

中国互联网+传媒行业发展现状分析及投资前景预测报告2024-2030年

产品名称	中国互联网+传媒行业发展现状分析及投资前景预测报告2024-2030年
公司名称	北京华商纵横信息咨询中心
价格	6000.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区亚运村四方大厦
联系电话	188-11718743 13621060192

产品详情

章 电子商务与“互联网+” 8节 电子商务发展分析 8一、电子商务基本定义
8二、电子商务发展阶段 8三、电子商务基本特征 9四、电子商务支撑环境
10五、电子商务基本模式 13 (一) 电子商务分类 13 (二) 电子商务功能
14 (三) 电子商务运营模式 16六、电子商务规模分析 19第二节 “互联网+”的相关概述
19一、“互联网+”的提出 19二、“互联网+”的内涵 20三、“互联网+”的发展
21四、“互联网+”的评价 23五、“互联网+”的趋势 25第二章
互联网环境下传媒行业的机会与挑战 27节 中国互联网环境分析 27一、网民基本情况分析
27 (一) 总体网民规模 27 (二) 手机网民规模 27 (三) 城乡网民规模
28 (四) 网络扶贫成效 29 (五) 非网民现状分析 30二、网民互联网应用状况
31 (一) 信息获取情况分析 32 (二) 商务交易发展情况 35 (三) 交流沟通应用分析
39 (四) 远程办公应用分析 42 (五) 网络金融应用分析 43 (六) 网络娱乐应用分析
45 (七) 公共服务应用分析 50三、移动互联网应用状况 55第二节
互联网环境下传媒行业的机会与挑战 55一、互联网时代行业大环境的变化
55二、互联网打破线下交易的限制 57三、电商成为传统企业发展突破口 57第三节
互联网传媒行业的改造与重构 58一、互联网重构行业的供应链格局
58二、互联网改变生产厂商营销模式 58三、互联网导致行业利益重新分配 58第四节
传媒与互联网融合创新机会孕育 59一、电子商务消费环境趋势分析
59二、互联网技术对行业支撑作用 60三、电商黄金发展期机遇分析 60第三章
传媒行业发展现状分析 61节 传媒行业发展现状分析 61一、传媒行业产业政策分析
61二、传媒行业发展现状分析 64三、传媒行业主要企业分析
66四、传媒行业市场规模分析 67第二节 传媒行业市场前景分析
67一、传媒行业发展机遇分析 67二、传媒行业市场规模预测

69三、传媒行业发展前景分析 70第四章 中国移动电商、短视频与直播电商发展现状 71节
移动电子商务发展情况 71一、移动电子商务市场行业特征
71二、移动电子商务市场发展现状 71三、移动电子商务市场交易规模
72四、移动电子商务用户规模分析 72五、移动电子商务发展趋势分析 73第二节
短视频行业发展情况 74一、短视频行业发展现状 74二、短视频行业市场规模
75三、短视频行业用户规模 75四、短视频应用发展情况 76（一）独立平台发展情况
76（二）综合平台发展情况 78五、短视频行业布局情况 78六、短视频行业发展趋势
79第三节 直播电商行业发展情况 80一、直播电商产业链分析
80二、直播电商行业发展现状 81三、直播电商行业市场规模
84四、直播电商行业用户规模 85五、直播电商行业投资情况
86六、直播电商行业发展趋势 88第五章 传媒行业市场规模与电商未来空间预测 91节
传媒电商市场规模与渗透率 91一、传媒电商总体开展情况
91二、传媒电商发展的重要意义 91三、传媒电商渠道渗透率分析 92第二节
传媒电商行业盈利能力分析 92一、传媒电子商务发展有利因素
92二、传媒电子商务发展制约因素 93三、传媒电商行业经营成本分析
94四、传媒电商行业盈利模式分析 94第三节 传媒电商行业未来前景及趋势预测
94一、传媒电商行业市场前景分析 94二、传媒电商未来发展趋势分析 95第六章
传媒企业互联网战略体系构建及平台选择 96节 传媒企业转型电商构建分析
96一、传媒电子商务关键环节分析 96（一）产品采购与组织 96（二）电商网站建设
96（三）网站品牌建设及营销 96（四）服务体系 96（五）网站增值服务
96二、电子商务网站构建 97（一）网站域名申请 97（二）网站运行模式
97（三）网站开发规划 99（四）网站需求规划 99第二节 传媒企业转型电商发展途径
100一、电商B2B发展模式 100二、电商B2C发展模式 101三、电商O2O发展模式 101第三节
传媒企业转型电商平台选择分析 102一、自建商城网店平台 102（一）自建商城概况分析
102（二）自建商城优势分析 102二、借助第三方网购平台 103（一）电商平台的优劣势
103（二）电商平台盈利模式 106三、电商服务外包模式分析
107（一）电商服务外包的优势 107（二）电商服务外包可行性
107（三）电商服务外包前景 108第七章 传媒主流网站平台及主要企业分析 110节 传播易
110一、平台发展基本情况 110二、平台主营业务分析 110三、平台运营模式分析
110四、平台发展优势分析 111第二节 易播网 112一、平台发展基本情况
112二、平台主营业务分析 112三、平台业务分布情况 113四、平台发展优势分析
113第三节 鹰目网 113一、平台发展基本情况 113二、平台主要功能分析
114三、平台业务分布情况 115四、平台发展优势分析 116第四节
华谊兄弟传媒股份有限公司 116一、企业基本情况分析 116二、企业主营业务分析
116三、企业经营情况分析 117四、企业销售网络分析 118五、企业竞争优势分析
118第五节 浙江华策影视股份有限公司 121一、企业基本情况分析
121二、企业主营业务分析 121三、企业经营情况分析 122四、企业竞争优势分析
123五、企业发展战略分析 125第六节 中视传媒股份有限公司 126一、企业基本情况分析
126二、企业主营业务分析 126三、企业经营情况分析 128四、企业竞争优势分析
129五、企业发展战略分析 130第八章 传媒企业进入互联网领域投资策略分析 133节
中国传媒产业投资风险分析 133一、宏观经济风险 133二、宏观政策风险
133三、市场竞争风险 133四、技术创新风险 133第二节 传媒企业电子商务市场投资要素
134一、企业自身发展阶段的认知分析 134二、企业开展电子商务目标的确定
135三、企业电子商务发展的认知确定 137四、企业转型电子商务的困境分析 138第三节

传媒企业电商市场策略分析 140一、 电商化总策略 140二、 O2O电商模式 141三、 B2B网站
141