

2026-2031年中国互联网+全数字电台行业市场调研及投资前景预测报告

报告简介

随着我国数字化和网络化的不断普及和拓展，广播电台传播方式的多元化也取得快速的进展。但是同上世纪相比，广播电台的受众比率却呈逐年下滑的态势，由上世纪七十年代之前的第一媒体衰变为现今的弱势媒体，电视、互联网、移动网、电子报刊等通过发布快速、内容丰富等特点冲击广播电台最后的阵地，逆境中谋转变、求发展更难。一代代广播人为了振兴、复兴广播电台昔日的辉煌，殚精竭虑。但从目前的结果来看，广播业相对的进步速度落后于同业的发展速度。同时由于我国广播电台存在市场营销手段不完善、政治体制遗留等诸多问题和弊端，使得广播的发展也呈现出各种不同的态势，南北方、东西部发展明显不均衡，节目内容严格受限，缺乏新意，难以有所拓展。

但是随着中国私家车爆炸式的增长，给广播电台的发展带来了新的机遇，直接造就了大量只是适合接受广播的特殊媒体场景——司机这个用户群体由于专注驾车而导致视觉受限，只能通过听觉获得额外的信息，这也使得该群体非常的忠诚，于是，广播媒体重新找到商业模式，也坚持到了今天。

但是司机群体不得不被动的接受广播电台的卖方市场，收听节目缺乏受众的主动选择。面对新兴媒体的挑战以及传媒格局的改变，中国广播业应该积极进取，不但要增加节目数量、丰富节目内容、加速与新媒体的融合，还要克服产业链条单一的缺陷，充实广播电台的经营方式，在整体上做强、做大。借助我国互联网+时代的转型大势，创新谋变，开创广播电台新时代。

从总体上看，在互联网的冲击下，广播电台业也做出了相应的调整，由以往单一的节目内容转向了更为丰富的空间，节目也更具有内涵，一些专业电台如：交通台、音乐台、娱乐台、新闻台、信息台、经济台等将过去大而杂的乱炖播报内容进行了分类整合，并且在播放的形式上也逐渐充满看点——由过去口水+耳麦的一言堂模式，向听众互动、专家咨询、嘉宾讲解、听友点播等多种主持形式转变；从广播互动的主体上看，新增了交通部门、市府机关、知名企业等嘉宾客座单元，通过播报路况、整改进度、社会招聘等环节为人民群众的日常生活服务，此外，广播电台业也在每天的固定时段设定节目，为听众服务的角

度着眼，加开各类新闻热线对百姓生活领域进行覆盖，以提高节目的收听率。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国互联网+全数字电台及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国互联网+全数字电台发展状况和特点，以及中国互联网+全数字电台行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对互联网+全数字电台发展态势作了详细分析，并对互联网+全数字电台进行了趋向研判，是互联网+全数字电台经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前互联网+全数字电台发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 行业运行现状

第一章 中国互联网+全数字电台行业概述

第一节 互联网+全数字电台行业概念界定

一、互联网+的提出及内涵

1、互联网+的提出

2、互联网+的内涵

二、互联网+全数字电台行业的内涵

第二章 中国互联网+全数字电台行业发展背景

第一节 中国互联网+全数字电台行业政策背景分析

一、行业管理体制分析

二、行业发展规划分析

三、行业政策动向分析

四、政策环境对行业的影响

第二节 中国互联网+全数字电台行业经济背景分析

一、宏观经济环境分析

二、关联产业发展背景

1、中国电子商务发展状况分析

2、中国大数据产业发展状况分析

3、中国互联网产业发展状况分析

4、关联产业发展对行业的影响

第三节 中国互联网+全数字电台行业技术背景分析

一、云计算技术发展现状及未来趋势分析

二、物联网技术发展现状及未来趋势分析

三、通信技术的发展现状及未来趋势分析

四、互联网相关技术对行业的影响总结

第二部分 行业深度分析

第三章 中国互联网+全数字电台行业运行现状

第一节 中国互联网+全数字电台行业市场发展阶段分析

一、行业发展阶段的研究

二、行业细分阶段发展特点

第二节 互联网给全数字电台行业带来的冲击和变革分析

一、行业大环境变化分析

二、行业带来的突破机遇分析

三、行业带来的挑战分析

四、行业融合创新机会分析

第三节 中国互联网+全数字电台行业市场发展现状分析

一、中国互联网+全数字电台行业投资布局分析

1、行业投资切入方式

2、行业投资规模分析

3、行业投资业务布局

二、全数字电台行业目标客户互联网渗透率分析

三、中国互联网+全数字电台行业市场规模分析

四、中国互联网+全数字电台行业竞争格局分析

1、行业参与者结构

2、行业竞争者类型

3、行业市场占有率

第四章 中国互联网+全数字电台行业市场发展前景分析

第一节 中国互联网+全数字电台行业市场发展前景分析

一、行业市场增长动力分析

二、行业市场发展瓶颈剖析

三、行业市场发展趋势分析

第二节 中国全数字电台行业电商发展现状及前景预测

一、行业电商总体开展情况

二、行业电商交易规模分析

三、行业电商产品/服务品类

四、行业电商盈利情况分析

五、行业电商市场现存问题

六、行业电商市场趋势分析

七、行业电商市场规模预测

第五章 中国互联网+全数字电台商业模式创新策略

第一节 关于商业模式研究的基本思想介绍

一、商业模式的定义及与其他模式的比较

二、商业模式的核心构成要素及构建流程

第二节 中国互联网+全数字电台行业市场定位创新分析

一、中国全数字电台行业消费者特征分析

二、中国全数字电台行业企业主流的市场定位分析

三、互联网对全数字电台行业市场定位的变革分析

四、互联网下全数字电台行业市场定位优秀案例分析

第三节 中国互联网+全数字电台行业价值主张创新分析

一、中国全数字电台行业主要的客户价值主张要素分析

二、互联网+全数字电台行业价值主张创新策略分析

1、全数字电台行业企业如何利用互联网升级产品使用体验

2、全数字电台行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验

3、全数字电台行业企业如何利用互联网节约客户成本

三、互联网+全数字电台行业价值主张创新优秀案例

第六章 中国互联网+全数字电台行业渠道创新分析

第一节 中国互联网+全数字电台行业渠道通路创新分析

一、中国全数字电台行业渠道通路的主要类别及特点分析

- 1、价值传递通路的定义及特点
- 2、产品销售渠道的定义及特点
- 3、现有渠道通路特点的优势及不足
- 4、互联网对渠道通路的改造分析
- 二、互联网对全数字电台行业渠道通路的颠覆性变革分析
- 三、互联网+全数字电台行业网络媒体广告宣传策略分析
- 四、互联网+全数字电台行业电商渠道构建策略分析
- 五、互联网+全数字电台行业渠道通路创新优秀案例

第二节 中国互联网+全数字电台行业客户关系创新分析

- 一、中国全数字电台行业客户关系的类别及关系成本分析
 - 1、全数字电台行业客户关系的类别分析
 - 2、全数字电台行业客户关系成本分析
- 二、行业客户关系创新路径分析
- 三、行业客户关系创新优秀案例

第三节 中国互联网+全数字电台行业收入来源创新分析

- 一、中国全数字电台行业收入的主要来源渠道及特点
- 二、中国互联网+全数字电台行业收入来源的创新分析
- 三、中国互联网+全数字电台行业收入来源创新优秀案例

第四节 中国互联网+全数字电台行业合作伙伴创新分析

- 一、中国全数字电台行业主要的合作伙伴及其特点分析
- 二、互联网如何改变全数字电台行业合作伙伴结构
- 三、互联网下全数字电台行业新增合作伙伴的特点

四、互联网下全数字电台行业新增合作伙伴优秀案例

第五节 中国互联网+全数字电台行业成本机构优化分析

一、中国全数字电台行业主要成本结构及特点分析

二、互联网如何改变全数字电台行业成本结构

三、互联网下全数字电台行业成本结构的优化路径

四、互联网下全数字电台行业成本结构优化优秀案例

第七章 国外互联网+全数字电台行业商业模式分析

第一节 国外互联网+全数字电台行业商业模式优秀案例剖析

一、案例一

(1)基本信息分析

(2)经营情况分析

(3)利模式分析

(4)商业模式评价

二、案例二

(1)基本信息分析

(2)经营情况分析

(3)盈利模式分析

(4)商业模式评价

三、案例三

(1)基本信息分析

(2)经营情况分析

(3)盈利模式分析

(4)商业模式评价

第三部分 行业竞争格局

第八章 中国全数字电台行业企业电商发展战略及运行模式选择

第一节 中国全数字电台行业企业电商战略规划分析

- 一、全数字电台企业电商如何正确定位
- 二、全数字电台电商核心业务确定策略
- 三、全数字电台企业电商化组织变革策略

第二节 中国全数字电台行业典型电商发展模式总体分析

- 一、中国电子商务主流模式分析
- 二、B2B电商模式及其优劣势分析
 - 1、B2B电商模式的特点
 - 2、B2B电商模式的适用范围
 - 3、B2B电商模式的优秀案例
 - 4、B2B电商模式的优劣势
- 三、B2C电商模式及其优劣势分析
 - 1、B2C电商模式的特点
 - 2、B2C电商模式的适用范围
 - 3、B2C电商模式的优秀案例
 - 4、B2C电商模式的优劣势
- 四、C2C电商模式及其优劣势分析
 - 1、C2C电商模式的特点
 - 2、C2C电商模式的适用范围

3、C2C电商模式的优秀案例

4、C2C电商模式的优劣势

五、O2O电商模式及其优劣势分析

1、O2O电商模式的特点

2、O2O电商模式的适用范围

3、O2O电商模式的优秀案例

4、O2O电商模式的优劣势

六、中国全数字电台行业最优电商模式的选择

第三节 中国全数字电台行业企业电商切入模式及发展路径

一、模式一

1、特点及优劣势

2、业务布局分析

3、渠道通路分析

4、收入来源分析

5、关键资源能力分析

6、经营风险分析

7、优秀案例分析

二、模式二

1、特点及优劣势

2、业务布局分析

3、渠道通路分析

4、收入来源分析

5、关键资源能力分析

6、经营风险分析

7、优秀案例分析

三、模式三

1、特点及优劣势

2、业务布局分析

3、渠道通路分析

4、收入来源分析

5、关键资源能力分析

6、经营风险分析

7、优秀案例分析

第四节 中国全数字电台行业移动电商切入路径及典型产品

一、中国全数字电台行业移动电商的商业价值分析

1、移动电商的商业价值分析

2、中国移动互联网发展现状

3、中国移动互联网前景预测

二、中国全数字电台行业移动电商市场发展现状

三、中国全数字电台行业移动电商市场切入路径

四、中国全数字电台行业移动电商典型产品形式

五、中国全数字电台行业移动电商发展趋势及前景

第九章 中国互联网+全数字电台商业模式创新优秀案例深度剖析

第一节 案例一

- 一、基本信息分析
- 二、经营情况分析
- 三、产品/服务分析
- 四、盈利模式分析
- 五、渠道通路分析
- 六、合作伙伴分析
- 七、融资情况分析
- 八、商业模式评价

第二节 案例二

- 一、基本信息分析
- 二、经营情况分析
- 三、产品/服务分析
- 四、盈利模式分析
- 五、渠道通路分析
- 六、合作伙伴分析
- 七、融资情况分析
- 八、商业模式评价

第三节 案例三

- 一、基本信息分析
- 二、经营情况分析
- 三、产品/服务分析
- 四、盈利模式分析

五、渠道通路分析

六、合作伙伴分析

七、融资情况分析

八、商业模式评价

第四节 案例四

一、基本信息分析

二、经营情况分析

三、产品/服务分析

四、盈利模式分析

五、渠道通路分析

六、合作伙伴分析

七、融资情况分析

八、商业模式评价

第五节 案例五

一、基本信息分析

二、经营情况分析

三、产品/服务分析

四、盈利模式分析

五、渠道通路分析

六、合作伙伴分析

七、融资情况分析

八、商业模式评价

第四部分 行业战略研究

第十章 中国大型企业互联网+全数字电台企业经营策略及投资布局分析

第一节 相关上市公司互联网+全数字电台投资布局

一、企业一

- 1、企业基本信息分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业互联网+全数字电台投资布局
- 4、企业互联网+全数字电台产品/服务分析
- 5、企业最新发展动向

二、企业二

- 1、企业基本信息分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业互联网+全数字电台投资布局
- 4、企业互联网+全数字电台产品/服务分析
- 5、企业最新发展动向

三、企业三

- 1、企业基本信息分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业互联网+全数字电台投资布局
- 4、企业互联网+全数字电台产品/服务分析
- 5、企业最新发展动向

四、企业四

- 1、企业基本信息分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业互联网+全数字电台投资布局
- 4、企业互联网+全数字电台产品/服务分析
- 5、企业最新发展动向

五、企业五

- 1、企业基本信息分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业互联网+全数字电台投资布局
- 4、企业互联网+全数字电台产品/服务分析
- 5、企业最新发展动向

第二节 大型互联网企业互联网+全数字电台投资布局

一、阿里巴巴

- 1、企业基本信息分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业互联网+全数字电台投资布局
- 4、企业互联网+全数字电台产品/服务分析
- 5、企业最新发展动向

二、百度公司

- 1、企业基本信息分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业互联网+全数字电台投资布局

4、企业互联网+全数字电台产品/服务分析

5、企业最新发展动向

三、腾讯公司

1、企业基本信息分析

2、企业经营情况分析

3、企业互联网+全数字电台投资布局

4、企业互联网+全数字电台产品/服务分析

5、企业最新发展动向

第十一章 中国互联网+全数字电台行业市场投融资机会及投资建议

第一节 中国互联网+全数字电台行业投资特性及风险

一、互联网+全数字电台行业投资壁垒分析

1、政策壁垒

2、技术壁垒

3、市场壁垒

二、互联网+全数字电台行业投资特性分析

三、互联网+全数字电台行业投资风险分析

第二节 中国互联网+全数字电台行业投融资现状及趋势

一、中国互联网+全数字电台行业投资现状及趋势

1、中国互联网+全数字电台行业投资主体结构

2、各投资主体核心资源分析

3、各投资主体投资方式分析

4、各投资主体投资规模分析

5、主要投资事件分析

6、各投资主体投资趋势分析

二、中国互联网+全数字电台行业融资现状及趋势

1、中国互联网+全数字电台行业融资主体构成

2、各融资主体核心资源分析

3、各融资主体融资方式分析

4、各融资主体融资规模分析

5、主要融资事件及用途

6、各融资主体融资趋势分析

第三节 中国互联网+全数字电台行业投资机会及投资建议

图表目录

图表：中国互联网+全数字电台行业投资规模

图表：中国互联网+全数字电台行业市场规模

图表：中国互联网+全数字电台行业市场占有率

图表：中国电子商务市场规模

图表：中国电子商务主流模式分析

图表：2021-2026年百度公司资产负债表

图表：2021-2026年百度公司现金流量表

图表：2021-2026年百度公司主营业务构成分析

图表：2021-2026年阿里巴巴公司资产负债表

图表：2021-2026年阿里巴巴公司现金流量表

图表：2021-2026年阿里巴巴公司主营业务构成分析

图表：2021-2026年阿里巴巴公司利润表分析

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：12425

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170125/12425.shtml>

在线订购：[点击这里](#)