

# 中国新媒体行业发展现状与前景方向预测报告2024-2030年

|      |                                |
|------|--------------------------------|
| 产品名称 | 中国新媒体行业发展现状与前景方向预测报告2024-2030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

中国新媒体行业发展现状与前景方向预测报告2024-2030年【报告编号】：423764【出版时间】：2024年3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，具体内容及订流程欢迎咨询客服人员。

### 第1章：新媒体行业发展概述1.1 新媒体行业界定1.1.1

传统媒体和新媒体定义（1）传统媒体（2）新媒体1.1.2 新媒体行业相似概念辨析1.1.3

新媒体所属的国民经济分类1.2 新媒体行业的分类1.3 新媒体行业专业术语说明1.4

本报告研究范围界定说明1.5 本报告数据来源及统计标准说明1.5.1 本报告数据来源1.5.2

本报告研究方法 & 统计标准说明第2章：中国新媒体行业宏观环境分析（PEST）2.1

中国新媒体行业政策环境（Policy）分析2.1.1

中国新媒体行业监管体系及机构介绍（1）中国新媒体行业主管部门（2）中国新媒体行业自律组织2.1.2

中国新媒体行业标准体系建设及分析（1）中国新媒体行业标准体系建设（2）中国新媒体行业现行标准分析2.1.3 中国新媒体行业发展相关政策规划汇总及重点政策规划解读（1）中国新媒体行业相关政策汇总

（2）中国新媒体行业发展相关规划重点解读2.1.4 政策环境对中国新媒体行业发展的影响总结2.2

中国新媒体行业经济（Economy）环境分析2.2.1 中国宏观经济现状（1）中国GDP及增长情况（2）中国三次产业结构（3）中国第三产业增加值（4）中国居民消费价格（CPI）（5）中国生产者价格指数（PPI）2.2.2

中国宏观经济发展展望（1）国际机构对中国GDP增速预测（2）对中国宏观经济指标增速预测2.2.3

中国新媒体行业发展与宏观经济相关性分析2.3 中国新媒体行业社会（Society）环境分析2.3.1 中国新媒体行业社会环境分析（1）中国人口规模及增速（2）中国人口结构（3）中国城镇化水平变化1）中国城镇化现状2）中国城镇化趋势展望（4）中国居民人均可支配收入（5）中国居民人均消费支出及结构1）中国居民人均消费支出2）中国居民消费结构变化（6）中国网民规模及互联网普及率2.3.2

社会环境对新媒体行业的影响总结2.4 中国新媒体行业技术（Technology）环境分析2.4.1 新媒体行业人工智能技术分析（1）应用技术（2）应用领域（3）人工智能技术对新媒体行业发展的影响2.4.2

虚拟现实技术（1）VR+新闻（2）VR+影视（3）虚拟现实技术对新媒体行业发展的影响2.4.3

大数据技术(1)应用领域(2)大数据技术对新媒体行业发展的影响2.4.4  
5G技术(1)应用现状(2)5G技术对新媒体行业发展的影响2.4.5  
技术环境对中国新媒体行业的影响总结第3章：中国新媒体行业发展现状分析3.1  
新媒体行业发展总体概述3.1.1 新媒体行业发展历程3.1.2 新媒体传播特征分析3.1.3  
新媒体与传统媒体对比3.2 中国新媒体行业参与者类型及入场方式3.3 新媒体行业发展规模分析3.3.1  
新媒体终端规模3.3.2 新媒体用户规模(1)中国网民和手机网民数(2)不同应用领域用户规模(3)城乡互联网普及及规模统计3.3.3 新媒体人才培养规模3.3.4 新媒体行业市场规模3.4  
中国新媒体版权保护行业发展分析3.4.1 新媒体版权保护现状(1)政策环境：强化版权保护决策部署(2)行政治理：严肃版权侵权执法(3)行业环境：版权产业环境向好发展3.4.2 新媒体版权保护难点(1)新技术、新业态对现行《著作权法》提出挑战(2)新侵权行为的认定与规制(3)跨境侵权加大打击力度(4)权利人维权难问题犹存3.4.3 新媒体版权保护优化(1)司法：积极应对新环境挑战，改善权利人维权环境(2)行政：加强平台监管指导，大力打击版权侵权行为(3)媒体：承担平台监管责任，加强行业联盟合作(4)社会：提高版权问题关注度，推进版权集体管理3.5  
新媒体行业发展痛点及策略分析3.5.1 转型之痛(1)新媒体转型现状(2)新媒体转型策略3.5.2  
版权之痛(1)新媒体侵权现状分析(2)新媒体版权存在问题(3)新媒体版权保护策略3.5.3 监管之痛(1)新媒体监管政策梳理(2)新媒体监管策略建议1)建立健全相关法律法规2)进行社会调控设置基本道德底线3)加强对于虚拟环境的监测和把关4)逐步普及公众媒体素养教育第4章：中国新媒体行业竞争及投资兼并分析4.1 中国新媒体行业竞争分析4.1.1 行业主要竞争主体4.1.2 行业竞争特点4.1.3 细分领域企业竞争格局(1)短视频领域企业竞争格局(2)直播领域企业竞争格局(3)中长视频领域企业竞争格局(4)网络游戏领域企业竞争格局(5)内容社区领域企业竞争格局4.2  
中国新媒体行业投融资、兼并与重组状况4.2.1 中国新媒体行业投融资状况(1)中国新媒体行业投融资主体(2)中国新媒体行业投融资事件汇总(3)中国新媒体行业投融资数量及金额变化趋势4.2.2 中国新媒体行业兼并与重组状况(1)中国新媒体行业投资兼并与重组方式(2)中国新媒体行业投资兼并与重组主要动因(3)中国新媒体行业兼并与重组整合现状4.3 中国新媒体行业波特五力模型分析4.3.1  
中国新媒体行业供应方的议价能力4.3.2 中国新媒体行业消费者的议价能力4.3.3  
中国新媒体行业潜在进入者威胁4.3.4 中国新媒体行业替代品威胁4.3.5 中国新媒体行业现有企业竞争4.3.6  
中国新媒体行业竞争状态总结第5章：中国新媒体行业产业链及细分业务领域分析5.1  
新媒体行业产业链5.1.1 新媒体行业产业链结构概览5.1.2 新媒体行业产业链全景图谱5.2  
中国互联网营销和广告新媒体行业发展分析5.2.1 互联网营销和广告新媒体行业发展概述(1)互联网营销和广告的定义(2)互联网重点企业的营销模式(3)典型新媒体平台营销策略1)新浪微博平台2)微信平台3)Bilibili平台4)小红书平台5)抖音平台6)淘宝平台5.2.2  
互联网营销和广告新媒体行业发展现状5.2.3 互联网营销和广告新媒体行业发展趋势分析5.3  
中国网络游戏新媒体行业发展分析5.3.1 网络游戏行业发展概述5.3.2  
网络游戏行业发展现状(1)网络游戏用户规模(2)网络游戏产业收入5.3.3  
网络游戏新媒体行业发展趋势5.4 中国互联网影视新媒体行业发展分析5.4.1  
互联网影视新媒体行业发展概述5.4.2  
互联网影视新媒体行业发展现状(1)综合视频用户规模(2)综合视频营业收入(3)电影票房情况5.4.3  
互联网影视行业发展趋势前景5.5 中国电竞新媒体行业发展分析5.5.1 电竞新媒体行业发展概述5.5.2  
电竞新媒体行业发展现状5.5.3 电竞新媒体行业发展趋势前景5.6 中国直播新媒体行业发展分析5.6.1  
直播新媒体行业发展概述5.6.2  
直播新媒体行业发展现状(1)网络直播用户规模(2)网络直播行业市场规模5.6.3  
直播新媒体行业发展趋势第6章：中国新媒体行业细分媒介发展分析6.1 中国数字出版媒体发展分析6.1.1  
行业发展概况6.1.2 行业发展现状(1)数字出版电子书发展现状(2)移动出版发展现状(3)网络动漫发展现状(4)数字音乐发展现状(5)数字期刊发展现状6.1.3 行业发展趋势(1)宣传思想主阵地作用日益提升(2)云服务、人机协同将成为数字内容供给的重要模式(3)数字内容产业生态将迎来解构重塑(4)媒体深度融合发展将进一步提速6.2 中国网络媒体行业发展分析6.2.1 行业发展概况6.2.2  
行业发展现状(1)搜索引擎发展现状(2)网络游戏发展现状(3)门户和资讯广告发展现状6.2.3 行业发展趋势(1)从新技术到新产品，优质生产要素集聚发展(2)从相“加”到相“融”，形成全媒体传播新模式(3)从单一到多元文化圈层，跨界融合强化价值观引导6.3 中国移动媒体行业发展分析6.3.1  
移动网络行业发展概况(1)移动网络应用情况(2)移动网络用户规模(3)移动媒体终端分析6.3.2 移动网络行业新媒体发展现状(1)移动广告发展现状(2)移动搜索发展现状(3)移动内容社区平台发展现

状(4)移动短视频发展现状(5)移动游戏发展现状6.3.3行业发展趋势6.4  
中国新型电视媒体行业发展分析6.4.1新型电视媒体行业发展概述6.4.2新型电视媒体行业发展现状(1)  
交互式网络电视(IPTV)用户总数(2)交互式网络电视(IPTV)业务收入6.4.3  
新型电视媒体行业发展趋势前景第7章：新媒体冲击下我国媒体融合现状及趋势7.1  
我国媒体融合历程及特征7.1.1媒体融合发展历程7.1.2  
媒体融合特征(1)技术化与全能化(2)集约生产与全民生产(3)内容融合与渠道融合7.2  
我国媒体融合发展阶段及实施路径7.2.1媒体融合发展阶段分析(1)门户媒体时代：web1.0(2)社交媒体时代，web2.0(3)场景媒体时代，web3.07.2.2媒体融合机制探索7.2.3媒体融合实施路径(1)产业融合路径(2)文化融合路径(3)技术融合路径(4)跨界融合路径(5)资本融合路径(6)中西融合路径7.3  
传统媒体融合现状分析7.3.1传统媒体融合必要性分析7.3.2传统媒体融合现状分析7.3.3传统媒体融合存在问题分析(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)搭建自身内容分发平台难度较大(4)人才流失率高满员率低青黄不接(5)技术短板缚手脚高度依赖第三方7.4我国媒体融合趋势分析第8章：我国新媒体行业重点企业分析8.1  
中国新媒体行业代表性企业业务布局对比8.2中国新媒体行业代表性企业案例分析8.2.1北京字节跳动科技有限公司(1)企业基本信息(2)企业经营情况(3)企业主营业务情况(4)企业新媒体业务布局(5)企业发展新媒体业务的优劣势分析8.2.2北京kuaishou科技有限公司(1)企业基本信息(2)企业经营情况(3)企业主营业务情况(4)企业新媒体业务布局(5)企业发展新媒体业务的优劣势分析8.2.3中文在线数字出版集团股份有限公司(1)企业基本信息(2)企业经营情况1)主要经济指标分析2)企业盈利能力分析3)企业运营能力分析4)企业偿债能力分析5)企业发展能力分析(3)企业主营业务情况1)主营业务2)销售网络(4)企业新媒体业务布局(5)企业发展新媒体业务的优劣势分析8.2.4广东南方新媒体股份有限公司(1)企业基本信息(2)企业经营情况1)主要经济指标分析2)企业盈利能力分析3)企业运营能力分析4)企业偿债能力分析5)企业发展能力分析(3)企业主营业务情况1)业务结构2)销售网络(4)企业新媒体业务布局(5)企业发展新媒体业务的优劣势分析8.2.5上海东方明珠新媒体股份有限公司(1)企业基本信息(2)企业经营情况1)主要经济指标分析2)企业盈利能力分析3)企业运营能力分析4)企业偿债能力分析5)企业发展能力分析(3)企业主营业务情况1)主营业务2)销售网络(4)企业新媒体业务布局(5)企业发展新媒体业务的优劣势分析8.2.6芒果超媒股份有限公司(1)企业基本信息(2)企业经营情况1)主要经济指标分析2)企业盈利能力分析3)企业运营能力分析4)企业偿债能力分析5)企业发展能力分析(3)企业主营业务情况1)主营业务2)销售网络(4)企业新媒体业务布局(5)企业发展新媒体业务的优劣势分析8.2.7华数传媒控股股份有限公司(1)企业基本信息(2)企业经营情况1)主要经济指标分析2)企业盈利能力分析3)企业运营能力分析4)企业偿债能力分析5)企业发展能力分析(3)企业主营业务情况1)主营业务2)销售网络(4)企业新媒体业务布局(5)企业发展新媒体业务的优劣势分析8.2.8北京歌华有线电视网络股份有限公司(1)企业基本信息(2)企业经营情况1)主要经济指标分析2)企业盈利能力分析3)企业运营能力分析4)企业偿债能力分析5)企业发展能力分析(3)企业主营业务情况1)主营业务2)销售网络(4)企业新媒体业务布局(5)企业发展新媒体业务的优劣势分析8.2.9腾讯控股有限公司(1)企业基本信息(2)企业经营情况(3)企业主营业务情况(4)企业新媒体业务布局(5)企业投资版图(6)企业发展新媒体业务的优劣势分析8.2.10微博股份有限公司(1)企业基本信息(2)企业经营情况(3)企业主营业务情况(4)企业新媒体业务布局(5)企业发展新媒体业务的优劣势分析第9章：中国新媒体行业市场前景展望与投资建议9.1  
中国新媒体行业发展潜力分析9.1.1中国新媒体行业发展现状总结9.1.2中国新媒体行业影响因素总结9.1.3中国新媒体行业进入壁垒分析(1)资金壁垒(2)技术壁垒(3)政策壁垒(4)人才壁垒9.1.4中国新媒体行业发展潜力评估9.2新媒体行业发展前景与趋势分析9.2.1新媒体行业发展前景9.2.2新媒体行业发展趋势(1)云服务/人机协同成为内容供给的重要模式(2)短视频/网络直播成为建设的着力点(3)数字内容产业将迎来解构重塑(4)媒体深度融合发展将进一步提速9.3  
中国新媒体行业投资机会及投资风险分析9.3.1  
中国新媒体行业投资机会分析(1)细分市场投资机会分析(2)新媒体行业技术领域投资机会分析9.3.2  
中国新媒体行业投资风险分析(1)法律法规风险(2)市场经营风险(3)资本运营风险(4)经营风险(5)宏观经济风险9.4新媒体行业投资建议和可持续发展分析9.4.1中国新媒体行业投资建议9.4.2中国新媒体行业可持续发展建议图表目录图表1：传统媒体的形式图表2：国家统计局对于新媒体行业的分类图表3：新媒体分类图表4：新媒体行业专业术语说明图表5：本报告研究范围界定图表6：本报告quanwei数据资料来源汇总图表7：本报告的主要研究方法及统计标准说明图表8：中国新媒体行业监管体系构成图表9：中国新媒体行业主管部门图表10：中国新媒体行业自律组织图表11：截至2023年中国新媒体标准行

业标准体系建设（单位：项）图表12：截至2023年中国新媒体行业现行国家标准（部分列举）图表13：截至2023年中国新媒体行业现行行业标准（部分列举）图表14：截至2023年中国新媒体行业现行地方标准（部分列举）图表15：截至2023年中国新媒体行业现行团体标准（部分列举）图表16：截至2023年中国新媒体行业现行企业标准图表17：截至2023年中国新媒体行业相关发展政策汇总图表18：《网信系统法治宣传教育第八个五年规划（2023-2028年）》与新媒体行业相关的主要内容图表19：政策环境对中国新媒体行业发展的影响总结图表20：2010-2023年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）图表21：2010-2023年中国三次产业结构（单位：%）图表22：2010-2023年中国第三产业增加值及增速（单位：万亿元，%）图表23：2019-2023年中国CPI变化情况（单位：%）图表24：2019-2023年中国PPI变化情况（单位：%）图表25：部分国际机构对2024年中国GDP增速的预测（单位：%）图表26：2024年中国宏观经济核心指标预测（单位：%）图表27：行业发展与宏观经济相关性分析图表28：2011-2023年中国人口规模及自然增长率（单位：万人，‰）图表29：2011-2023年中国人口年龄结构（单位：%）图表30：2011-2023年中国城镇人口规模及城镇化率（单位：万人，%）图表31：中国城市化进程发展阶段图表32：2010-2023年中国居民人均可支配收入（单位：元）图表33：2010-2023年中国居民人均消费支出（单位：元）图表34：2013-2023年中国居民人均消费支出结构（单位：%）图表35：2017-2023年中国网民规模与普及率情况（单位：亿人，%）图表36：社会环境对新媒体行业发展的影响总结图表37：在新媒体应用的人工智能技术图表38：人工智能在新媒体领域的应用图表39：人工智能技术对新媒体行业发展的影响分析图表40：VR在影视领域的应用现状图表41：虚拟现实技术对新媒体行业发展的影响分析图表42：大数据在传媒产业中的应用领域图表43：大数据对新媒体行业发展的影响分析图表44：5G技术在新媒体行业应用现状分析图表45：5G技术对新媒体行业发展的影响分析图表46：技术环境对新媒体行业发展的影响总结图表47：中国新媒体行业发展历程图表48：新媒体传播特征分析图表49：新媒体与传统媒体营销对比图表50：中国新媒体行业参与者类型图表51：2015-2023年中国新媒体终端产品规模（单位：万台，亿部）图表52：2020-2023年中国新媒体终端互联网接入设备使用情况（单位：%）图表53：2027-2023年中国网民及手机网民数统计（单位：亿人）图表54：2020-2023年中国新媒体各个领域用户规模统计（单位：亿人，%）图表55：2218-2023年中国城乡地区互联网普及率（单位：%）图表56：中国数字出版各个领域用人需求比例（单位：%）图表57：2018-2023年中国新媒体行业规模及增速统计（单位：亿元）图表58：中国新媒体行业细分市场收入结构对比（单位：%）图表59：2017-2023年中国网络版权产业市场规模及增速统计（单位：亿元，%）图表60：中国加强qukuailian在司法领域应用图表61：中国媒体融合行业监管体制图表62：中国媒体融合行业监管体制图表63：中国新媒体版权保护策略图表64：中国新媒体相关政策梳理图表65：中国新媒体监管难题原因图表66：新媒体行业竞争主体发展现状图表67：新媒体行业竞争特点图表68：中国新媒体行业短视频领域企业竞争格局（单位：亿人）图表69：中国新媒体行业直播领域企业竞争格局图表70：中国新媒体行业中长视频领域企业竞争格局（单位：亿人）图表71：中国新媒体行业网络游戏领域企业竞争格局（单位：亿元）图表72：中国新媒体行业网络内容社区领域企业竞争格局（单位：亿人）图表73：中国新媒体行业资金来源及投融资主体类别描述图表74：2023年中国新媒体行业投融资发展状况图表75：2011-2023年中国新媒体行业投融资数量及金额变化情况（单位：起，亿元）图表76：新媒体行业投资兼并与重组方式图表77：截至2023年中国新媒体企业收购情况汇总表78：上游供应方对中国新媒体行业的议价能力图表79：下游客户对中国新媒体行业的议价能力图表80：中国新媒体行业潜在进入者威胁图表81：中国新媒体行业现有企业竞争图表82：中国新媒体行业竞争状态分析图表83：新媒体行业产业链图表84：新媒体行业全景图谱图表85：新媒体营销产业链角色总览图表86：中国新媒体平台特点及营销形式图表87：新媒体营销平台概览图表88：新浪微博平台新媒体营销策略图表89：微信平台新媒体营销策略图表90：Bilibili平台新媒体营销策略图表91：小红书平台新媒体营销策略图表92：抖音平台新媒体营销策略图表93：kuaishou平台新媒体营销策略图表94：淘宝平台新媒体营销策略图表95：2020-2023年中国主要互联网公司营销和广告收入图表96：2018-2023年中国互联网广告市场规模及增速（单位：亿元，%）图表97：互联网营销和广告新媒体行业发展趋势分析图表98：中国网络游戏新媒体行业主体图表99：2018-2023年中国网络游戏用户规模及使用率（单位：亿人，%）图表100：2016-2023年中国游戏收入及增速（单位：亿元，%）图表101：2016-2023年中国游戏细分市场占比（单位：%）图表102：网络游戏新媒体行业发展趋势分析图表103：中国互联网影视新媒体行业主体图表104：2018-2023年中国网络视频（含）用户规模及使用率（单位：亿人，%）图表105：2018-2023年中国综合视频市场规模（单位：亿元）图表106：2016-2023年中国电影票房收入及增速（单位：亿元，%）图表107：互联网影视新媒体行业发展趋势分析图表108：中国电竞新媒体行业主体图表109：2016-2023年中国电竞游戏市场规模及增速（单位：亿元，%）图表110：电竞新媒体行业发展趋势分析图表111：中国直播新媒体行业主体图表112：2018-2023年中国网络直播用户规模及使用率（单位：亿人，%）图表113：2023

年中国各类型网络直播用户规模及使用率（单位：亿人，%）图表114：2018-2023年中国网络直播行业市场  
规模及增速（单位：亿元，%）图表115：直播新媒体行业发展趋势分析图表116：2016-2023年中国数  
字化阅读接触率变化情况（单位：%）图表117：2016-2023年中国数字出版产业规模（单位：亿元）图表  
118：2016-2023年中国电子书收入规模变化情况（单位：亿元）图表119：2016-2023年中国移动出版行业  
收入规模变化情况（单位：亿元）图表120：2016-2023年中国网络动漫行业收入规模变化情况（单位：亿  
元）