

## 2024-2029年中国网络媒体行业市场全景调研与投资风险预测报告

## 报告简介

与传统媒体的传播相比，网络传播的范围更广，具有一种全球性。这种全球性，实际上也表明了网络的传播具有一种开放性的特征。这就意味着我们使用的这个网络，不管是谁发明了它，都是属于全人类的。这种“全球性”并不是一个政治口号，而是有技术保证的。互联网的结构是按照“包切换”的方式连接的分布式网络。互联网媒体是一种名符其实的全球化传播媒体。其全球化特征主要体现在传受双方，即信息传播的全球化与信息接受的全球化。互联网媒体打破了传统媒体的传播范围多限本地、本国的束缚，其受众遍及全世界。互联网媒体的这一特征，有利于地方性媒体和全国性媒体、弱势媒体与强势媒体的竞争。

随着网络媒体的演变发展，无论规模大小都采取单一运营模式的时代已经过时，我们将看到由大数据的引领者、

参与者和排斥者所组成的产业链，在今后三五年内逐渐形成。对每一个具体公司或未来创业者而言，在一个正在重组的产业链中，只有主动与被动两种选择，不是积极抢占产业链上游或成为产业链核心部分，就是被迫迁移到产业链下游或成为产业边缘的一分子。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息技术有限公司领衔撰写，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、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，对国际、国内网络媒体行业市场发展状况、关联行业发展状况、行业竞争状况、优势企业发展状况、消费现状以及行业营销进行了深入的分析，在总结中国网络媒体行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国网络媒体行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。本报告是网络媒体行业生产、经营、科研企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。

## 报告目录

## 第一部分 行业运行现状

## 第一章 网络媒体行业发展概述 1

## 第一节 网络媒体行业概述 1

## 一、定义 1

## 二、分类 2

## 三、产业链与价值挖掘 3

## 第二节 最近3-5年中国网络媒体行业经济指标分析 5

## 一、赢利性 5

## 二、成长速度 6

三、附加值的提升空间	6
四、进入壁垒/退出机制	7
五、风险性	7
六、行业周期	7
七、竞争激烈程度指标	10
八、行业及其主要子行业成熟度分析	10
第二章 网络媒体行业政策经济环境分析	12
第一节 行业政策环境分析	12
一、行业监管体制	12
二、相关政策及发展规划	18
第二节 行业经济环境分析	21
一、中国宏观经济现状	21
1、居民人均GDP增长	21
2、居民收入增长情况	21
3、宏观环境对网络媒体行业的影响	23
二、中国宏观经济展望	23
第三节 行业社会环境分析	31
一、网络媒体需求结构变化	31
二、社会环境变化	32
第四节 行业技术环境分析(T)	33
一、网络媒体技术分析	33
二、网络媒体技术发展水平	34
三、2019-2023年网络媒体技术发展分析	35
四、行业主要技术发展趋势	37
第二部分 市场发展分析	

第三章 中国网络媒体行业发展现状	41
第一节 中国网络媒体行业发展分析	41
一、中国网络媒体行业发展历程	41
二、我国网络媒体行业发展特点分析	43
三、中国网络媒体行业发展面临的问题	44
四、中国网络媒体行业发展趋势分析	47
第二节 中国网络媒体行业运行分析	49
一、网络媒体行业运行规模分析	49
二、网络媒体行业运营状况分析	52
第三节 中国网络媒体行业竞争分析	57
一、网络媒体细分市场之间的竞争	57
二、各类网络媒体内部竞争	59
第四章 中国网络媒体市场分析	62
第一节 2019-2023年中国网络媒体行业供需分析	62
第二节 2019-2023年中国网络媒体走势及影响因素分析	62
第三节 对中国网络媒体市场的分析及思考	76
一、网络媒体市场分析	76
二、网络媒体市场变化的方向	77
三、中国网络媒体运营企业发展的新思路	80
四、对中国网络媒体产业发展的思考	83
第五章 网络媒体行业上、下游产业链分析	86
第一节 网络媒体行业产业链分析	86
一、产业链结构分析	86
二、主要环节的增值空间	86

三、与上下游行业之间的关联性	86
第二节 网络媒体上游行业分析	87
第三节 网络媒体中游行业分析	87
第四节 网络媒体下游行业	88
第三部分 行业企业竞争格局	
第六章 网络媒体重点企业分析	89
第一节 人民网	89
一、企业概况	89
二、企业主要经济指标分析	91
三、企业竞争优势分析	97
四、企业发展战略分析	99
第二节 华闻传媒投资集团股份有限公司	102
一、企业概况	102
二、企业主要经济指标分析	107
三、企业竞争优势分析	114
四、企业发展战略分析	116
第三节 浙报传媒集团股份有限公司	123
一、企业概况	123
二、企业主要经济指标分析	123
三、企业竞争优势分析	131
四、企业发展战略分析	134
第四节 百度	138
一、企业概况	138
二、企业主要经济指标分析	141

三、企业竞争优势分析	144
四、企业发展战略分析	145
第五节 湖南电广传媒股份有限公司	148
一、企业概况	148
二、企业主要经济指标分析	150
三、企业竞争优势分析	156
四、企业发展战略分析	158
第六节 中视传媒股份有限公司	159
一、企业概况	159
二、企业主要经济指标分析	161
三、企业竞争优势分析	167
四、企业发展战略分析	168
第七节 上海新华传媒股份有限公司	169
一、企业概况	169
二、企业主要经济指标分析	170
三、企业竞争优势分析	177
四、企业发展战略分析	177
第八节 优酷	179
一、企业概况	179
二、企业主要经济指标分析	179
三、企业竞争优势分析	180
四、企业发展战略分析	181
第七章 网络媒体行业行业竞争形势	183
第一节 行业总体市场竞争状况分析	183

- 一、网络媒体行业竞争结构分析 183
  - 1、现有企业间竞争 183
  - 2、潜在进入者分析 185
  - 3、替代品威胁分析 191
  - 4、供应商议价能力 192
  - 5、客户议价能力 194
- 二、网络媒体行业集中度分析 195
- 三、网络媒体行业SWOT分析 196
  - 1、优势 196
  - 2、劣势 196
  - 3、机会 197
  - 4、威胁 200
- 第二节 中国网络媒体企业发展状况分析 201
  - 一、网络媒体企业主要类型 201
  - 二、网络媒体企业资本运作分析 202
  - 三、网络媒体企业国际竞争力分析 205
- 第三节 网络媒体行业竞争趋势分析 205
  - 一、网络媒体行业未来竞争格局和特点 205
  - 二、国内网络媒体企业竞争能力提升途径 206
- 第四部分 投资战略分析
- 第八章 中国网络媒体行业投资机遇分析 210
  - 第一节 行业发展机遇 210
    - 一、行业经营模式突破 210
    - 二、网络直播媒体迅速崛起 212

## 第二节 行业投资形势分析 214

### 一、行业发展格局 214

### 二、行业进入壁垒 214

### 三、盈利模式分析 214

## 第三节 2024-2029年网络媒体行业发展的影响因素 215

### 一、有利因素 215

### 二、不利因素 216

## 第四节 2024-2029年网络媒体行业投资价值评估分析 217

### 一、行业投资效益分析 217

### 二、产业发展的空白点分析 218

### 三、投资回报率比较高的投资方向 218

## 第九章 中国网络媒体行业投资风险及对策分析 219

### 第一节 行业投资风险分析 219

#### 一、投资政策风险分析 219

#### 二、投资技术风险分析 219

#### 三、投资市场风险分析 220

#### 四、宏观经济波动风险 221

### 第二节 中道泰和专家行业投资机会与建议 223

#### 一、行业投资机会分析 223

#### 二、行业主要投资建议 224

### 第三节 行业发展趋势与预测分析 225

#### 一、发展趋势分析 225

#### 二、发展前景预测 227

##### 1、市场需求预测 227

2、销售收入预测 227

第十章 中道泰和投资的建议及观点 228

第一节 网络媒体行业发展战略研究 228

一、战略综合规划 228

二、技术开发战略 228

三、业务组合战略 232

四、区域战略规划 234

五、产业战略规划 236

六、营销品牌战略 237

七、竞争战略规划 241

第二节 行业应对策略 244

一、把握国家投资的契机 244

二、竞争性战略联盟的实施 247

三、企业自身应对策略 248

第三节 市场的重点客户战略实施 248

一、实施重点客户战略的必要性 248

二、合理确立重点客户 249

三、对重点客户的营销策略 249

四、强化重点客户的管理 252

五、实施重点客户战略要重点解决的问题 253

图表目录

图表：互联网行业发展长期趋势 8

图表：互联网行业发展短期趋势 9

图表：互联网行业发展趋势预测 9



- 图表：中国GDP季度增长情况 24
- 图表：中国新媒体用户对新媒体范畴认知分布 31
- 图表：中国新媒体用户媒体选择分布 32
- 图表：2019-2023年中国整体网民及移动网民规模 35
- 图表：2019-2023年中国智能手机保有量 36
- 图表：中国网民媒介素养 45
- 图表：女性媒介素养与男性对比 45
- 图表：一、二、三线城市网民媒介素养对比 46
- 图表：2019-2023年上市互联网企业营业收入增长情况 51
- 图表：互联网各类业务占比 52
- 图表：2019-2023年互联网市值TOP10变化情况 53
- 图表：iUserTrackermUserTracker-2019-2023年1-12月中国PC网页与移动App 57
- 图表：中国主要网络服务大类别月度覆盖人数趋势Top5 58
- 图表：2019-2023年1-12月移动端新媒体小类别月度覆盖人数趋势 58
- 图表：中国新媒体用户对新媒体范畴认知分布 59
- 图表：中国新媒体用户对新媒体范畴认知分布 60
- 图表：中国新媒体用户对新媒体范畴认知分布 61
- 图表：各类网络媒体盈利模式表 80
- 图表：2019-2023年6月人民网主营构成 91
- 图表：2019-2023年6月人民网成长能力 92
- 图表：2019-2023年6月人民网盈利能力 93
- 图表：2019-2023年6月人民网资产负债 93
- 图表：2019-2023年6月人民网利润 95
- 图表：2019-2023年6月人民网现金流量 95

- 图表：2019-2023年6月华闻传媒主营构成 107
- 图表：2019-2023年6月华闻传媒成长能力 109
- 图表：2019-2023年6月华闻传媒盈利能力 110
- 图表：2019-2023年6月华闻传媒资产负债 110
- 图表：2019-2023年6月华闻传媒利润 112
- 图表：2019-2023年6月华闻传媒现金流量 112
- 图表：2019-2023年6月浙报传媒集团股份有限公司主营构成 123
- 图表：2019-2023年6月浙报传媒集团股份有限公司成长能力 124
- 图表：2019-2023年6月浙报传媒集团股份有限公司盈利能力 125
- 图表：2019-2023年6月浙报传媒集团股份有限公司资产负债 125
- 图表：2019-2023年6月浙报传媒集团股份有限公司利润 127
- 图表：2019-2023年6月浙报传媒集团股份有限公司现金流量 128
- 图表：2019-2023年6月湖南电广传媒股份有限公司主营构成 150
- 图表：2019-2023年6月湖南电广传媒股份有限公司成长能力 151
- 图表：2019-2023年6月湖南电广传媒股份有限公司盈利能力 152
- 图表：2019-2023年6月湖南电广传媒股份有限公司资产负债 152
- 图表：2019-2023年6月湖南电广传媒股份有限公司利润 153
- 图表：2019-2023年6月湖南电广传媒股份有限公司现金流量 154
- 图表：2019-2023年6月中视传媒股份有限公司主营构成 161
- 图表：2019-2023年6月中视传媒股份有限公司成长能力 161
- 图表：2019-2023年6月中视传媒股份有限公司盈利能力 162
- 图表：2019-2023年6月中视传媒股份有限公司资产负债 163
- 图表：2019-2023年6月中视传媒股份有限公司利润 164
- 图表：2019-2023年6月中视传媒股份有限公司现金流量 164

图表：2019-2023年6月上海新华传媒股份有限公司主营构成 170

图表：2019-2023年6月上海新华传媒股份有限公司成长能力 171

图表：2019-2023年6月上海新华传媒股份有限公司盈利能力 171

图表：2019-2023年6月上海新华传媒股份有限公司资产负债 172

图表：2019-2023年6月上海新华传媒股份有限公司利润 173

图表：2019-2023年6月上海新华传媒股份有限公司现金流量 174

图表：2019-2023年6月网络传媒行业品牌百度媒体指数平均值 184

图表：网络直播媒体市场规模预测 213

图表：2019-2023年-2020年我国网络媒体市场需求预测 227

图表：2019-2023年-2020年我国网络媒体销售收入预测 227

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](mailto:kf@51baogao.cn)

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170210/24904.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)