，促进媒体融合规范化发展

8.2 媒体融合行业投资现状

8.2.1 行业投资现状分析

8.2.2 行业投资壁垒分析

- (1) 政府规制
- (2) 市场壁垒
- (3) 资金壁垒
- (4) 人才壁垒

8.2.3 行业投资风险分析

- (1) 经济风险
- (2) 技术风险
- (3) 竞争风险
- (4) 经营风险

8.3 媒体融合行业投资机会及建议

8.3.1 行业投资前景分析

8.3.2 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

8.3.3 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：媒体融合行业发展历程

图表5：2017-2020年媒体融合相关讲话/规划

图表6：2017-2020年中国国内生产总值及其增长速度（单位：万亿元，%）

图表7：2021-2026年我国部分宏观经济预测（单位：%）

图表8：2017-2020年中国城镇居民和农村居民人均可支配收入情况（单位：元，%）

图表9：2020年我国网民规模及互联网普及率（单位：万人，%）

图表11：2017-2020年我国手机网民规模及占所有网民比例（单位：万人，%）

图表12：中国媒体融合行业发展机遇与威胁分析

图表13：2017-2020年娱乐及传媒产业产值占GDP比重情况及预计（单位：%）

图表14：2020年全球报纸出版市场情况（单位：亿美元，亿人）

图表15：2021-2026年全球电视视频市场规模及预计（单位：亿美元）

图表详见报告正文 (GYSYL)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国媒体融合市场分析报告-行业竞争格局与未来前景研究》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。

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。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。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wangluomeiti/475143475143.html>