

## 2024-2029年中国广播影视新媒体行业市场调研与投资前景预测报告

## 报告简介

在激烈的市场竞争中，企业及投资者能否做出适时有效的市场决策是制胜的关键。广播影视新媒体行业研究报告就是为了解行情、分析环境提供依据，是企业了解市场和把握发展方向的重要手段，是辅助企业决策的重要工具。报告根据广播影视新媒体行业监测统计数据指标体系，研究一定时期内中国广播影视新媒体行业生产消费的现状、变化及趋势。广播影视新媒体报告有助于企业及投资者洞察中国广播影视新媒体行业市场供需行为，评估中国广播影视新媒体行业投资价值，为相关企业提供第三方的决策支持。报告内容有助于广播影视新媒体行业企业、投资者了解市场供需情况，并可以为企业市场推广计划的制定提供第三方决策支持。该报告第一时间为客户提供中国广播影视新媒体行业年度供求数据分析，报告具有内容翔实、模型准确、分析方法科学等特点。

本研究咨询报告由中道泰和咨询公司领衔撰写，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、国内广播影视新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，在总结中国广播影视新媒体行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国广播影视新媒体行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。本报告是广播影视新媒体行业生产、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

## 第一章 广播影视新媒体业相关概述21

## 第一节 新媒体的概念与内容分类21

## 一、新媒体(NewMedia)内涵21

## 二、中国广播影视新媒体领域特征22

## 三、中国广播影视新媒体领域构成28

## 第二节 新媒体的特征及经济学特性32

## 一、新媒体的传播特征及要求32

## 二、新媒体的优势与特点33

## 三、新媒体的经济学特性37

## 第二章 2019-2023年中国广播影视新媒体领域运行环境解析39

## 第一节 2019-2023年中国宏观经济环境分析39

- 一、中国GDP分析39
- 二、消费价格指数分析40
- 三、城乡居民收入分析44
- 四、社会消费品零售总额46
- 五、全社会固定资产投资分析48
- 六、进出口总额及增长率分析51
- 第二节 2019-2023年中国广播影视新媒体领域市场政策环境分析53
  - 一、《文化产业振兴规划》53
  - 二、广电总局对广播影视业监管60
  - 三、相关产业法律法规62
- 第三节 2019-2023年中国广播影视新媒体领域市场技术环境分析69
- 第四节 2019-2023年中国广播影视新媒体领域市场社会环境分析70
- 第三章 2019-2023年中国新媒体产业运行新形势透析71
  - 第一节 2019-2023年新媒体行业运行综述71
    - 一、世界主要国家新媒体发展综述71
    - 二、中国新媒体产业发展环境分析80
    - 三、中国新媒体产业链日渐成熟81
    - 四、国内新媒体业务布局决胜要点86
    - 五、中国新媒体运营与赢利模式浅析88
  - 第二节 2019-2023年中国新媒体产业受众及需求分析94
    - 一、中国新媒体业目标群体分析94
    - 二、用户的需求与使用特点发生改变96
    - 三、针对需求变化提供新媒体产品98
    - 四、需求演变带来媒体角色的新变化99

### 第三节 2019-2023年中国传统媒体与新媒体的竞争分析102

- 一、新媒体环境下的传媒创新特征102
- 二、新媒体对传统媒体的冲击分析103
- 三、新媒体受众接触率已经超越传统媒体105
- 四、新媒体与传统媒体竞争分析106
- 五、传统媒体与新兴媒体的竞争格局108
- 六、危机促进传统媒体向新媒体转变116
- 七、新媒体与传统媒体的融合116

### 第四节 2019-2023年中国新媒体营销解析118

- 一、新媒体营销初露峥嵘118
- 二、营销行业迎接新媒体时代来临121
- 三、整合营销下的我国新媒体价值实现123
- 四、新媒体变化促进精准营销发展127
- 五、我国新媒体营销势在必行129
- 六、新媒体实效营销传播趋势131
- 七、新媒体营销的制胜之道138

### 第五节 2019-2023年中国新媒体行业的问题及对策分析143

- 一、我国新媒体产业发展面临的瓶颈及对策143
- 二、新媒体产业链问题及对策144
- 三、2019-2023年新媒体行业面临大洗牌146
- 四、新媒体业以差异化与精准化突围150

## 第四章 2019-2023年中国广播影视新媒体领域研究—有线数字电视153

### 第一节 2019-2023年中国有线数字电视产业链研究153

- 一、中国有线数字电视产业链构成153

- 二、中国有线数字电视产业链现状155
- 三、中国有线数字电视产业影响因素157
- 第二节 2019-2023年中国有线数字电视市场规模研究159
  - 一、中国有线数字电视产业整体规模159
  - 二、中国有线数字电视产业终端规模160
  - 三、中国有线数字电视产业用户规模162
- 第三节 2019-2023年中国有线数字电视运营市场研究163
  - 一、中国有线数字电视整体转换研究163
  - 二、中国有线数字电视网络整合研究164
  - 三、中国有线数字电视网络改造研究165
  - 四、中国有线数字电视增值业务研究168
- 第四节 2019-2023年中国有线数字电视发展趋势研究173
  - 一、中国有线数字电视运营市场发展趋势173
  - 二、中国有线数字电视设备市场发展趋势175
  - 三、中国有线数字电视用户市场发展趋势176
- 第五章 2019-2023年中国广播影视新媒体领域研究—地面数字电视177
  - 第一节 2019-2023年中国地面数字电视产业链发展研究177
    - 一、中国地面数字电视产业链构成177
    - 二、中国地面数字电视产业链现状178
    - 三、中国地面数字电视产业链关系179
  - 第二节 2019-2023年中国地面数字电视产业规模研究180
    - 一、地面数字电视整体市场规模180
    - 二、地面数字电视设备市场规模181
    - 三、地面数字电视广告市场规模182

### 第三节 2019-2023年中国移动电视市场发展研究183

一、中国移动电视整体市场发展现状183

二、中国移动电视细分市场构成184

三、中国移动电视细分市场发展趋势187

### 第四节 2019-2023年中国CMMB市场发展研究188

一、中国CMMB市场发展现状188

二、中国CMMB市场规模构成189

三、中国CMMB市场发展趋势190

### 第五节 2019-2023年中国城市电视市场发展研究191

一、中国城市电视市场发展现状191

二、中国城市电视市场规模构成193

三、中国城市电视市场发展趋势198

### 第六节 2019-2023年中国农村无线覆盖市场发展研究199

一、中国农村无线覆盖市场发展现状199

二、中国农村无线覆盖市场规模构成201

三、中国农村无线覆盖市场发展趋势203

### 第七节 未来中国地面数字电视发展趋势研究207

一、中国地面数字电视产业链发展趋势207

二、中国地面数字电视整体市场发展趋势208

三、中国地面数字电视设备市场发展趋势209

四、中国地面数字电视广告市场发展趋势210

### 第八节 未来中国地面数字电视发展规模预测211

一、中国地面数字电视发展影响力估算211

二、中国地面数字电视机顶盒市场规模预测213

三、中国地面数字电视一体机市场规模预测	215
第六章 2019-2023年中国广播影视新媒体领域研究—高清数字电视	218
第一节 2019-2023年全球高清数字电视发展状况研究	218
一、全球高清数字电视发展状况	218
二、全球高清数字电视订户比例研究	221
三、全球高清数字电视订户增长预测	222
四、全球高清数字电视机用户发展研究	223
第二节 2019-2023年中国高清数字电视动态分析	225
一、中国高清数字电视发展规划	225
二、高清电视一个庞大产业集群的崛起	226
三、高清数字电视产业市场规模近千亿	234
四、枣庄市峰城区首批数字电视信号正式开通启用	235
五、北京将用三年时间大规模普及交互式数字高清电视	236
第三节 未来中国高清数字电视发展趋势研究	237
一、中国高清数字电视营销策略	237
二、中国高清数字电视存在的问题	237
三、中国高清数字电视市场发展趋势	238
第七章 2019-2023年中国广播影视新媒体领域研究—卫星数字电视	239
第一节 2019-2023年中国直播卫星产业宏观发展环境	239
一、中国直播卫星产业宏观政策	239
二、中国直播卫星产业发展规划	240
三、中国直播卫星产业技术标准	241
第二节 2019-2023年中国直播卫星产业发展现状研究	242
一、中国直播卫星发展意义	242

二、中国直播卫星发展现状243

三、中国直播卫星存在的问题245

第三节 2019-2023年中国广播影视“村村通”工程研究246

一、中国广播影视“村村通”工程政策246

二、中国广播影视“村村通”工程进展247

三、中国广播影视“村村通”工程目标248

第四节 未来中国直播卫星产业发展趋势研究248

一、中国直播卫星政策发展趋势248

二、中国直播卫星用户发展趋势249

三、中国直播卫星运营发展建议250

第八章 2019-2023年中国广播影视新媒体领域研究—网络电视 ( IPTV ) 254

第一节 2019-2023年中国IPTV产业链发展研究254

一、中国IPTV产业链发展现状254

二、中国IPTV产业链存在问题257

三、中国IPTV产业链发展策略259

第二节 2019-2023年中国IPTV市场规模研究261

一、中国IPTV整体市场规模261

二、中国IPTV用户市场规模262

三、中国IPTV机顶盒市场规模263

第三节 2019-2023年中国IPTV运营模式研究264

一、以主导权划分的运营模式264

二、以接收终端划分的运营模式265

三、以运营特征划分的运营模式266

第四节 未来中国IPTV产业发展趋势267

- 一、中国IPTV市场发展趋势267
- 二、中国IPTV技术发展趋势268
- 三、中国IPTV应用发展趋势269
- 第九章 2019-2023年中国手机媒体及其业务运行分析271
- 第一节 2019-2023年中国手机媒体市场发展分析271
- 一、手机媒体的形态与内容分析271
- 二、手机媒体的用户与需求分析274
- 三、手机媒体赢利模式探讨275
- 四、3G时代的手机媒体发展分析275
- 第二节 2019-2023年中国手机电视发展分析278
- 一、手机电视覆盖率分析278
- 二、我国手机电视运营模式研究279
- 三、亚洲手机电视渗透率全球领先280
- 四、手机电视有望成立产业联盟280
- 五、手机电视市场蕴含巨大潜力282
- 六、未来手机电视产业的问题及解决287
- 七、2019-2023年3G手机电视用户预测291
- 第三节 2019-2023年中国手机游戏运行分析292
- 一、手机游戏产业链及收费模式292
- 二、全球手机游戏营收情况293
- 三、手机游戏整体盈利状况296
- 四、新兴市场拉动手手机游戏收入增长297
- 五、2019-2023年3G行业带来手机游戏大发展机遇297
- 六、2024-2029年手机游戏市场规模及发展趋势298



- 七、2024-2029年手机游戏年复合增长率301
- 第四节 2019-2023年中国手机短信发展分析302
  - 一、全球短信业务浅析302
  - 二、短信业务在企业售后服务中的应用304
  - 三、手机短信的新闻管理和产业发展探讨305
  - 四、全球手机短信业务发展情况311
  - 五、我国短信业务量增长情况312
- 第五节 2019-2023年中国手机广告发展分析314
  - 一、手机广告的几种模式314
  - 二、手机广告业务将加速发展315
  - 三、手机广告市场规模分析317
  - 四、手机媒体广告的发展瓶颈及对策320
  - 五、未来手机广告市场发展预测325
- 第六节 2019-2023年中国手机媒体市场问题对策分析325
  - 一、手机媒体的缺陷与消费困境分析325
  - 二、中国手机媒体发展的五大制约因素326
  - 三、中国手机媒体的良性发展途径探析328
- 第十章 2019-2023年其它网络媒体及其业务运行分析329
  - 第一节 网络视频329
    - 一、网络视频发展概况329
    - 二、网络视频广告的春天充满挑战330
    - 三、网络视频迎来“3G元年” 331
    - 四、网络视频市场规模333
    - 五、中国网络视频市场收入333

- 六、网络视频营销的发展与趋势分析335
- 七、网络视频业发展面临的问题336
- 八、网络视频业的良性发展道路探析337
- 第二节 网络博客338
  - 一、中国博客规模发展情况338
  - 二、中国博客作者人数338
  - 三、中国博客市场调查分析339
  - 四、博客发展趋势分析343
  - 五、未来博客发展方向分析347
- 第三节 网络游戏349
  - 一、我国网络游戏产业逆市飘红349
  - 二、中国网络游戏市场规模情况350
  - 三、2019-2023年我国网络游戏用户规模情况353
  - 四、2019-2023年我国网页游戏发展前景分析355
- 第四节 网络广告356
  - 一、网络广告市场现状及发展趋势356
  - 二、中国网络广告联盟市场规模357
  - 三、2019-2023年1季度中国网络广告市场分析357
  - 四、2019-2023年网络广告规模分析预测359
  - 五、网络广告未来趋势360
- 第十一章 2019-2023年中国广播影视新媒体主体企业运行分析364
  - 第一节 上海东方明珠(集团)股份有限公司364
    - 一、企业概况364
    - 二、企业主要经济指标分析365

三、企业盈利能力分析366

四、企业偿债能力分析367

五、企业运营能力分析369

六、企业成长能力分析371

第二节 中视传媒股份有限公司372

一、企业概况372

二、企业主要经济指标分析373

三、企业盈利能力分析374

四、企业偿债能力分析375

五、企业运营能力分析377

六、企业成长能力分析379

第三节 成都博瑞传播股份有限公司381

一、企业概况381

二、企业主要经济指标分析381

三、企业盈利能力分析382

四、企业偿债能力分析383

五、企业运营能力分析385

六、企业成长能力分析387

第四节 湖南电广传媒股份有限公司388

一、企业概况388

二、企业主要经济指标分析393

三、企业盈利能力分析396

四、企业偿债能力分析397

五、企业运营能力分析399

六、企业成长能力分析401

第五节 北京歌华有线电视网络股份有限公司402

一、企业概况402

二、企业主要经济指标分析403

三、企业盈利能力分析404

四、企业偿债能力分析405

五、企业运营能力分析407

六、企业成长能力分析409

第六节 陕西广电网络传媒股份有限公司410

一、企业概况410

二、企业主要经济指标分析411

三、企业盈利能力分析412

四、企业偿债能力分析413

五、企业运营能力分析415

六、企业成长能力分析417

第十二章 2024-2029年中国广播影视新媒体前景预测与投资战略分析419

第一节 2024-2029年中国新媒体行业前景展望419

一、中国新媒体未来发展前景广阔419

二、新媒体发展方向探讨420

三、我国新媒体产业发展趋势422

四、2024-2029年新媒体市场规模预测424

第二节 2024-2029年中国新媒体行业投资战略分析425

一、产业盈利模式与获得风投的瓶颈425

二、新媒体VC投资策略分析432

三、新媒体行业风险投资形势分析436

四、无线新媒体逆势飘红加大投资力度438

五、风投对新媒体行业的态度分析438

六、新冠疫情对新媒体投资影响分析440

图表目录

图表1：2006年 I 季度—2019-2023年2季度国内生产总值季度累计同比增长率(%)39

图表2：2019-2023年6月居民消费价格主要数据40

图表3：2006年6月—2019-2023年6月居民消费价格指数(上年同月=100)42

图表4：2019-2023年全国居民人均可支配收入45

图表5：2019-2023年全国居民人均消费支出及构成45

图表6：2006年6月—2019-2023年6月社会消费品零售总额月度同比增长率(%)46

图表7：2006年1-6月—2019-2023年1-6月固定资产投资完成额月度累计同比增长率(%)48

图表8：2006年6月—2019-2023年6月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率(%)51

图表9：行业产业链分析158

图表10：数字电视与模拟电视系统的示意图160

图表11：全国有线数字电视用户161

图表12：2006年-2019-2023年中国有线数字电视用户数量增长情况161

图表13：2019-2023年我国有线双向网改渗透利用率示意图162

图表14：中国地面广播整体设备市场规模发展趋势181

图表15：近五年来地面数字电视机顶盒市场发展情况214

图表16：中星9号直播卫星频率计划241

图表17：IPTV产业链模式254

图表18：2019-2023年IPTV用户规模与有线高清交互数字电视用户(单位：万户)263

图表19：互联网电视存量及存量用户渗透率预测(万)268

- 图表20：活跃用户观看市场与流量的转移268
- 图表21：互联网电视中期价值转移空间测算269
- 图表22：2019-2023年中国手游用户规模及增速299
- 图表23：2019-2023年中国手游市场规模及增速299
- 图表24：2019-2023年手游中IP游戏占比300
- 图表25：2019-2023年IP手游的IP来源分布300
- 图表26：2019-2023年6月至2019-2023年6月移动短信业务量和移动短信收入同比增长情况313
- 图表27：中国网络游戏产业发展历程349
- 图表28：2019-2023年中国网络游戏市场销售收入及预测(单位：亿元)351
- 图表29：2019-2023年中国自主研发网络游戏市场销售收入(单位：亿元)351
- 图表30：2019-2023年中国自主研发网络游戏海外市场销售收入(单位：亿美元)352
- 图表31：2019-2023年中国网络游戏用户数量(单位：亿人)353
- 图表32：2019-2023年国内网络游戏付费玩家数量(单位：万人)354
- 图表33：2019-2023年中国网页游戏市场销售收入(单位：亿元)355
- 图表34：2019-2023年我国移动广告市场规模超800亿358
- 图表35：2019-2023年移动广告占网络广告比重28%358
- 图表36：中国广告市场规模及网络广告市场规模的测算359
- 图表37：近3年上海东方明珠(集团)股份有限公司销售毛利率变化情况366
- 图表38：近3年上海东方明珠(集团)股份有限公司资产负债率变化情况367
- 图表39：近3年上海东方明珠(集团)股份有限公司产权比率变化情况368
- 图表40：近3年上海东方明珠(集团)股份有限公司固定资产周转次数情况369
- 图表41：近3年上海东方明珠(集团)股份有限公司流动资产周转次数变化情况370
- 图表42：近3年上海东方明珠(集团)股份有限公司总资产周转次数变化情况371
- 图表43：近3年中视传媒股份有限公司销售毛利率变化情况375

- 图表44：近3年中视传媒股份有限公司资产负债率变化情况376
- 图表45：近3年中视传媒股份有限公司产权比率变化情况377
- 图表46：近3年中视传媒股份有限公司固定资产周转次数情况378
- 图表47：近3年中视传媒股份有限公司流动资产周转次数变化情况379
- 图表48：近3年中视传媒股份有限公司总资产周转次数变化情况380
- 图表49：近3年成都博瑞传播股份有限公司销售毛利率变化情况382
- 图表50：近3年成都博瑞传播股份有限公司资产负债率变化情况384
- 图表51：近3年成都博瑞传播股份有限公司产权比率变化情况385
- 图表52：近3年成都博瑞传播股份有限公司固定资产周转次数情况386
- 图表53：近3年成都博瑞传播股份有限公司流动资产周转次数变化情况387
- 图表54：近3年成都博瑞传播股份有限公司总资产周转次数变化情况388
- 图表55：近3年湖南电广传媒股份有限公司销售毛利率变化情况396
- 图表56：近3年湖南电广传媒股份有限公司资产负债率变化情况397
- 图表57：近3年湖南电广传媒股份有限公司产权比率变化情况398
- 图表58：近3年湖南电广传媒股份有限公司固定资产周转次数情况399
- 图表59：近3年湖南电广传媒股份有限公司流动资产周转次数变化情况400
- 图表60：近3年湖南电广传媒股份有限公司总资产周转次数变化情况401
- 图表61：近3年北京歌华有线电视网络股份有限公司销售毛利率变化情况404
- 图表62：近3年北京歌华有线电视网络股份有限公司资产负债率变化情况405
- 图表63：近3年北京歌华有线电视网络股份有限公司产权比率变化情况406
- 图表64：近3年北京歌华有线电视网络股份有限公司固定资产周转次数情况407
- 图表65：近3年北京歌华有线电视网络股份有限公司流动资产周转次数变化情况408
- 图表66：近3年北京歌华有线电视网络股份有限公司总资产周转次数变化情况409
- 图表67：近3年陕西广电网络传媒股份有限公司销售毛利率变化情况412

图表68：近3年陕西广电网络传媒股份有限公司资产负债率变化情况413

图表69：近3年陕西广电网络传媒股份有限公司产权比率变化情况414

图表70：近3年陕西广电网络传媒股份有限公司固定资产周转次数情况415

图表71：近3年陕西广电网络传媒股份有限公司流动资产周转次数变化情况416

图表72：近3年陕西广电网络传媒股份有限公司总资产周转次数变化情况417

表格目录

表格1：近4年上海东方明珠(集团)股份有限公司销售毛利率变化情况366

表格2：近4年上海东方明珠(集团)股份有限公司资产负债率变化情况367

表格3：近4年上海东方明珠(集团)股份有限公司产权比率变化情况368

表格4：近4年上海东方明珠(集团)股份有限公司固定资产周转次数情况369

表格5：近4年上海东方明珠(集团)股份有限公司流动资产周转次数变化情况370

表格6：近4年上海东方明珠(集团)股份有限公司总资产周转次数变化情况371

表格7：近4年中视传媒股份有限公司销售毛利率变化情况374

表格8：近4年中视传媒股份有限公司资产负债率变化情况375

表格9：近4年中视传媒股份有限公司产权比率变化情况376

表格10：近4年中视传媒股份有限公司固定资产周转次数情况377

表格11：近4年中视传媒股份有限公司流动资产周转次数变化情况378

表格12：近4年中视传媒股份有限公司总资产周转次数变化情况379

表格13：近4年成都博瑞传播股份有限公司销售毛利率变化情况382

表格14：近4年成都博瑞传播股份有限公司资产负债率变化情况383

表格15：近4年成都博瑞传播股份有限公司产权比率变化情况384

表格16：近4年成都博瑞传播股份有限公司固定资产周转次数情况385

表格17：近4年成都博瑞传播股份有限公司流动资产周转次数变化情况386

表格18：近4年成都博瑞传播股份有限公司总资产周转次数变化情况387



- 表格19：近4年湖南电广传媒股份有限公司销售毛利率变化情况396
- 表格20：近4年湖南电广传媒股份有限公司资产负债率变化情况397
- 表格21：近4年湖南电广传媒股份有限公司产权比率变化情况398
- 表格22：近4年湖南电广传媒股份有限公司固定资产周转次数情况399
- 表格23：近4年湖南电广传媒股份有限公司流动资产周转次数变化情况400
- 表格24：近4年湖南电广传媒股份有限公司总资产周转次数变化情况401
- 表格25：近4年北京歌华有线电视网络股份有限公司销售毛利率变化情况404
- 表格26：近4年北京歌华有线电视网络股份有限公司资产负债率变化情况405
- 表格27：近4年北京歌华有线电视网络股份有限公司产权比率变化情况406
- 表格28：近4年北京歌华有线电视网络股份有限公司固定资产周转次数情况407
- 表格29：近4年北京歌华有线电视网络股份有限公司流动资产周转次数变化情况408
- 表格30：近4年北京歌华有线电视网络股份有限公司总资产周转次数变化情况409
- 表格31：近4年陕西广电网络传媒股份有限公司销售毛利率变化情况412
- 表格32：近4年陕西广电网络传媒股份有限公司资产负债率变化情况413
- 表格33：近4年陕西广电网络传媒股份有限公司产权比率变化情况414
- 表格34：近4年陕西广电网络传媒股份有限公司固定资产周转次数情况415
- 表格35：近4年陕西广电网络传媒股份有限公司流动资产周转次数变化情况416
- 表格36：近4年陕西广电网络传媒股份有限公司总资产周转次数变化情况417

**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/20170214/43733.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)