2026-2031年中国传媒行业全景调研与发展战略报告

报告简介

所谓传媒是指“大众传播媒介”。广义的大众传媒包括报纸、杂志、电视、广播、电影、图书、音像制品以及正在迅速崛起的互联网络。其中报刊、电视、广播与互联网是四种主要的新闻信息传播媒介。作为社会信息传播的媒介，传媒业涵盖了信息生产、加工、传播等领域，具有典型的信息服务业的特征;同时，传媒的信源(即各媒体所传播的内容)具有强烈的文化、人文特征，使得传媒业也属于文化产业的一部分。因此可以将传媒业归为信息服务业与文化产业交叉的一个边缘性产业。

近年来，电视、互联网及移动媒体成为产业增长的主要支柱。传统媒体和新媒体的角力更加白热化，互联网及移动媒体行业收入的增长幅度领跑各细分市场，市场份额超越传统媒体，网络广告市场规模也追平电视媒体，新媒体对传统媒体的替代作用愈发明显。

2019年，全球娱乐及传媒产业总产值达到2.2万亿美元，2018年至2023年的年复合增长率将达4.3%。

2019年，受整体经济环境及中美贸易摩擦等因素的影响，中国传媒产业虽保持了增长态势，总产值达到22625.4亿元，但增速首次跌破两位数，为7.95%，是近十多年最低。

不同媒介形态的行业发展特征各异。广播电视广告收入、报刊收入持续下滑，而网络视听、网络游戏等保持增长优势。技术赋能下，网络广告将继续保持增长态势，社交媒体和视频媒体将分配到更多的数字营销预算。

在全球范围内，传统报业持续受到新兴媒介产业的压力，收入不断萎缩。未来一段时间内，全球传媒产业将有以下几个发展趋势：新兴数字传媒产品市场规模不断扩大，传统传媒产品加快了数字化转型和探索的步伐;人工智能算法使得传媒产品可以精准匹配内容与受众，推动传媒产品愈趋个性化;全球数据消费的激增，各类数据安全隐私问题将社交媒体巨头推至风口浪尖;在未来的几年中，媒体融合仍将是全球传媒及娱乐产业发展的主旋律。

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、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、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纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国传媒市场进行了分析研究。报告在总结中国传媒行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国传媒行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为传媒企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 传媒行业发展综述 1

第一节 传媒产业定义 1

一、传媒产业定义 1

二、传媒产业分类 1

三、传媒产业地位与作用 1

四、传媒产业的本质属性 2

第二节 传媒行业特点 4

一、相对垄断性 4

二、独特的赢利模式 5

三、良好的赢利能力 6

四、显著的规模效益及多元化效益 16

第三节 新时期传媒产业社会角色定位的特征 16

一、实体组织和事业单位双重地位 16

二、个体和社会双重身份 16

三、传播及经营双重功能 17

四、国内及国际双重领域 18

第四节 传媒业的价值分析 19

一、传媒的产业价值 19

二、媒体公信力具有社会价值 20

三、媒体亲和力蕴含的文化价值 22

四、传媒产品创新价值特征 24

五、传媒产品创新价值效度 29

第五节 中国传媒产业的经济特征分析 35

一、政治商业及公益经济 35

二、注意力和影响力经济 37

三、规模经济和范围经济 38

四、明星经济和娱乐经济 39

五、传媒产业是富人经济 39

六、文化产业和信息产业 40

七、传媒产业的本质属性 40

第六节 大众传媒与金融监管 41

一、大众传媒和政府金融监管的关系 41

二、大众传媒在金融监管中的积极影响 42

三、大众传媒对金融监管的负面作用 46

四、发挥大众传媒在金融监管中作用的策略 48

第二章 传媒行业市场环境及影响分析 53

第一节 传媒行业政治法律环境 53

一、行业主要法律法规 53

二、政策环境对行业的影响 53

第二节 行业经济环境分析 54

一、国际宏观经济形势分析 54

二、国内宏观经济形势分析 59

1、2021-2026年国民经济总体保持平稳发展 59

2、经济运行中的结构性问题仍然突出 60

3、国际经济环境对我国经济发展影响中性偏差 62

4、我国仍具备保持中高速增长的条件 63

5、2021-2026年宏观经济形势预测和调控目标 64

6、宏观调控思路和政策取向 66

三、宏观经济环境对行业的影响分析 68

第三节 行业社会环境分析 69

一、传媒产业社会环境 69

1、居民收入分析 69

2、居民文化娱乐支出分析 71

3、居民文化消费理念分析 72

4、传媒市场“碎片化” 73

二、社会环境对行业的影响 74

三、传媒产业发展对社会发展的影响 75

第四节 传媒产业规制体系变革与中国面向的问题反思 76

一、分类改革的难度 76

二、传媒产业规制内涵演进 77

三、有效规制 80

四、问题梳理与中外经验异同 83

第二部分 行业深度分析

第三章 国际传媒行业发展分析及经验借鉴 87

第一节 全球传媒市场总体情况分析 87

一、全球传媒行业的发展特点 87

二、2021-2026年全球传媒市场结构 87

三、2021-2026年全球传媒行业发展分析 88

四、2021-2026年全球传媒行业竞争格局 88

五、2021-2026年全球传媒市场区域分布 89

六、2021-2026年国际重点传媒企业运营分析 90

第二节 全球传媒产业发展现状分析 91

一、全球报纸产业发展分析 91

二、全球电影产业发展分析 94

三、全球移动互联网发展分析 98

四、全球电子商务发展分析 100

五、全球广告产业发展分析 102

六、世界传播格局的变化分析 104

七、部分传媒对于利益冲突的规范 109

八、中西方媒体和政府之间的关系 112

第三节 欧美传媒产业规则及模式分析 116

一、传媒产业规制的国际比较 116

二、传媒产业规制的系统化模式 120

第四节 美国传媒业 123

一、美国传媒业家族企业上市分析 123

二、浅析美国传媒的管理及控制 125

三、美国广播媒体回暖 128

四、美国报业发展战略方向 135

五、美国视频手机及社交媒体迅速崛起 139

第五节 英国传媒业 140

一、英国传媒产业现好转势头 140

二、剖析英国报纸行业的创新趋势 141

三、英国传媒智库基本发展情况概述 142

四、英国数字电视产业发展分析 144

五、英国媒体的自我约束及其法律限制 145

第六节 日本传媒业 147

一、日本传媒体制的传统及其变革分析 147

二、日本传媒企业上市状况综览 149

三、日本报业出现萧条之势 151

四、日本华文传媒发展特点 152

五、日本新闻传媒业的主要调控手段 153

六、日本媒体城市报道的经验分析 154

第七节 法国传媒业 158

一、法国传媒大鳄淡出传统纸媒 158

二、法国报业发展形势堪忧 159

三、法国推出境外消费读物 159

第八节 其他国家传媒产业分析 160

第四章 我国传媒行业运行现状分析 161

第一节 我国传媒行业发展状况分析 161

一、产业总产值及增长情况 161

二、细分市场规模及增长情况 162

三、传媒产业细分市场结构 166

四、传媒产业形态表现 167

五、各细分市场领先企业排名 169

第二节 传媒行业发展现状 171

一、我国传媒产业发展现状 171

二、我国传媒行业发展分析 172

1、中国传媒产业进入发展快车道 172

2、中国传媒业开放发展探索分析 172

3、中国传媒产业的智库建设 175

4、我国将从媒体大国走向媒体强国 178

5、中国传媒业创新分析 180

三、中国传媒行业总体规模分析 182

1、企业数量结构分析 182

2、人员规模状况分析 183

3、行业资产规模分析 183

4、行业市场规模分析 184

5、行业总产值分析 184

四、中国传媒企业发展分析 184

第三节 传媒市场情况分析 185

一、中国传媒业市场形成 185

二、中国传媒业市场化发展进展 185

三、中国城市传媒业市场的发展模式探析 186

四、影响传媒业市场的关键因素分析 190

五、中国传媒产业发展的主要成就分析 196

第四节 中国传媒产业集团化的发展分析 198

一、传媒集团的模式 198

二、传媒业集团化运作的层次探析 199

三、传媒集团的资源整合及优势 200

第五节 中国传媒市场上的民资分析 203

一、民营传媒的发展模式 203

二、民营资本介入传媒产业的现状 205

三、民营资本、传媒业概念的界定及二者的渊源 205

四、民营资本介入传媒产业的必然性 206

五、复合型人才稀缺成民营传媒发展障碍 208

六、民营资本的介入对传媒业的影响 209

七、民营资本投身传媒产业的政策建议与思考 210

1、国家应对民营资本进行适度引导 210

2、转变政府管理传媒产业的方式 211

3、继续拓宽投融资架道，降低准入门槛 211

第六节 中国传媒市场上的外资分析 211

一、外资传媒业加速在中国的发展 211

二、外资传媒进军中国的策略 213

三、外资传媒试水中国市场遭遇的挑战 215

第七节 新媒体对中国传媒产业规模和结构的影响 216

一、新媒体的迅速普及是其经营收入快速增长的基础 216

二、新媒体价格下降使其对传统媒体的替代性明显增强 216

三、受众偏好的变化拉动了新媒体消费量的增加 217

第五章 传媒产业资源整合与营销分析 218

第一节 传媒产业与体育产业的资源整合分析 218

一、传媒产业与体育产业的特点 218

二、传媒产业与体育产业的资源整合现状 219

三、体育产业与传媒产业的双赢 221

四、提升传媒产业与体育产业资源整合水平的对策建议 221

第二节 中国传媒产业与金融融合发展分析 223

一、中国传媒产业与金融融合发展的背景 223

二、中国传媒产业和金融的融合发展中面临的主要问题 224

三、中国传媒产业和金融融合发展的路径探析 225

第三节 中国传媒产业营销分析 226

一、中国传媒业市场管理和营销 226

1、传媒经营管理和运作 226

2、传媒产业经营模式的转变 227

3、现代传媒业的营销策略 227

4、传媒市场定位方法与应注意的问题 229

5、传媒市场定位效用的优化策略分析 232

6、从企业传播价值链角度看传媒广告营销 235

二、传媒营销机制的策略创新 239

1、新“嫌体价值链”策略 239

2、多元化策略 240

3、差异化策略 241

4、目标集中策略 241

三、传媒营销机制的组合要素创新 242

1、产品与设计创新 242

2、营销渠道创新 244

3、营销方式创新 244

四、传媒营销记者的模型创新 246

第三部分 市场全景调研

第六章 三网融合市场分析 248

第一节 三网融合概述 248

一、三网融合定义及涉及领域 248

二、三网融合包含四要素分析 249

三、发展三网融合的积极意义 250

第二节 三网融合利益格局分析 251

一、三网融合产业链利益竞争关系 251

二、三网融合受益方分析 252

三、三网融合产业链投资机会分析 252

第三节 三网融合影响分析 253

一、三网融合对广电网的影响 253

二、三网融合对电信网的影响 254

三、三网融合对互联网的影响 255

第四节 2021-2026年三网融合进展分析 256

一、运营商加大投资力度 256

二、三网融合用户数量取得突破 256

三、各地区三网融合制定试点与实施方案 257

第五节 三网融合未来展望 263

一、三网融合发展障碍分析 263

二、三网融合发展建议 266

三、三网融合未来展望 268

第七章 2026-2031年传统媒体市场分析及预测 270

第一节 报纸产业发展现状及趋势分析 270

一、报纸产业发展规模分析 270

1、报纸产业总体规模 270

2、报纸出版发行规模 270

3、报纸广告增长情况 272

4、报纸广告主要行业贡献率 272

二、报纸发行市场竞争分析 275

1、报纸发行市场概况 275

2、都市类报纸市场竞争格局分析 276

3、时政类报纸市场竞争格局分析 277

4、生活服务类周刊市场竞争格局分析 277

5、其他类别市场竞争格局分析 277

三、报纸广告市场运行分析 278

四、报纸产业发展趋势分析 278

第二节 图书产业发展现状及趋势分析 279

一、图书产业发展概况 279

二、图书产业发展规模 279

1、图书进出口分析 279

2、版权引进输出情况 280

三、图书产业发展特征 282

1、图书产业经营效益 282

2、图书产业区域特征 283

3、图书出版行业竞争格局 283

四、图书出版行业发展趋势 284

1、电子图书与传统图书并融 284

2、图书成为奢侈品是趋势 284

第三节 期刊产业发展现状及趋势分析 285

一、期刊产业发展规模 285

1、期刊出版规模 285

2、期刊类群结构 286

3、期刊销售和广告规模 286

二、期刊市场概况 287

1、主流期刊媒体持续走强 287

2、不同类别的期刊增减不一，市场做出调整 288

3、期刊零售发行市场呈现高度集中态势 288

4、部分渠道商加大代销比例 288

5、市场新增期刊锐减 288

6、一线城市竞争更为激烈 289

三、期刊发行市场竞争格局 289

四、期刊产业发展趋势分析 289

第四节 广播产业现状及趋势分析 291

一、广播产业发展规模 291

二、广播产业受众市场分析 291

三、广播广告经营分析 291

四、广播产业发展特点 306

1、广播产业进一步升级 306

2、“窄播”化更加明显 308

3、广播与新媒体融合发展 309

五、广播收听市场分析 310

1、广播听众规模 310

2、城市广播听众特征 311

3、听众的收听行为分析 312

4、听众的收听需求分析 316

六、广播市场竞争格局分析 317

七、广播产业发展趋势分析 317

第五节 音像产业发展现状及趋势分析 318

一、音像产业发展规模 318

二、不同类别音像载体出版情况 319

1、音像制品出版情况 319

2、电子出版物出版情况 320

三、音像产业进出口分析 320

第六节 电视产业发展现状及趋势分析 321

一、电视产业发展规模分析 321

1、电视台数量 321

2、电视综合人口覆盖率 321

3、电视节目时长 322

4、电视产业规模 322

5、电视剧产业规模 323

6、电视剧产业效益分析 323

二、电视市场收视特征分析 324

1、收视量的变化趋势 324

2、收视量的观众特征 326

3、收视量的频道分布 327

4、收视量的时段分布 327

5、收视量的周天特征 327

三、电视市场竞争趋势分析 328

1、整体竞争格局 328

2、时段收视表现 328

3、频道竞争力差异 329

4、受众市场竞争表现 329

四、电视节目类型和收视特点调查 330

1、各类型节目收视份额 330

2、各类型节目收视特点 331

五、电视产业发展趋势分析 331

1、3D电视需求旺盛 331

2、电视新媒体发展步伐加快 331

第七节 电影产业发展现状及趋势分析 332

一、电影产业发展规模分析 332

1、电影院线数量规模 332

2、电影出品数量规模 332

3、电影观众上座规模 332

4、电影票房收入规模 333

5、电影海外收入规模 333

6、电影进入院线的比率 334

二、电影产业竞争格局分析 334

三、电影产业发展趋势分析 335

1、电影产业发展前景分析 335

2、电影产业发展方向分析 336

3、电影产业增长率预测 337

第八章 2026-2031年新媒体市场分析及预测 338

第一节 数字媒体产业发展现状及趋势分析 338

一、数字报纸发展分析 338

1、数字报纸概念 338

2、数字报纸价值分析 338

3、数字报纸市场优劣势分析 341

4、数字报纸市场发展规模 342

5、数字报纸市场发展趋势 342

6、数字报纸市场发展前景 342

二、数字图书发展分析 343

1、数字图书概念简介 343

2、数字图书技术分析 343

3、数字图书应用模式 343

4、数字图书市场规模 344

5、数字图书市场结构 344

6、数字图书前景预测 345

三、数字期刊发展现状分析 345

1、传统期刊网络出版内容规模 345

2、多媒体数字期刊出版分析 346

3、数字期刊市场规模分析 346

4、数字期刊出版商发展成效 347

5、纸质期刊的数字化转型分析 347

四、数字广播/音像发展分析 348

1、数字广播/音像发展现状分析 348

2、数字广播/音像发展趋势分析 349

五、数字电视发展分析 349

1、数字电视用户规模 349

2、数字电视市场结构 350

3、数字电视发展趋势分析 350

六、数字电影发展分析 351

1、3D电影发展规模 351

2、3D电影盈利能力 351

3、3D电影发展契机 352

4、3D电影发展前景 352

第二节 网络媒体产业发展现状及趋势分析 352

一、互联网发展规模分析 352

二、网络经济发展分析 353

三、网络经济细分市场发展分析 355

1、电子商务市场发展分析 355

2、网络广告市场发展分析 355

3、网络游戏市场发展分析 355

四、网络媒体产业发展分析 356

五、网络媒体产业发展趋势分析 357

1、网络媒体产业主要变化分析 357

2、云计算将成为重要技术因素 358

3、在线开放式应用程序平台将成为重要商业模式 360

4、网游产业进入转型期 363

第三节 移动媒体产业发展现状及趋势分析 365

一、移动媒体基础资源发展情况 365

1、移动媒体用户规模 365

2、移动媒体终端 365

3、移动网络建设 366

二、移动媒体产业发展概况 367

三、移动媒体产品与服务发展情况 368

四、移动媒体发展趋势分析 368

1、移动视频媒体潜力巨大 368

2、户外新媒体资本时代结束 371

第九章 新媒体与传统媒体融合及全媒体发展分析 372

第一节 新媒体与传统媒体的融合发展分析 372

一、新媒体与传统媒体融合的必然性分析 372

二、美国传统媒体与新媒体融合的几种方式 372

三、电视媒体与网络媒体融合发展现状分析 373

1、取长补短之融合——电视媒体与网络媒体 373

2、电视媒体与网络媒体融合发展情况 374

3、电视媒体与网络媒体在融合过程中存在问题分析 375

4、电视媒体融合网络媒体的具体对策 376

四、传统媒体与新媒体融合发展趋势分析 381

1、新媒体体系逐渐成型 381

2、传统媒体积极转型 381

3、传统媒体与新兴媒体优势互补形成新型媒体 382

第二节 全媒体发展分析 383

一、全媒体概念解析 383

二、传统媒体选择全媒体战略的现实基础 383

三、传统媒体实施全媒体战略的关键点 384

四、全媒体战略风险分析 386

1、全媒体易导致内容同质化 386

2、全媒体对竞争力的消解 387

3、“全”媒体记者与“专”的矛盾 389

五、全媒体发展模式分析 390

六、全媒体的发展和内容管理面临的新挑战 391

1、全媒体平台建设方面的主要问题 391

2、全媒体品牌建设方面的主要问题 392

3、全媒体内容管理方面的主要问题 392

4、全媒体发展和管理的对策建议 393

七、全媒体发展趋势分析 395

1、数字视频新媒体拥有广阔的发展前景和空间 395

2、媒介融合由浅入深，从“物理变化”趋向“化学变化” 395

3、媒介形态、终端及其生产更加专业、细分 396

第四部分 竞争格局分析

第十章 2026-2031年传媒行业区域与竞争分析 397

第一节 中国区域传媒业的发展分析 397

一、传媒的区域化概念 397

二、传媒区域化意义解析 398

三、从多维视角看中国的区域传媒经济 398

四、传媒产业区域发展的战略构画 402

第二节 文化传媒产业与地域文化的互动机理分析 403

一、文化传媒产业与地域文化之间的互动机理 403

二、地域文化推动文化传媒产业的发展 403

三、文化传媒产业促进地域文化的传播 404

四、问题与对策 405

1、积极利用地域文化带动文化传媒产业的发展 405

2、积极发挥政府的宏观调控作用 406

第三节 行业总体市场竞争状况分析 406

一、传媒行业竞争结构分析 406

二、传媒行业企业间竞争格局分析 407

三、传媒行业集中度分析 407

四、传媒行业SWOT分析 408

五、传媒产业对竞争情报的获取 411

第四节 中国传媒行业竞争格局综述 413

一、传媒行业竞争概况 413

二、中国传媒行业竞争力分析 415

三、中国传媒行业竞争力优势分析 415

四、传媒行业主要企业竞争力分析 416

第五节 2021-2026年传媒行业竞争格局分析 417

一、2021-2026年国内外传媒竞争分析 417

二、2021-2026年我国传媒市场竞争分析 418

三、2021-2026年我国传媒市场集中度分析 419

四、2021-2026年国内主要传媒企业动向 419

第六节 传媒市场竞争策略分析 421

一、传媒产业十大竞争法则 421

二、典型媒体的核心竞争力 423

三、核心竞争力的构建战略 429

第七节 中国传媒的国际化竞争战略探析 431

一、中国传媒国际竞争的战略意义 431

二、中国传媒实施“走出去”战略分析 432

三、中国传媒国际竞争的主要途径 434

第十一章 2026-2031年传媒行业领先企业经营形势 436

第一节 中国传媒企业总体发展状况分析 436

一、传媒企业主要类型 436

二、传媒企业资本运作分析 436

三、传媒企业创新及品牌建设 437

四、传媒企业国际竞争力分析 438

五、传媒行业企业排名分析 439

第二节 中国领先传媒企业经营形势分析 440

一、华闻传媒投资集团股份有限公司 440

1、企业发展规模分析 440

2、企业主营业务分析 440

3、企业运营情况分析 441

4、企业经营优劣势分析 442

5、企业人才队伍分析 443

6、企业并购重组分析 443

7、企业发展战略分析 443

8、企业最新发展动向 446

二、北京歌华有线电视网络股份有限公司 447

1、企业发展规模分析 447

2、企业主营业务分析 448

3、企业运营情况分析 448

4、企业经营特色分析 450

5、企业人才队伍分析 451

6、企业主要客户分析 451

7、企业发展战略分析 451

8、企业最新发展动向 451

三、湖南电广传媒股份有限公司 453

1、企业发展规模分析 453

2、企业主营业务分析 454

3、企业经济指标分析 455

4、企业经营优势分析 456

5、企业人才队伍分析 456

6、企业投资项目分析 457

7、企业发展战略分析 457

8、企业最新发展动向 459

四、北方联合出版传媒(集团)股份有限公司 460

1、企业发展规模分析 460

2、企业主营业务分析 461

3、企业运营情况分析 461

4、企业竞争优势分析 462

5、企业发展模式分析 463

6、企业产业链转型分析 464

7、企业发展战略分析 465

8、企业最新发展动向 465

五、北京赛迪传媒投资股份有限公司 466

1、企业发展规模分析 466

2、企业主营业务分析 467

3、企业运营情况分析 467

4、企业竞争优势分析 468

5、企业发展模式分析 469

6、企业投资亮点分析 469

7、企业发展战略分析 469

8、企业最新发展动向 470

六、陕西广电网络传媒(集团)股份有限公司 470

1、企业发展规模分析 470

2、企业主营业务分析 471

3、企业经济指标分析 472

4、企业经营规模分析 473

5、企业发展优势分析 473

6、企业客户服务分析 474

7、企业发展战略分析 475

8、企业最新发展动向 475

七、成都博瑞传播股份有限公司 478

1、企业发展规模分析 478

2、企业主营业务分析 479

3、企业经济指标分析 479

4、企业兼并收购分析 480

5、企业发展优势分析 482

6、企业融资分析分析 483

7、企业发展战略分析 484

8、企业最新发展动向 484

八、广东广州日报传媒股份有限公司 485

1、企业发展规模分析 485

2、企业主营业务分析 485

3、企业经济指标分析 486

4、企业资本重组分析 487

5、企业发展优势分析 488

6、企业产业规模分析 489

7、企业发展战略分析 490

8、企业最新发展动向 490

九、中视传媒股份有限公司 491

1、企业发展规模分析 491

2、企业主营业务分析 491

3、企业经济指标分析 492

4、企业分子公司分析 493

5、企业发展优势分析 494

6、企业影视基地分析 494

7、企业发展战略分析 495

8、企业最新发展动向 495

十、上海东方明珠(集团)股份有限公司 496

1、企业发展规模分析 496

2、企业主营业务分析 497

3、企业经济指标分析 497

4、企业创新经营分析 498

5、企业发展优势分析 499

6、企业推荐项目分析 502

7、企业发展战略分析 502

8、企业最新发展动向 503

十一、安徽新华传媒股份有限公司 503

1、企业发展规模分析 503

2、企业主营业务分析 504

3、企业经济指标分析 505

4、企业营销网络分析 506

5、企业发展优势分析 507

6、企业兼并重组分析 508

7、企业发展战略分析 509

8、企业最新发展动向 509

十二、中南出版传媒集团股份有限公司 510

1、企业发展规模分析 510

2、企业主营业务分析 511

3、企业经济指标分析 511

4、企业人才战略分析 512

5、企业发展优势分析 513

6、企业旗下节目频道 514

7、企业发展战略分析 514

8、企业最新发展动向 515

十三、北青传媒股份有限公司 519

1、企业发展规模分析 519

2、企业主营业务分析 520

3、企业经济指标分析 520

4、企业运作分析 521

5、企业发展优势分析 521

6、企业产业布局分析 522

7、企业发展战略分析 522

8、企业最新发展动向 523

十四、浙江华策影视股份有限公司 524

1、企业发展规模分析 524

2、企业主营业务分析 524

3、企业经济指标分析 525

4、企业代表作品分析 526

5、企业发展优势分析 526

6、企业产业链分析 527

7、企业发展战略分析 528

8、企业最新发展动向 528

十五、天舟文化股份有限公司 530

1、企业发展规模分析 530

2、企业主营业务分析 530

3、企业经济指标分析 531

4、企业经营成绩分析 532

5、企业发展优势分析 532

6、企业人才战略分析 532

7、企业发展战略分析 533

8、企业最新发展动向 534

十六、北京光线传媒股份有限公司 536

1、企业发展规模分析 536

2、企业主营业务分析 536

3、企业经济指标分析 536

4、企业营销模式分析 537

5、企业发展优势分析 538

6、企业业务拓展分析 539

7、企业发展战略分析 540

8、企业最新发展动向 540

十七、北京华录百纳影视股份有限公司 540

1、企业发展规模分析 540

2、企业主营业务分析 541

3、企业经济指标分析 541

4、企业主要作品分析 542

5、企业发展优势分析 542

6、企业运营理念分析 544

7、企业发展战略分析 544

8、企业最新发展动向 545

十八、上海新文化传媒集团股份有限公司 546

1、企业发展规模分析 546

2、企业主营业务分析 546

3、企业经济指标分析 547

4、企业主要作品分析 548

5、企业发展优势分析 548

6、企业旗下产业分析 550

7、企业发展战略分析 551

8、企业最新发展动向 552

十九、时代出版传媒股份有限公司 554

1、企业发展规模分析 554

2、企业主营业务分析 555

3、企业经济指标分析 556

4、企业市场表现分析 557

5、企业发展优势分析 557

6、企业旗下公司分析 558

7、企业发展战略分析 558

8、企业最新发展动向 560

二十、江苏凤凰出版传媒股份有限公司 562

1、企业发展规模分析 562

2、企业主营业务分析 562

3、企业经济指标分析 562

4、企业发展模式分析 563

5、企业发展优势分析 564

6、企业发行中票分析 566

7、企业发展战略分析 566

8、企业最新发展动向 566

二十一、吉视传媒股份有限公司 567

1、企业发展规模分析 567

2、企业主营业务分析 567

3、企业经济指标分析 568

4、企业管理模式分析 569

5、企业发展优势分析 569

6、企业网络平台建设 570

7、企业发展战略分析 570

8、企业最新发展动向 570

二十二、人民网股份有限公司 571

1、企业发展规模分析 571

2、企业主营业务分析 571

3、企业经济指标分析 571

4、企业发展模式分析 573

5、企业发展优势分析 573

6、企业产业布局分析 574

7、企业发展战略分析 575

8、企业最新发展动向 575

二十三、现代传播控股有限公司 577

1、企业发展规模分析 577

2、企业主营业务分析 578

3、企业经济指标分析 578

4、企业经营成就分析 580

5、企业发展优势分析 581

6、企业品牌服务分析 581

7、企业发展战略分析 582

8、企业最新发展动向 582

二十四、分众传媒控股有限公司 582

1、企业发展规模分析 582

2、企业主营业务分析 583

3、企业经济指标分析 583

4、企业产品服务分析 584

5、企业发展优势分析 585

6、企业并购重组分析 586

7、企业发展战略分析 586

8、企业最新发展动向 587

二十五、华视传媒集团有限公司 587

1、企业发展规模分析 587

2、企业主营业务分析 587

3、企业经济指标分析 588

4、企业覆盖面积分析 590

5、企业发展优势分析 590

6、企业产品服务分析 591

7、企业发展战略分析 591

8、企业最新发展动向 591

二十六、中文天地出版传媒股份有限公司 592

1、企业发展规模分析 592

2、企业主营业务分析 593

3、企业经济指标分析 593

4、企业发展改革分析 594

5、企业发展优势分析 595

6、企业发展成绩分析 595

7、企业发展战略分析 596

8、企业最新发展动向 596

二十七、华数数字电视传媒集团有限公司 596

1、企业发展规模分析 596

2、企业主营业务分析 597

3、企业经济指标分析 597

4、企业服务方式分析 598

5、企业发展优势分析 599

6、企业各领域发展分析 601

7、企业发展战略分析 601

8、企业最新发展动向 601

二十八、上海天娱传媒有限公司 602

1、企业发展规模分析 602

2、企业主营业务分析 602

2、企业主营业务分析 602

3、企业运营情况分析 602

4、企业经营模式分析 603

5、企业发展优势分析 603

6、企业网络覆盖分析 603

7、企业发展战略分析 603

二十九、长江出版传媒股份有限公司 604

1、企业发展规模分析 604

2、企业主营业务分析 604

3、企业经济指标分析 604

4、企业经营成绩分析 606

5、企业发展优势分析 606

6、企业并购重组分析 606

7、企业发展战略分析 607

8、企业最新发展动向 607

三十、浙报传媒集团股份有限公司 609

1、企业发展规模分析 609

2、企业主营业务分析 609

3、企业经济指标分析 610

4、企业经营成绩分析 611

5、企业发展优势分析 611

6、企业并购重组分析 614

7、企业发展战略分析 614

8、企业最新发展动向 616

第五部分 发展前景展望

第十二章 2026-2031年传媒行业前景及趋势预测 620

第一节 2026-2031年传媒市场发展前景 620

一、2026-2031年传媒市场发展潜力 620

二、2026-2031年传媒市场发展前景展望 620

三、2026-2031年传媒细分行业发展前景分析 621

第二节 2026-2031年传媒市场发展趋势预测 622

一、2026-2031年传媒行业发展趋势 622

1、集团化是传媒行业发展的必然趋势 622

2、传媒行业必将成为国民经济支柱性产业 623

3、传媒产业打造“新闻出版强国” 624

二、2026-2031年传媒市场规模预测 625

三、2026-2031年中国传媒行业企业数量预测 627

四、2026-2031年中国传媒行业总资产预测 628

五、2026-2031年中国传媒市场销售收入预测 629

六、2026-2031年中国传媒行业从业人员预测 630

八、2026-2031年中国传媒行业收入结构预测 630

第六部分 行业投资分析

第十三章 2026-2031年传媒行业投资价值评估分析 631

第一节 传媒行业投资特性分析 631

一、传媒产业进入壁垒分析 631

1、规模经济壁垒 631

2、产品差异化壁垒 632

3、资源壁垒 632

4、资金壁垒 633

二、传媒产业盈利因素分析 634

1、决策型人才因素 634

2、产业价值链因素 634

3、创意因素 635

三、传媒产业盈利模式分析 635

1、广播电视盈利模式 635

2、新媒体盈利模式 636

3、出版类传媒盈利模式 637

第二节 2026-2031年传媒行业发展的影响因素 638

一、有利因素 638

1、政策支持 638

2、文化消费增长 638

3、竞争市场化 639

4、三网融合 639

5、新技术应用 639

6、海外市场巨大 640

二、不利因素 640

1、盗版冲击 640

2、国际市场竞争 641

3、资金限制 641

第十四章 2026-2031年传媒行业投资机会与风险 643

第一节 传媒行业投融资情况 643

一、传媒产业投融资环境变化 643

1、信贷环境变化 643

2、金融支持政策 644

3、传媒企业上市潮解读 645

二、传媒新股投融资概况 646

三、传媒上市企业概况 646

1、传媒上市企业总市值概况 646

2、传媒上市企业运营概况 647

3、传媒上市企业盈利概况 647

四、传媒企业上市潮解读 648

第二节 2026-2031年传媒行业投资机会 651

一、影视产业仍存投资机会 651

二、新媒体面临发展机遇 653

三、整合与数字化利好出版业 654

第三节 2026-2031年传媒行业投资风险及防范 654

一、政策管制风险及防范 654

二、宏观经济波动风险及防范 655

三、关联产业需求变动风险及防范 655

四、传媒企业所有制风险及防范 655

第四节 中国传媒行业投资建议 656

一、适当加大广告投入 656

二、继续发展影视行业 657

三、争当动漫行业领导者 658

四、加大数字化出版投入 660

第五节 2026-2031年中国传媒产业的投资策略 661

一、专注细分市场 661

二、延伸传媒产业价值链 662

三、跨行业及跨媒体的整合 662

四、提供增值服务 663

五、打造新型媒体巨人 663

第十五章 2026-2031年传媒行业面临的困境及对策 665

第一节 传媒行业面临的困境 665

一、技术欠缺 665

二、法律空白 666

三、管理机制不健全 666

四、发展不均衡 667

第二节 传媒企业面临的困境及对策 667

一、重点传媒企业面临的困境及对策 667

二、中小传媒企业发展困境及策略分析 668

三、国内传媒企业的出路分析 674

第三节 中国传媒行业存在的问题及对策 679

一、中国传媒行业存在的问题 679

1、传媒业内外部生存环境发生重大变化 679

2、我国文化体制束缚着传媒业的发展 679

3、我国传媒业面临国际传媒霸权的威胁 680

二、传媒行业发展的建议对策 680

1、创造宽松的制度环境，加速传媒制度改革 680

2、加快传媒产业整合，壮大实力 681

3、实施“走出去”战略，提升文化软实力 681

三、市场的重点客户战略实施 682

第四节 中国传媒市场发展面临的挑战与对策 682

一、中国传媒市场发展面临的挑战 682

二、中国传媒市场发展的对策分析 683

第七部分 发展战略研究

第十六章 传媒行业发展战略研究 686

第一节 传媒行业发展战略研究 686

一、战略综合规划 686

二、技术开发战略 687

三、业务组合战略 689

四、区域战略规划 691

五、产业战略规划 691

六、营销品牌战略 692

七、竞争战略规划 693

第二节 对我国传媒品牌的战略思考 695

一、传媒品牌的重要性 695

二、传媒实施品牌战略的意义 695

三、传媒企业品牌的现状分析 696

四、我国传媒企业的品牌战略 697

五、传媒品牌战略管理的策略 698

第三节 传媒经营策略分析 700

一、传媒市场细分策略 700

二、传媒市场创新策略 700

三、品牌定位与品类规划 702

四、传媒新产品差异化战略 703

第四节 传媒行业投资战略研究 704

一、2021-2026年传媒行业投资战略 704

二、2026-2031年传媒行业投资战略 705

三、2026-2031年细分行业投资战略 706

第十七章 研究结论及发展建议 707

第一节 传媒行业研究结论及建议 707

第二节 传媒子行业研究结论及建议 707

第三节 中道泰和传媒行业发展建议 709

一、行业发展策略建议 709

二、行业投资方向建议 710

三、行业投资方式建议 711

图表目录

图表：传媒行业主要律法规 53

图表：2021-2026年居民人均可支配收入情况 70

图表：2021-2026年居民人均消费支出情况 71

图表：2021-2026年全球票房及增长率 95

图表：2021-2026年全球银幕数量分布 97

图表：2021-2026年全球零售电商发展指数 101

图表：2021-2026年全球广告产业市场片名 102

图表：2021-2026年全球网络广告类型分析 103

图表：2021-2026年全球各类广告占比分析 104

图表：2021-2026年我国传媒产业总产值及增速 161

图表：2021-2026年中国互联网网民数量(单位：万人) 162

图表：2021-2026年中国移动互联网网民数量(单位：万人) 163

图表：2021-2026年中国网民的上网时长及增长率(小时) 164

图表：2021-2026年中国网民年龄结构 164

图表：2021-2026年中国移动互联网应用的用户规模及其年增长率(单位：万人) 165

图表：2021-2026年传媒行业并购数量及并购金额 165

图表：中国传媒产业结构 166

图表：中国广电媒体十大企业 169

图表：中国移动互联网十大企业 170

图表：2021-2026年中国PC互联网十大企业 170

图表：2021-2026年中国报业十大企业集团 171

图表：文化行业相关政策 179

图表：2021-2026年中国传媒产业企业数量结构分析 182

图表：2021-2026年中国传媒行业从业人员及增长分析 183

图表：2021-2026年中国报纸广告经营额和增长率 183

图表：2021-2026年传媒行业并购数量及并购金额 184

图表：2021-2026年我国传媒行业市场规模分析 184

图表：2021-2026年主要媒介广告投放份额 272

图表：城市广播听众特征 311

图表：国内十城市驾车人士听众构成 312

图表：不同性别听众收听的目的 313

图表：不同年龄听众收听的目的 313

图表：不同受教育程度听众收听的目的 314

图表：不同收入水平听众收听的目的 315

图表：不同职业听众收听的目的 316

图表：2021-2026年中国平均看电视的时长分布 322

图表：2021-2026年中国国民看电视节目的时间段分布 322

图表：中国电视频道时长和收视率分布 327

图表：2021-2026年综艺节目收视率 329

图表：2021-2026年中国国民观看电视节目前十 330

图表：2021-2026年我国影院上映电影数量及增长率预测 337

图表：2021-2026年中国居民电视接收方式比例 350

图表：2021-2026年中国网络游戏市场规模及增速 356

图表：2021-2026年中国传媒企业前十排名 439

图表：2021-2026年华闻传媒投资集团股份有限公司每股指标 441

图表：2021-2026年华闻传媒投资集团股份有限公司成长能力指标 442

图表：2021-2026年华闻传媒投资集团股份有限公司盈利能力指标 442

图表：2021-2026年华闻传媒投资集团股份有限公司运营能力指标 442

图表：华闻传媒投资集团股份有限公司战略蓝图分析 444

图表：2021-2026年北京歌华有线电视网络股份有限公司主营业务结构 448

图表：2021-2026年北京歌华有线电视网络股份有限公司每股指标 448

图表：2021-2026年北京歌华有线电视网络股份有限公司成长能力指标 449

图表：2021-2026年北京歌华有线电视网络股份有限公司盈利能力指标 449

图表：2021-2026年北京歌华有线电视网络股份有限公司运营能力指标 449

图表：2021-2026年湖南电广传媒股份有限公司主营业务表 454

图表：2021-2026年湖南电广传媒股份有限公司每股指标 455

图表：2021-2026年湖南电广传媒股份有限公司成长能力指标 455

图表：2021-2026年湖南电广传媒股份有限公司盈利能力指标 456

图表：2021-2026年湖南电广传媒股份有限公司运营能力指标 456

图表：2021-2026年北方联合出版传媒公司主营业务 461

图表：2021-2026年北方联合出版传媒公司每股指标 461

图表：2021-2026年北方联合出版传媒公司成长能力指标 462

图表：2021-2026年北方联合出版传媒公司盈利能力指标 462

图表：2021-2026年北方联合出版传媒公司运营能力指标 462

图表：2021-2026年南华生物医药股份有限公司主营业务 467

图表：2021-2026年南华生物医药股份有限公司每股指标 467

图表：2021-2026年南华生物医药股份有限公司成长能力指标 468

图表：2021-2026年南华生物医药股份有限公司盈利能力指标 468

图表：2021-2026年南华生物医药股份有限公司运营能力指标 468

图表：2021-2026年陕西广电网络传媒股份有限公司主营业务 471

图表：2021-2026年陕西广电网络传媒股份有限公司每股指标 472

图表：2021-2026年陕西广电网络传媒股份有限公司成长能力指标 472

图表：2021-2026年陕西广电网络传媒股份有限公司盈利能力指标 472

图表：2021-2026年陕西广电网络传媒股份有限公司运营能力指标 473

图表：2021-2026年陕西广电网络传媒股份有限公司投资项目 473

图表：2021-2026年成都博瑞传播股份有限公司主营业务 479

图表：2021-2026年成都博瑞传播股份有限公司每股指标 479

图表：2021-2026年成都博瑞传播股份有限公司成长能力指标 480

图表：2021-2026年成都博瑞传播股份有限公司盈利能力指标 480

图表：2021-2026年成都博瑞传播股份有限公司运营能力指标 480

图表：2021-2026年广东广州日报传媒股份有限公司主营业务 485

图表：2021-2026年广东广州日报传媒股份有限公司每股指标 486

图表：2021-2026年广东广州日报传媒股份有限公司成长能力指标 486

图表：2021-2026年广东广州日报传媒股份有限公司盈利能力指标 486

图表：2021-2026年广东广州日报传媒股份有限公司运营能力指标 487

图表：2021-2026年中视传媒股份有限公司主营业务 492

图表：2021-2026年中视传媒股份有限公司每股指标 492

图表：2021-2026年中视传媒股份有限公司成长能力指标 493

图表：2021-2026年中视传媒股份有限公司盈利能力指标 493

图表：2021-2026年中视传媒股份有限公司运营能力指标 493

图表：2021-2026年上海东方明珠新媒体股份有限公司主营业务 497

图表：2021-2026年上海东方明珠新媒体股份有限公司每股指标 497

图表：2021-2026年上海东方明珠新媒体股份有限公司成长能力指标 498

图表：2021-2026年上海东方明珠新媒体股份有限公司盈利能力指标 498

图表：2021-2026年上海东方明珠新媒体股份有限公司运营能力指标 498

图表：2021-2026年安徽新华传媒股份有限公司主营业务 504

图表：2021-2026年安徽新华传媒股份有限公司每股指标 505

图表：2021-2026年安徽新华传媒股份有限公司成长能力指标 505

图表：2021-2026年安徽新华传媒股份有限公司盈利能力指标 505

图表：2021-2026年安徽新华传媒股份有限公司运营能力指标 506

图表：2021-2026年中南出版传媒集团股份有限公司主营业务 511

图表：2021-2026年中南出版传媒集团股份有限公司每股指标 511

图表：2021-2026年中南出版传媒集团股份有限公司成长能力指标 512

图表：2021-2026年中南出版传媒集团股份有限公司盈利能力指标 512

图表：2021-2026年中南出版传媒集团股份有限公司运营能力指标 512

图表：2021-2026年北青传媒股份有限公司重要经济指标 520

图表：2021-2026年北青传媒股份有限公司资产负债表 521

图表：2021-2026年华策影视主营业务 524

图表：2021-2026年华策影视每股指标 525

图表：2021-2026年华策影视成长能力指标 525

图表：2021-2026年华策影视盈利能力指标 525

图表：2021-2026年华策影视运营能力指标 526

图表：2021-2026年湖南天舟科教文化股份有限公司主营业务 530

图表：2021-2026年湖南天舟科教文化股份有限公司每股指标 531

图表：2021-2026年湖南天舟科教文化股份有限公司成长能力指标 531

图表：2021-2026年湖南天舟科教文化股份有限公司盈利能力指标 531

图表：2021-2026年湖南天舟科教文化股份有限公司运营能力指标 532

图表：2021-2026年湖南天舟科教文化股份有限公司投资项目 532

图表：2021-2026年光线传媒主营业务 536

图表：2021-2026年光线传媒每股指标 536

图表：2021-2026年光线传媒成长能力指标 537

图表：2021-2026年光线传媒盈利能力指标 537

图表：2021-2026年光线传媒运营能力指标 537

图表：2021-2026年北京华录百纳影视股份有限公司主营业务 541

图表：2021-2026年北京华录百纳影视股份有限公司每股指标 541

图表：2021-2026年北京华录百纳影视股份有限公司成长能力指标 541

图表：2021-2026年北京华录百纳影视股份有限公司盈利能力指标 542

图表：2021-2026年北京华录百纳影视股份有限公司运营能力指标 542

图表：2021-2026年上海新文化传媒集团主营业务 546

图表：2021-2026年上海新文化传媒集团每股指标 547

图表：2021-2026年上海新文化传媒集团成长能力指标 547

图表：2021-2026年上海新文化传媒集团盈利能力指标 547

图表：2021-2026年上海新文化传媒集团运营能力指标 548

图表：2021-2026年时代出版传媒股份有限公司主营业务 555

图表：2021-2026年时代出版传媒股份有限公司每股指标 556

图表：2021-2026年时代出版传媒股份有限公司成长能力指标 556

图表：2021-2026年时代出版传媒股份有限公司盈利能力指标 556

图表：2021-2026年时代出版传媒股份有限公司运营能力指标 557

图表：2021-2026年江苏凤凰出版传媒股份有限公司主营业务 562

图表：2021-2026年江苏凤凰出版传媒股份有限公司每股指标 562

图表：2021-2026年江苏凤凰出版传媒股份有限公司成长能力指标 563

图表：2021-2026年江苏凤凰出版传媒股份有限公司盈利能力指标 563

图表：2021-2026年江苏凤凰出版传媒股份有限公司运营能力指标 563

图表：2021-2026年吉视传媒股份有限公司主营业务 567

图表：2021-2026年吉视传媒股份有限公司每股指标 568

图表：2021-2026年吉视传媒股份有限公司成长能力指标 568

图表：2021-2026年吉视传媒股份有限公司盈利能力指标 568

图表：2021-2026年吉视传媒股份有限公司运营能力指标 569

图表：2021-2026年人民网股份有限公司主营业务 571

图表：2021-2026年人民网股份有限公司每股指标 571

图表：2021-2026年人民网股份有限公司成长能力指标 572

图表：2021-2026年人民网股份有限公司盈利能力指标 572

图表：2021-2026年人民网股份有限公司运营能力指标 572

图表：2021-2026年人现代传播重要财务指标 578

图表：2021-2026年现代传播资产负债表 579

图表：2021-2026年现代传播盈利综合损益表 579

图表：2021-2026年现代传播现金流表 580

图表：2021-2026年分众传媒主营业务 583

图表：2021-2026年分众传媒每股指标 583

图表：2021-2026年分众传媒成长能力指标 583

图表：2021-2026年分众传媒盈利能力指标 584

图表：2021-2026年分众传媒运营能力指标 584

图表：2021-2026年华视传媒资产负债表 588

图表：2021-2026年华视传媒盈利综合损益表 589

图表：2021-2026年华视传媒现金流表 590

图表：2021-2026年中文天地出版传媒股份有限公司主营业务 593

图表：2021-2026年中文天地出版传媒股份有限公司每股指标 593

图表：2021-2026年中文天地出版传媒股份有限公司成长能力指标 594

图表：2021-2026年中文天地出版传媒股份有限公司盈利能力指标 594

图表：2021-2026年中文天地出版传媒股份有限公司运营能力指标 594

图表：2021-2026年华数交互数字电视每股指标 597

图表：2021-2026年华数交互数字电视成长能力指标 598

图表：2021-2026年华数交互数字电视盈利能力指标 598

图表：2021-2026年华数交互数字电视运营能力指标 598

图表：2021-2026年长江出版传媒股份有限公司主营业务 604

图表：2021-2026年长江出版传媒股份有限公司每股指标 605

图表：2021-2026年长江出版传媒股份有限公司成长能力指标 605

图表：2021-2026年长江出版传媒股份有限公司盈利能力指标 605

图表：2021-2026年长江出版传媒股份有限公司运营能力指标 605

图表：2021-2026年浙报传媒主营业务 609

图表：2021-2026年浙报传媒每股指标 610

图表：2021-2026年浙报传媒成长能力指标 610

图表：2021-2026年浙报传媒盈利能力指标 610

图表：2021-2026年浙报传媒运营能力指标 611

图表：2021-2026年中国传媒市场总产值预测 626

图表：2021-2026年中国传媒行业企业数量预测 627

图表：2026-2031年中国传媒行业总资产预测分析 628

图表：2026-2031年中国传媒行业销售收入分析 629

图表：2026-2031年中国传媒行业从业人员预测 630

图表：2021-2026年中国16家传媒上市企业财务比较 647

图表：2021-2026年中国传媒上市公司的营业收入和增长率 648

图表：2021-2026年中国传媒上市公司的净利润和增长率 649

图表：2021-2026年中国传媒上市公司资产规模 650

把握投资 决策经营！

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

报告编号：24869

本文地址：https://www.51baogao.cn/bg/20170210/24869.shtml

在线订购：点击这里