

2020年中国融媒体市场分析报告- 产业深度研究与发展动向前瞻

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年中国融媒体市场分析报告-产业深度研究与发展动向前瞻》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/guanggaochuanmei/477953477953.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】

第一章融媒体相关概述

1.1融媒体的内涵分析

1.1.1融媒体的定义

1.1.2与新媒体的区别

1.1.3融媒体建设目标

1.1.4融媒体中心功能

1.2融媒体发展背景及意义

1.2.1媒体业竞争格局

1.2.2传统媒体优劣势

1.2.3新兴媒体优劣势

1.2.4媒体融合的意义

第二章融媒体行业发展驱动因素分析

2.1政策推进

2.1.1国家领导人思想引领

2.1.2中央政策指引方向

2.1.3行业政策跟进指导

2.2技术助力

2.2.1互联网技术推动新旧媒体融合

2.2.25G技术推动融合进一步深入

2.2.3超高清视频带来新发展机遇

2.2.4AR/VR技术推动媒体深度融合

2.2.5人工智能加速融合媒体平台

2.3传统媒体变革加快

2.3.1有线电视受到强力冲击

2.3.2电信运营商与广电布局

2.3.3“全国一网”的整合推进

2.3.4智慧广电发展取得突破

2.3.5媒体用户需求习惯变化

2.4新媒体加速发展

2.4.1对传统媒体的影响

2.4.2传播主体转移平台

2.4.3全媒体成为新特征

2.4.4新媒体新研究热点

2.4.5新媒体业发展趋势

第三章2017-2020年融媒体行业总体发展分析

3.1全球融媒体行业发展分析

3.1.1全球融媒体行业发展态势

3.1.2美国融媒体行业发展分析

3.1.3日本融媒体行业发展分析

3.1.4印度融媒体行业发展分析

3.2中国融媒体行业发展状况

3.2.1行业发展历程

3.2.2行业市场空间

3.2.3行业传播布局

3.2.4平台建设情况

3.2.5建设企业状况

3.2.6技术驱动发展

3.2.7用户需求分析

3.2.8行业人才建设

3.3中国融媒体中心发展分析

3.3.1融媒体中心基础架构

3.3.2融媒体中心建设进展

3.3.3融媒体中心关注情况

3.3.4融媒体中心目标任务

3.3.5融媒体中心工作内容

3.4中国媒体融合传播渠道分析

3.4.1媒体传播渠道融合

3.4.2融媒体的宣传策略

3.4.3新技术带来的影响

3.5中国融媒体行业发展建议

3.5.1媒体融合重点着力方向

3.5.2中小传统媒体融合路径

3.5.3推进媒体融合发展思维

3.5.4全媒体下媒体融合路径

第四章2017-2020年中国县级融媒体建设分析

4.1县级融媒体中心建设发展综述

4.1.1县级融媒体中心建设背景

4.1.2 县级融媒体中心建设意义

4.1.3 县级融媒体中心建设定位

4.1.4 县级融媒体中心建设模式

4.2 县级融媒体中心建设状况

4.2.1 顶层设计不断完善

4.2.2 中心建设加快铺开

4.2.3 区域建设存在差异

4.3 县级融媒体中心建设实践探索案例分析

4.3.1 县级媒体融合的山西实践

4.3.2 县级媒体融合的郸城探索

4.3.3 县级媒体融合的浙江实践

4.3.4 县级媒体融合的河南实践

4.4 县级融媒体中心存在的问题及建议

4.4.1 县级融媒体中心建设的主要挑战

4.4.2 县级融媒体中心存在的问题及建议

4.4.3 推进县级融媒体中心建设的对策

4.4.4 县级融媒体中心建设机制创新

第五章 2017-2020年中国细分领域融媒体行业发展分析

5.1 中国电视融媒体行业发展分析

5.1.1 电视媒体融合发展状况

5.1.2 电视媒体融合发展特点

5.1.3 电视融合传播指数分析

5.1.4 电视媒体融合发展展望

5.2 中国广播融媒体行业发展分析

5.2.1 广播融媒体发展现状

5.2.2 广播融媒体传播指数

5.2.3 广播融媒体存在的问题

5.2.4 广播媒体融合发展建议

5.3 中国报刊融媒体行业发展分析

5.3.1 融媒体对报纸的影响分析

5.3.2 国外报业转型经验启示

5.3.3 报纸融合传播指数分析

5.3.4 融媒体报纸的发展策略

5.4 融媒体时代下新闻创新发展分析

5.4.1 融媒体时代新闻生产与消费特点

5.4.2 融媒体时代新闻生产模式变革

5.4.3 融媒体时代新闻编辑创新能力

5.4.4 融媒体时代新闻宣传的挑战和机遇

5.4.5 融媒体时代新闻创新发展路径

第六章 2017-2020年中国部分省市融媒体行业发展分析

6.1 广东

6.1.1 广东融媒体发展形势

6.1.2 广东融媒体发展现状

6.1.3 广东融媒体发展动态

6.1.4 广东融媒体存在问题

6.1.5 广东融媒体发展建议

6.2 辽宁

6.2.1 辽宁融媒体发展现状

6.2.2 辽宁融媒体发展动态

6.2.3 辽宁融媒体存在问题

6.2.4 辽宁融媒体发展预测

6.2.5 辽宁融媒体发展建议

6.3 湖北

6.3.1 湖北融媒体发展特点

6.3.2 湖北融媒体发展亮点

6.3.3 湖北融媒体发展动态

6.3.4 湖北融媒体存在问题

6.3.5 湖北融媒体发展建议

6.4 北京

6.4.1 北京融媒体发展现状

6.4.2 北京融媒体中心建设

6.4.3 北京融媒体发展动态

6.4.4 北京融媒体存在问题

6.4.5 北京融媒体发展建议

6.5 上海

6.5.1 上海融媒体发展现状

6.5.2 上海融媒体发展意义

6.5.3 上海融媒体发展动态

6.5.4 上海融媒体存在难点

6.5.5 上海融媒体发展建议

6.6广州

6.6.1广州融媒体发展要求

6.6.2广州融媒体发展现状

6.6.3广州融媒体发展动态

6.6.4广州融媒体存在问题

6.6.5广州融媒体发展建议

6.7其他省市

6.7.1湖南

6.7.2四川

6.7.3吉林

6.7.4天津

第七章中国融媒体行业上市企业发展分析

7.1贵州省广播电视信息网络股份有限公司

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东方明珠新媒体股份有限公司

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

7.3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

7.4人民网股份有限公司

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

7.5新华网股份有限公司

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

7.6拓尔思信息技术股份有限公司

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

第八章中国融媒体行业发展案例分析

8.1中央广播电视总台

1、媒体融合发展简况分析

2、媒体融合产品服务分析

3、媒体融合发展现状分析

4、媒体融合竞争优势分析

8.2江苏省广播电视总台

1、媒体融合发展简况分析

2、媒体融合产品服务分析

3、媒体融合发展现状分析

4、媒体融合竞争优势分析

8.3湖南日报社

1、媒体融合发展简况分析

2、媒体融合产品服务分析

3、媒体融合发展现状分析

4、媒体融合竞争优势分析

8.4广州日报报业集团

1、媒体融合发展简况分析

2、媒体融合产品服务分析

3、媒体融合发展现状分析

4、媒体融合竞争优势分析

8.5东方网

1、媒体融合发展简况分析

2、媒体融合产品服务分析

3、媒体融合发展现状分析

4、媒体融合竞争优势分析

8.6河南广播电视台交通广播

1、媒体融合发展简况分析

2、媒体融合产品服务分析

3、媒体融合发展现状分析

4、媒体融合竞争优势分析

8.7河北交通广播

1、媒体融合发展简况分析

2、媒体融合产品服务分析

3、媒体融合发展现状分析

4、媒体融合竞争优势分析

8.8北京市延庆区融媒体中心

1、媒体融合发展简况分析

2、媒体融合产品服务分析

3、媒体融合发展现状分析

4、媒体融合竞争优势分析

第九章中国融媒体行业投资分析

9.1传统媒体产业资本运营分析

9.1.1传统媒体资本运营历程

9.1.2传统媒体资本运营困境

9.1.3传统媒体资本运营方式

9.2新兴媒体资本运营分析

9.2.1新媒体产业投资状况

9.2.2新兴媒体资本运营优势

9.2.3新兴媒体资本运营方式

9.2.4新兴媒体资本运营趋势

9.3媒体融合下资产运营分析

9.3.1媒体融合下资产运营内涵

9.3.2媒体融合下资本融合作用

9.3.3媒体融合下资产运营困境

9.4媒体融合中的风险投资分析

9.4.1媒体融合风险投资可行性

9.4.2媒体融合的风险投资方式

9.4.3风险投资进入环境培育策略

9.5媒体融合发展投资基金动态

9.5.1海南媒体融合发展投资基金

9.5.2广东南方媒体融合发展投资基金

9.5.3人民网融媒贰号股权投资基金

第十章2021-2026年中国融媒体行业发展趋势及前景预测分析

10.1中国融媒体行业发展趋势

10.1.1融媒体实践发展趋势

10.1.2融媒体短期发展趋势

10.1.3融媒体未来发展趋势

10.2中国融媒体行业发展展望

10.2.1融媒体行业发展前景

10.2.2融媒体行业发展展望

10.2.3媒体融合的远景展望

附录一：县级融媒体中心省级技术平台规范要求

图表目录

图表融媒体与新媒体的区别

图表融媒体工作流程

图表融媒体中心的四大功能

图表央视超高清视频三大阶段发展规划

图表2020年电视整体日均触达户数平稳发展

图表一线卫视电视剧及综艺节目观众规模十分可观

图表IPTV、OTT TV与广电有线电视业务竞争情况

图表广电网络业务面临电信运营商竞争

图表2017-2020年IPTV及OTT TV在电视总收视份额占比逐渐提升

图表三大电信运营商建设通信网络推动5G大规模商用策略

图表广电技术路线

图表11家地方广电已经上市情况

图表国家级广电网络公司成立以来“全国一网”整合工作加速推进

图表智慧广电建设体系

图表详见报告正文……（GY YXY）

【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年中国融媒体市场分析报告-产业深度研究与发展动向前瞻》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/guanggaochuanmei/477953477953.html>