

# 中国视听新媒体行业现状趋势与前景方向分析报告2024-2029年

产品名称	中国视听新媒体行业现状趋势与前景方向分析报告2024-2029年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

## 产品详情

中国视听新媒体行业现状趋势与前景方向分析报告2024-2029年【报告编号】：408325【出版时间】：2023年9月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元  
免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员。

第1章：中国视听新媒体行业发展背景1.1 视听新媒体行业政策环境分析1.1.1 视听新媒体行业相关政策法规1.1.2 视听新媒体行业管理现状1.1.3 视听新媒体管理趋势分析1.2 视听新媒体行业经济环境分析1.2.1 国内生产总值（GDP）增长分析1.2.2 居民收入状况分析1.2.3 城镇居民消费状况分析1.3 视听新媒体行业技术环境分析1.3.1 内容制播与发布技术1.3.2 传输网络技术1.3.3 终端技术1.3.4 其他技术第2章：中国视听新媒体行业关联产业发展分析2.1 互联网发展分析2.1.1 互联网发展状况2.1.2 互联网基础资源2.1.3 互联网应用状况2.1.4 手机网民应用状况2.1.5 互联网发展趋势分析2.2 传媒产业发展分析2.2.1 传媒产业发展概况2.2.2 传媒产业发展现状分析2.2.3 传媒产业上市公司经营情况分析2.2.4 传媒产业发展趋势分析2.3 软件产业发展分析2.3.1 2023年软件产业发展状况2.3.2 2023年软件产业经济运行情况2.3.3 软件产业发展趋势分析第3章：国内外视听新媒体行业发展现状及趋势分析3.1 国外视听新媒体行业发展现状及趋势分析3.1.1 国外视听新媒体内容服务发展现状3.1.2 国外视听新媒体传输分配渠道和接收终端发展状况3.1.3 国外视听新媒体的盈利模式3.1.4 国外视听新媒体发展存在的问题3.1.5 国外视听新媒体发展趋势3.2 国内视听新媒体行业发展现状及趋势分析3.2.1 国内视听新媒体的发展阶段3.2.2 国内视听新媒体发展规模3.2.3 国内视听新媒体发展特点3.2.4 国内视听新媒体业务形态分类3.2.5 国内视听新媒体版权发展与管理3.2.6 国内视听新媒体发展的基本经验3.2.7 国内视听新媒体发展面临的问题3.2.8 国内视听新媒体发展趋势分析第4章：中国视听新媒体各类业务发展现状及趋势分析4.1 手机电视发展现状及趋势分析4.1.1 手机电视的定义和产业链结构4.1.2 全球手机电视市场规模及用户区域分布4.1.3 智能手机终端市场分析4.1.4 中国手机电视用户规模及消费行为4.1.5 手机电视发展面临的问题及趋势4.2 IP电视发展现状及趋势分析4.2.1 IP电视的定义和主要功能4.2.2 IP电视的发展历程和基本模式4.2.3

IP电视的产业链构成及特点分析（以上海IP电视为例）4.2.4 IP电视的技术架构及播出安全监管4.2.5  
IP电视产业链的价值优化4.2.6 IP电视发展趋势分析4.3 互联网电视发展现状及趋势分析4.3.1  
互联网电视的定义和特点4.3.2 互联网电视发展概况4.3.3 互联网电视产业链的创新架构及特点4.3.4  
互联网电视行业产业价值4.3.5 互联网电视发展趋势分析4.4 移动多媒体广播电视发展现状及趋势分析4.4.1  
移动多媒体广播电视的定义和guojibiaozhun4.4.2 CMMB技术发展历程及主要特点4.4.3  
移动多媒体广播电视业务运营现状分析4.4.4 移动多媒体广播电视发展趋势分析4.5  
公共视听载体发展现状及趋势分析4.5.1 公共视听载体的定义、表现形态与实现方式4.5.2  
公共视听载体的市场规模与基本格局4.5.3 各类公共视听载体市场现状分析4.5.4  
公共视听载体的收入来源与资本运作分析4.5.5 公共视听载体的受众分析4.5.6  
公共视听载体的监管政策4.5.7 公共视听载体发展趋势分析4.6  
互联网视听节目服务发展现状及趋势分析4.6.1 互联网视听节目服务定义、特点、与分类4.6.2  
互联网视听节目服务产业链与盈利模式分析4.6.3 互联网视听节目服务经营情况4.6.4  
互联网视听节目服务发展趋势4.7 移动互联网音视频发展现状及趋势分析4.7.1  
移动互联网音视频定义及主要特性4.7.2 移动互联网音视频支撑基础——4G网络发展4.7.3  
移动互联网音视频传播模式和产业链介绍4.7.4  
移动互联网音视频发展趋势第5章：新媒体与传统媒体融合及全媒体发展分析5.1  
新媒体与传统媒体的融合发展分析5.1.1 新媒体与传统媒体融合的必然性分析5.1.2  
美国传统媒体与新媒体融合的几种方式5.1.3 电视媒体与网络媒体融合发展现状分析5.1.4  
传统媒体与新媒体融合发展趋势分析5.2 全媒体发展分析5.2.1 全媒体战略提出的背景5.2.2  
全媒体概念解析5.2.3 传统媒体选择全媒体战略的现实基础5.2.4 传统媒体实施全媒体战略的关键点5.2.5  
全媒体战略风险分析5.2.6 全媒体发展现状分析5.2.7 全媒体的发展和内容管理面临的新挑战5.2.8  
全媒体发展趋势分析5.3 北京电视台网络春晚个案分析5.3.1 北京电视台网络春晚举办概况5.3.2  
北京电视台网络春晚诞生背景5.3.3 北京电视台网络春晚运作情况5.3.4 北京电视台网络春晚差异定位5.3.5  
首届网络互动春晚的影响和启示5.4 盛大集团从游戏门户向全媒体转型个案分析5.4.1  
盛大转型的基本历程5.4.2 盛大现阶段的业务布局5.4.3 盛大成功转型的启示5.5  
华视整合车载移动电视广告资源个案分析5.5.1 华视传媒车载移动电视广告联播网的发展历程5.5.2  
车载移动电视的传播价值分析5.5.3 华视传媒的广告价值分析5.5.4 城镇化与公交优先战略为车载移动电视  
带来新机遇第6章：国内外zhiming视听新媒体运营机构与平台经营分析6.1  
国外zhiming视听新媒体运营机构与平台经营分析6.1.1 Hulu经营分析6.1.2 You Tube经营分析6.1.3  
Nicovideo经营分析6.1.4 Netflix经营分析6.1.5 VEVO经营分析6.1.6 Google TV经营分析6.1.7 iPad分析6.2  
国内zhiming视听新媒体运营机构与平台经营分析6.2.1  
上海广播电视台、上海文化广播影视集团有限公司经营分析6.2.2  
北京北广传媒集团有限公司经营分析6.2.3 凤凰新媒体经营分析6.2.4  
世通华纳传媒控股有限公司经营分析6.2.5 巴士在线股份有限公司经营分析6.2.6  
分众传媒信息技术股份有限公司经营分析6.2.7 华视传媒集团有限公司经营分析6.2.8  
北京文投航美传媒有限公司经营分析6.2.9 上海东方明珠（集团）股份有限公司经营分析6.2.10  
北京融科传媒科技有限公司经营分析6.2.11 北京炎黄健康时代传媒广告有限公司经营分析6.2.12  
湖南国邮传媒股份有限公司经营分析第7章：中国视听新媒体行业投融资分析及建议7.1  
视听新媒体行业投资特性7.1.1 视听新媒体行业进入壁垒7.1.2 视听新媒体行业经营模式7.1.3  
视听新媒体行业盈利模式7.1.4 视听新媒体行业盈利因素分析7.2 视听新媒体行业投资现状及趋势分析7.2.1  
视听新媒体创业投资现状7.2.2 传媒上市企业概况7.2.3 传媒企业上市潮解读7.2.4  
视听新媒体行业投资兼并事件分析7.2.5 视听新媒体行业投资趋势分析7.3  
视听新媒体行业融资现状及趋势分析7.3.1 视听新媒体行业融资环境变化7.3.2  
视听新媒体行业融资现状分析7.3.3 视听新媒体行业融资趋势分析7.4 视听新媒体行业投资前景7.4.1  
视听新媒体行业投资机会分析7.4.2 视听新媒体行业投资风险分析7.4.3 视听新媒体行业投资前景图表目录  
图表1：视听新媒体政策法规图表2：视听新媒体管理现状图表3：视听新媒体管理趋势图表4：2018-2023  
年二季度中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）图表5：2018-2023年中国城镇居民可支配收入  
变化情况（单位：元，%）图表6：2018-2023年中国农村居民人均纯收入变化情况（单位：元，%）图  
表7：居民收入水平tisheng对视听消费需求的影响机制图表8：2023年中国城镇家庭平均每人全年消费性支  
出结构情况（单位：%）图表9：2019-2023年中国居民消费者信心指数（单位：%）图表10：中国一线城  
市居民消费意愿（单位：%）图表11：视听新媒体内容制播与发布技术图表12：视听新媒体传输网络技

术图表13：视听新媒体终端技术图表14：视听新媒体其他技术图表15：2018-2023年中国网民规模与普及率（单位：亿人，%）图表16：2018-2023年中国手机网民规模及其占网民比例（单位：万人，%）图表17：2019-2023年中国网民上网设备使用情况（单位：%）图表18：2018-2023年中国网民平均每周上网时长（单位：小时）图表19：2019-2023年中国网民性别结构（单位：%）图表20：2019-2023年中国网民年龄结构（单位：%）图表21：2019-2023年中国网民学历结构（单位：%）图表22：2019-2023年中国网民职业结构（单位：%）图表23：2019-2023年中国网民收入结构（单位：%）图表24：2019-2023年中国网民城乡结构（单位：%）图表25：2019-2023年中国互联网基础资源（单位：个，Mbps，%）图表26：2018-2023年中国IPv6地址资源变化情况（单位：块/32）图表27：2018-2023年中国IPv4地址资源变化情况（单位：万个）图表28：2023年中国分类域名数（单位：个，%）图表29：2023年中国分类CN域名数（单位：个，%）图表30：2018-2023年中国网站数量变化（单位：万个）图表31：2018-2023年中国国际出口带宽变化情况（单位：Mbps，%）图表32：2019-2023年即时通信网民数及使用率（单位：万人，%）图表33：2019-2023年各类网络应用使用率（单位：万，%）图表34：2019-2023年手机网民各类手机应用使用率（单位：%）图表35：2019-2023年手机即时通信用户数及使用率（单位：万人，%）图表36：2019-2023年手机搜索用户数及使用率（单位：万人，%）图表37：2019-2023年手机微博用户数及使用率（单位：万人，%）图表38：2019-2023年手机网络视频用户数及使用率（单位：万人，%）图表39：2019-2023年手机网络游戏用户规模及使用率（单位：万人，%）图表40：2019-2023年手机在线支付用户规模及使用率（单位：万人，%）图表41：互联网发展趋势图表42：2018-2023年中国传媒产业市场规模及增长率（单位：亿元，%）图表43：2023年中国传媒产业各行业市场结构（单位：%）图表44：2023年中国传媒产业形态主要表现（一）（单位：亿元）图表45：2018-2023年中国传媒产业形态主要表现（单位：种，家，万户，个，万人）图表46：近年来中国报纸广告经营额、发行收入及报业总产值增长率（单位：亿元，%）图表47：报纸行业广告收入来源行业占比（单位：%）图表48：近年来中国图书销售收入及增长率（单位：亿元，%）图表49：近年来中国期刊广告经营额、发行收入及期刊业总产值增长率（单位：亿元，%）图表50：2018-2023年中国广播电视总收入及增长率（单位：亿元，%）图表51：2018-2023年中国电影票房收入及其增长率（单位：亿元，%）图表52：2018-2023年中国网络广告市场规模及增长率（单位：亿元，%）图表53：2023年中国网络广告市场媒体营收规模TOP10（单位：亿元）图表54：2018-2023年中国网络游戏用户付费市场规模（单位：亿元）图表55：中国客户端游戏与网页游戏广告投放金额对比（单位：亿元）图表56：2018-2023年中国电子商务市场交易规模及增长率（单位：万亿元，%）图表57：中国电子商务市场细分行业构成（单位：%）图表58：2018-2023年中国移动互联网市场规模（单位：亿元，%）图表59：2023年传媒行业业绩实现快速增长的原因图表60：传媒行业上市公司盈利能力（单位：%）图表61：传媒产业发展趋势图表62：2018-2023年中国软件产业收入及增长率（单位：万亿元，%）图表63：2023年中国软件产业分类收入占比（单位：%）图表64：2023年中国软件产业收入结构（单位：亿元）图表65：2023年中国软件产业产值区域分布（单位：%）图表66：中心城市软件产业产值及增长情况（单位：亿元，%）图表67：中国软件业务收入qianshi企业排名及收入情况（单位：万元，%）图表68：近年软件产业收入增长情况（单位：亿元，%）图表69：2023年软件产业分类收入占比情况（单位：%）图表70：近年来软件产业出口增长情况（单位：%）图表71：2023年全国分地区软件收入占比情况（单位：%）图表72：软件行业发展趋势图表73：全球互联网用户区域分布（单位：%）图表74：近年来在线视频占全球互联网liuliang比重图（单位：%）图表75：近年来全球在线电视和视频收入（单位：亿美元）图表76：近年来英国视听新媒体各传输网渗透率（单位：%）图表77：近年按照技术类别分的美国居民接入宽带速度所占比重（单位：%）图表78：近年全球互联网终端应用情况（单位：%）图表79：近年来全球手机用户数量及增长率（单位：亿人，%）图表80：国外视听新媒体盈利模式图表81：国外视听新媒体发展存在的问题图表82：国外视听新媒体发展趋势图表83：2023年中国视听媒体市场总规模（单位：亿元）图表84：2023年中国视听媒体受众来源及规模（亿人）图表85：中国视听媒体业务形态分类图图表86：国内视听媒体版权的特点图表87：2019-2023年网络视频用户数及使用率（单位：万人，%）图表88：2018-2023年国内视听新媒体版权分销收入预测（单位：亿元）图表89：视听新媒体版权管理的意义图表90：视听新媒体版权管理中存在的主要问题图表91：加强视听新媒体版权管理的基本思路图表92：国内视听新媒体发展的基本经验图表93：国内视听新媒体发展面临的问题图表94：国内视听新媒体发展趋势图表95：手机电视产业链图表96：手机电视产业链各环节的主要任务图表97：近年来全球手机电视市场规模及增长情况（单位：亿美元，%）图表98：近年全球主要区域手机电视用户分布情况（单位：%）图表99：2018-2023年中国智能手机出货量及增长率（单位：亿部，%）图表100：2018-2023年中国智能手机销量及增长率（单位：亿部，%）图表101：2018-2023年中国智能手机市场渗透率预测（单位：%）图表102：2023年中国智能手机主要服务网络市场占比（单位：%）图表103：2018-2023年中国手机电视用户

规模及增长（单位：万户）图表104：2018-2023年中国手机电视市场规模（单位：亿）图表105：中国手机用户选用手机电视业务形态情况（单位：%）图表106：中国移动139手机视频营销页面内容点击扣费次数排序表（单位：次，%）图表107：手机网民对手机电视节目的选择图表108：手机电视发展面临的问题图表109：IP电视主要功能图表110：“上海模式”具体情况图表111：2018-2023年中国IP电视市场规模预测及同比增长（单位：亿元，%）图表112：“上海模式”具体情况图表113：IP电视集成播控平台架构图表114：IP电视集成播控平台功能图表115：IP电视具体框架及其作用图表116：2018-2023年IP电视用户规模及预测（单位：万户）图表117：互联网电视的主要特点图表118：互联网电视服务发展阶段图表119：国内互联网电视机的主要功能及后台服务情况图表120：2018-2023年中国互联网电视销量及预测（单位：万台）