

2026-2031年中国视听新媒体行业市场全景调研与投资前景预测报告

报告简介

新媒体是指以数字技术、计算机网络技术和移动通信技术等新兴技术为依托，以网络媒体、手机媒体、互动性电视媒体、移动电视、楼宇电视等新兴媒体和新型媒体为主要载体，按照工业化标准进行生产、再生产的产业类型，是文化创意产业的重要组成部分。就外延而言，新媒体产业涵盖的范畴极其宽广。

网络视听新媒体成为展示中国文化遗产与创新最具活力的领域之一。最近10年来，中国网络视听新媒体在与世界的交流互动中迅猛发展，惠及中国的广大人民群众，也为世界网络文化发展作出了自己的贡献。

信息传播正在从专业媒体主导的精英传播向社会广泛参与的大众传播转变，新媒体内容供给主体已形成媒体、政务发布、自媒体“三分天下”的格局。传统媒体基本完成以“两微一端”为主体的移动传播布局，政务发布基本形成覆盖中央部委、省、区、县四级发布体系；媒体要在竞合中以更专业的发布、更权威的信息和思想观点的输出，发挥“关键少数”作用，同时与政务发布多协同，对自媒体则要以开放心态团结引领。

互联网思维的核心是用户思维。新媒体时代，媒体与受众的关系从单向灌输向双向互动转变。媒体与用户之间，随时都在进行信息、观点、情感的交流、交锋、交融。从简单交互，到深度参与，直至出现像微博、微信、抖音、快手这样几乎完全由用户提供内容的产品，媒体与用户日益成为信息传播共同体、价值判断共同体、情感传递共同体。用户的数量、停留时长、参与程度，代表媒体对受众的聚拢吸附能力、社会动员能力和行为塑造能力，构成媒体视为生命的传播力、引导力、影响力、公信力。

随着5G时代到来，拍摄、制作、上传的门槛大大降低，短视频将迎来爆发增长。由用户上传，将移动化和社交化相结合的社交小视频，将有可能创造增长神话。着眼这种趋势，国内主流传统媒体如人民日报等正在准备上线视频聚合平台。目前，除了传统意义上的新闻资讯外，生活服务、健康知识、历史钩沉、娱乐视频等泛资讯大规模进入新媒体内容生态。

媒体和AI技术的结合，已经由早期概念进入产品形态。机器人写稿、智能推荐、语音识别、视频感应器等技术的应用，正在重塑新闻生产和信息传播各个环节。

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、国家发改委、国务院发展研究中心、中国多媒体行业协会、中国信息协会、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，对中国视听新媒体及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、竞争替代产品、发展趋势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国视听新媒体行业发展状况和特点，以及中国视听新媒体行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的视听新媒体行业发展态势作了详细分析，并对视听新媒体行业进行了趋向研判，是视听新媒体经营、开发企业，服务、投资机构等单位准确了解目前视听新媒体业发展动态，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 产业环境透视

第一章 视听新媒体行业发展综述

第一节 视听新媒体行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要分类

三、行业特性

第二节 中国视听新媒体行业发展周期

一、成长速度

二、附加值的提升空间

三、行业周期

第二章 视听新媒体行业市场环境及影响分析（pest）

第一节 视听新媒体行业政治法律环境(p)

一、行业主要政策法规

二、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析(e)

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析(s)

一、视听新媒体产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析(t)

一、视听新媒体技术分析

二、行业主要技术发展趋势

三、技术环境对行业的影响

第二部分 行业深度分析

第三章 中国视听新媒体行业运行现状分析

第一节 国内视听新媒体行业发展现状及趋势分析

一、国内视听新媒体的发展阶段

二、国内视听新媒体市场发展规模

三、国内视听新媒体发展特点

四、国内视听新媒体版权发展与管理

(1)视听新媒体版权的特点

(2)视听新媒体版权发展背景

(3)视听新媒体版权现状

(4)视听新媒体版权管理的意义

(5)视听新媒体版权发展与管理存在主要问题

加强视听新媒体版权保护管理思路分析

五、国内视听新媒体发展的基本经验

六、国内视听新媒体发展面临的问题

七、国内视听新媒体发展趋势分析

第二节 新媒体与传统媒体的融合发展分析

一、新媒体与传统媒体融合的必然性分析

1、新媒体的优越性和局限性

2、传统媒体的不可替代性

3、传统媒体与新媒体的融合与发展

二、美国传统媒体与新媒体融合方式借鉴

1、信息融合方式借鉴

2、内容开发方式借鉴

3、社交媒体方式借鉴

4、互动方式借鉴

5、流媒体方式借鉴

三、电视媒体与网络媒体融合发展现状分析

1、电视媒体与网络媒体主要特征

2、电视媒体与网络媒体融合发展情况

3、电视媒体与网络媒体融合存在问题分析

4、电视媒体融合网络媒体具体对策

四、传统媒体与新媒体融合发展趋势分析

1、新媒体发展趋势分析

2、传统媒体发展趋势分析

3、传统媒体与新兴媒体融合趋势分析

第三节 全媒体发展分析

一、全媒体战略提出的背景分析

二、全媒体概念解析

1、全媒体概念

2、全媒体与新媒体的区别

3、“全媒体”时代的表现

三、传统媒体选择全媒体战略的现实基础

四、传统媒体实施全媒体战略成功关键点分析

五、全媒体战略风险分析

1、内容同质化风险分析

2、竞争力风险分析

3、磨合风险分析

4、媒体记者风险分析

六、全媒体发展现状分析

1、全媒体发展模式分析

2、全媒体实践遇到的问题分析

七、全媒体的发展和内容管理面临的挑战分析

- 1、全媒体平台建设方面的主要问题
- 2、全媒体品牌建设方面的主要问题
- 3、全媒体内容管理方面的主要问题
- 4、全媒体发展和管理的对策建议

八、全媒体发展趋势分析

第三部分 市场全景调研

第四章 中国视听新媒体细分市场分析及预测

第一节 手机电视发展现状及趋势分析

一、手机电视基本概述

1、手机电视定义

2、手机电视特点

二、全球手机电视市场规模及用户区域分布

1、全球手机电视市场规模分析

2、全球手机电视用户区域分布分析

三、智能手机终端市场分析

1、智能手机生产分析

2、智能手机终端需求分析

3、智能手机渗透率分析

4、智能手机服务网络

四、中国手机电视用户规模及消费行为

1、中国手机电视用户规模分析

2、中国手机电视市场规模分析

3、中国手机电视用户消费行为分析

五、手机电视发展面临的问题及趋势

1、手机电视发展面临的问题

2、手机电视发展趋势

第二节 网络广播影视发展现状及趋势分析

一、网络广播影视的定义和特征

1、网络广播电视的定义

2、网络广播电视的特征

3、网络广播影视产业链构成

二、网络广播影视市场经营情况分析

1、网络广播影视产业规模分析

2、网络广播影视用户规模

3、网络广播影视竞争格局

4、网络广播影视运营总况

三、网络广播影视用户消费行为分析

四、网络广播电视影视的盈利模式分析

1、广告盈利模式分析

2、用户付费盈利模式分析

3、版权分销盈利模式分析

4、视频服务盈利模式分析

5、联合运营盈利模式分析

五、网络广播影视产业发展趋势分析

第三节 ip电视发展现状及趋势分析

一、ip电视基本概述

1、ip电视的定义

2、ip电视的主要功能

二、ip电视发展历程回顾

三、ip电视市场规模分析

四、ip电视用户规模分析

五、ip电视的产业链构成及特点分析

1、ip电视的产业链构成分析

2、ip电视内容及业务分析

3、ip电视受众分析

六、ip电视的技术架构及播出安全监管

七、ip电视发展趋势分析

1、ip电视用户规模增长趋势

2、ip电视的业务形态变化趋势

第四节 互联网电视发展现状及趋势分析

一、互联网电视基本概述

1、互联网电视的定义

2、互联网电视的主要特点

3、互联网电视服务发展历程

二、互联网电视市场规模分析

三、互联网电视服务运营平台

四、互联网电视产业链的创新架构及特点

- 1、互联网电视产业链的基本结构
- 2、互联网电视集成播控平台的创新架构
- 3、互联网电视内容服务平台的创新架构
- 4、互联网电视经营模式的创新

五、互联网电视发展趋势分析

- 1、社交电视发展趋势
- 2、控制设备发展趋势
- 3、移动电视发展趋势

第五节 移动多媒体广播电视发展现状及趋势分析

一、移动多媒体广播电视的定义和国际标准

- 1、移动多媒体广播电视的定义
- 2、国际上移动多媒体广播电视的主要标准

二、cmmB技术发展历程及主要特点

三、移动多媒体广播电视业务运营现状分析

- 1、移动多媒体广播电视用户规模
- 2、移动多媒体广播电视运营现状

四、移动多媒体广播电视发展趋势分析

第六节 公共视听载体发展现状及趋势分析

一、公共视听载体基本概述

- 1、公共视听载体的定义
- 2、公共视听载体的表现形态

3、公共视听载体的实现方式

4、公共视听载体监管政策分析

二、公共视听载体市场规模分析

1、公共视听载体终端数量规模

2、公共视听载体广告市场规模

三、公共视听载体市场竞争格局分析

四、各类公共视听载体市场现状分析

1、车载移动电视市场现状分析

2、室内固定场所电视市场现状分析

3、户外大屏幕市场现状分析

五、公共视听载体的收入来源与资本运作分析

1、公共视听载体收入来源

2、公共视听载体资本运作典型案例

六、公共视听载体受众行为分析

1、公共视听载体受众收看程度分析

2、公共视听载体受众观看原因分析

3、受众对节目时长的需求分析

4、受众对不同类型节目的需求分析

七、公共视听载体发展趋势分析

1、公共视听载体规模变化趋势

2、公共视听载体未来重点发展方向

3、公共视听载体收入来源变化趋势

4、高清化、交互化、网络化发展趋势

5、市场整合加剧趋势分析

第四部分 竞争格局分析

第五章 2026-2031年视听新媒体行业竞争形势

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、视听新媒体行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、视听新媒体行业swot分析

1、视听新媒体行业优势分析

2、视听新媒体行业劣势分析

3、视听新媒体行业机会分析

4、视听新媒体行业威胁分析

第二节 视听新媒体行业竞争格局分析

一、企业竞争格局分析

二、市场竞争格局分析

三、产品竞争格局分析

第三节 视听新媒体行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第四节 视听新媒体行业并购重组分析

一、行业并购重组现状及其重要影响

二、企业升级途径及并购重组风险分析

三、行业投资兼并与重组趋势分析

第六章 2026-2031年视听新媒体行业领先企业经营形势分析

第一节 中国视听新媒体企业总体发展状况分析

一、视听新媒体企业主要类型

二、视听新媒体企业资本运作分析

三、视听新媒体企业创新及品牌建设

四、视听新媒体企业国际竞争力分析

第二节 中国领先视听新媒体企业经营形势分析

一、世通华纳传媒控股有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业技术水平分析

3、企业经营模式分析

4、企业运营能力分析

5、企业竞争优势分析

6、企业最新发展动向

二、北京北广传媒集团有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业竞争优势劣势分析
- 6、企业最新发展动向

三、北京天盈九州网络技术有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业竞争优势劣势分析
- 6、企业最新发展动向

四、新浪网技术(中国)有限公司

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业技术水平分析
- 3、企业经营模式分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业竞争优势劣势分析
- 6、企业最新发展动向

五、中麦控股有限公司

- 1、企业发展概况分析

2、企业技术水平分析

3、企业经营模式分析

4、企业运营能力分析

5、企业竞争优势劣势分析

6、企业最新发展动向

六、分众传媒信息技术股份有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业技术水平分析

3、企业经营模式分析

4、企业运营能力分析

5、企业竞争优势劣势分析

6、企业最新发展动向

七、华视传媒集团有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业技术水平分析

3、企业经营模式分析

4、企业运营能力分析

5、企业竞争优势劣势分析

6、企业最新发展动向

八、北京文投航美传媒有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业技术水平分析

3、企业经营模式分析

4、企业运营能力分析

5、企业竞争优势分析

6、企业最新发展动向

九、网易(杭州)网络有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业技术水平分析

3、企业经营模式分析

4、企业运营能力分析

5、企业竞争优势分析

6、企业最新发展动向

十、深圳市前海天宇投资控股有限公司

1、企业发展概况分析

2、企业技术水平分析

3、企业经营模式分析

4、企业运营能力分析

5、企业竞争优势分析

6、企业最新发展动向

第五部分 发展前景展望

第七章 2026-2031年视听新媒体行业前景及投资价值

第一节 2026-2031年视听新媒体市场发展前景

一、2026-2031年视听新媒体市场发展潜力

二、2026-2031年视听新媒体市场发展前景展望

三、2026-2031年视听新媒体细分行业发展前景分析

第二节 2026-2031年视听新媒体市场发展趋势预测

一、2026-2031年视听新媒体行业发展趋势

二、2026-2031年视听新媒体市场规模预测

三、2026-2031年视听新媒体行业应用趋势预测

四、2026-2031年细分市场发展趋势预测

第三节 2026-2031年中国视听新媒体行业供需预测

一、2026-2031年中国视听新媒体行业供给预测

二、2026-2031年中国视听新媒体行业产量预测

三、2026-2031年中国视听新媒体市场销量预测

四、2026-2031年中国视听新媒体行业需求预测

五、2026-2031年中国视听新媒体行业供需平衡预测

第八章 2026-2031年视听新媒体行业投资机会与风险防范

第一节 视听新媒体行业投资特性分析

一、视听新媒体行业进入壁垒分析

二、视听新媒体行业盈利因素分析

三、视听新媒体行业盈利模式分析

第二节 2026-2031年视听新媒体行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 视听新媒体行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、视听新媒体行业投资现状分析

第四节 2026-2031年视听新媒体行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、视听新媒体行业投资机遇

第五节 2026-2031年视听新媒体行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第六节 中国视听新媒体行业投资建议

一、视听新媒体行业未来发展方向

二、视听新媒体行业主要投资建议

三、中国视听新媒体企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第九章 视听新媒体行业发展战略研究

第一节 对中国视听新媒体品牌的战略思考

- 一、视听新媒体品牌的重要性
- 二、视听新媒体实施品牌战略的意义
- 三、视听新媒体企业品牌的现状分析
- 四、中国视听新媒体企业的品牌战略
- 五、视听新媒体品牌战略管理的策略

第二节 视听新媒体经营策略分析

- 一、视听新媒体市场细分策略
- 二、视听新媒体市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、视听新媒体新产品差异化战略

第三节 视听新媒体行业投资战略研究

- 一、2026-2031年视听新媒体行业投资战略
- 二、2026-2031年细分行业投资战略

第十章 研究结论及发展建议

第一节 视听新媒体行业研究结论及建议

第二节 视听新媒体关联行业研究结论及建议

第三节 中道泰和视听新媒体行业发展建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

图表目录

图表：视听新媒体行业生命周期

图表：视听新媒体行业产业链结构

图表：2021-2026年全球视听新媒体行业市场规模

图表：2021-2026年中国视听新媒体行业市场规模

图表：2021-2026年视听新媒体行业重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国视听新媒体市场占全球份额比较

图表：2021-2026年全球互联网用户区域分布

图表：2021-2026年在线视频占全球互联网流量比重图

图表：2021-2026年全球在线电视和视频收入

图表：2021-2026年英国视听新媒体各传输网渗透率

图表：2021-2026年按照技术类别分的美国居民接入宽带速度所占比重

图表：2021-2026年全球互联网终端应用情况

图表：2021-2026年全球手机用户数量及增长率

图表：国外视听新媒体盈利模式

图表：国外视听新媒体发展存在的问题

图表：国外视听新媒体发展趋势

图表：2021-2026年中国视听媒体市场总规模

图表：2021-2026年中国视听媒体受众来源及规模

图表：国内视听媒体版权的特点

图表：2021-2026年网络视频用户数及使用率

图表：2026-2031年国内视听新媒体版权分销收入预测

图表：视听新媒体版权管理的意义

图表：视听新媒体版权管理中存在的主要问题

图表：加强视听新媒体版权管理的基本思路

图表：国内视听新媒体发展的基本经验

图表：国内视听新媒体发展面临的问题

图表：国内视听新媒体发展趋势

图表：2021-2026年全球手机电视市场规模及增长情况

图表：全球主要区域手机电视用户分布情况

图表：2021-2026年中国智能手机出货量及增长率

图表：2021-2026年中国智能手机销量及增长率

图表：2021-2026年中国智能手机市场渗透率预测

图表：2021-2026年中国智能手机主要服务网络市场占比

图表：2021-2026年中国手机电视用户规模及增长

图表：2021-2026年中国手机电视市场规模及预测

图表：中国手机用户选用手机电视业务形态情况

图表：139手机视频营销页面内容点击扣费次数排序表

图表：手机网民对手机电视节目的选择

图表：手机电视发展面临的问题

图表：网络广播电视运营主体

图表：中国网络视频产业链的基本构成

图表：2021-2026年中国网络视频市场广告收入

图表：2021-2026年中国网络视频用户规模及渗透率

图表：2021-2026年中国网络视频广告市场构成情况及预测

图表：2021-2026年各类网络应用使用率

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：105430

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20190113/105430.shtml>

在线订购：[点击这里](#)