

2024-2029年中国移动媒体行业全景调研与发展战略研究咨询报告

报告简介

在经历多年高速发展后，网络消费市场供需两端“双升级”正成为行业增长新一轮驱动力。在供给侧，线上线下资源加速整合，社交电商、品质电商等新模式不断丰富消费场景，带动零售业转型升级；大数据、区块链等技术深入应用，有效提升了运营效率。在需求侧，消费升级趋势保持不变，消费分层特征日渐凸显，进一步推动市场多元化。得益于“网络覆盖工程”和互联网“提速降费”加速实施，居民入网门槛进一步降低。

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、文化部、国家新闻出版广电总局、中国广播电视协会、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，对中国移动媒体及各相关行业的发展状况、市场供需形势、发展趋势等进行了分析，并重点分析了中国移动媒体行业发展状况和特点，以及中国移动媒体行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对移动媒体行业进行了趋向研判，是移动媒体企业、科研、投资机构等单位准确了解目前移动媒体发展动态，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 移动媒体行业发展综述

第一节 移动媒体行业相关概念概述

一、移动媒体行业定义

二、移动媒体特点分析

三、传统媒体与移动媒体对比

第二节 中国移动媒体行业发展周期

一、成长速度

二、附加值的提升空间

三、行业周期

第三节 移动媒体行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

五、行业下游产业链相关行业分析

六、上下游行业影响及风险提示

第二章 移动媒体行业市场环境及影响分析

第一节 移动媒体行业政治法律环境

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、移动媒体行业相关标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析

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

一、移动媒体产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、移动媒体产业发展对社会发展的影响

五、技术环境对行业的影响

第二部分 行业深度分析

第三章 中国移动媒体行业运行现状分析

第一节 中国移动媒体行业发展状况分析

一、中国移动媒体行业发展背景

二、中国移动媒体行业发展总体概况

三、中国移动媒体行业发展特点分析

四、移动媒体行业运营模式分析

第二节 2019-2023年移动媒体行业发展现状

一、2019-2023年中国移动媒体行业市场规模

1、行业营收规模

2、行业利润规模

二、2019-2023年中国移动媒体行业发展分析

1、各地移动媒体行业发展情况

2、移动媒体行业集中度分析

3、移动媒体用户使用情况分析

3、移动媒体收入模式分析

三、2019-2023年中国移动媒体企业发展分析

1、中国移动媒体企业特点分析

2、中外移动媒体企业对比分析

3、中国重点移动媒体企业发展动态

第三节 2019-2023年移动媒体市场情况分析

一、2019-2023年中国移动媒体市场总体概况

二、2019-2023年中国移动媒体产品市场发展分析

第四章 中国移动媒体行业整体运行指标分析

第一节 2019-2023年中国移动媒体行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业产值规模分析

第二节 2019-2023年中国移动媒体行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第三节 中国移动媒体市场供需分析

一、2019-2023年中国移动媒体行业供给情况

1、中国移动媒体行业供给分析

2、中国移动媒体行业投资规模分析

3、重点市场占有率

二、2019-2023年中国移动媒体行业需求情况

1、移动媒体行业需求市场

2、移动媒体行业客户结构

3、移动媒体行业需求的地区差异

三、2019-2023年中国移动媒体行业供需平衡分析

第三部分 市场全景调研

第五章 移动媒体行业细分业态分析

第一节 手机媒体发展分析

一、手机媒体发展概况

1、移动通信的发展

2、移动增值业务的发展

二、手机音乐业务

1、中国手机音乐发展历程

2、中国手机音乐商业模式分析

- 3、中国手机音乐市场规模
- 4、中国手机音乐发展现状
- 5、中国手机音乐市场竞争格局
- 6、中国手机音乐用户行为分析
- 7、中国手机音乐市场发展趋势

三、手机报业务

- 1、手机报的发展状况
- 2、手机报的发展现状
- 3、手机报发展存在的问题及制约
- 4、解决手机报发展瓶颈的措施及发展前景

四、手机阅读业务

- 1、手机阅读发展背景
- 2、手机阅读产业链分析
- 3、手机阅读市场现状
- 4、手机阅读需求特点
- 5、主流手机阅读软件对比分析
- 6、手机阅读用户调查分析
- 7、手机阅读发展存在的问题
- 8、手机阅读发展前景预测

五、手机游戏业务

- 1、手机游戏发展阶段
- 2、手机游戏发展情况
- 3、手机游戏市场分析
- 4、手机游戏资本运作情况

5、手机游戏市场趋势分析

6、手机游戏市场前景预测

六、手机视频业务

1、中国手机视频市场规模

2、中国手机视频布局分析

3、中国手机视频用户调研分析

4、中国手机视频商业模式分析

5、中国手机视频行业发展趋势

七、手机动漫业务

1、中国手机动漫发展背景

2、中国手机动漫市场规模

3、中国手机动漫政策扶持情况

4、中国手机动漫发展趋势

三、手机媒体发展面临的机遇与挑战

第二节 户外媒体发展分析

一、户外媒体发展概况

二、户外媒体市场分析

1、公交移动电视

2、商业楼宇电视

3、列车车站电视

三、户外媒体发展趋势

第四部分 竞争格局分析

第六章 移动媒体行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、移动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、移动媒体行业企业间竞争格局分析

三、移动媒体行业集中度分析

四、移动媒体行业swot分析

第二节 中国移动媒体行业竞争格局综述

- 一、移动媒体行业竞争概况
- 二、中国移动媒体行业竞争力分析
- 三、中国移动媒体竞争力优势分析
- 四、移动媒体行业主要企业竞争力分析

第三节 2019-2023年移动媒体行业竞争格局分析

- 一、2019-2023年国内外移动媒体竞争分析
- 二、2019-2023年中国移动媒体市场竞争分析
- 三、2019-2023年中国移动媒体市场集中度分析
- 四、2019-2023年国内主要移动媒体企业动向

第四节 移动媒体市场竞争策略分析

第七章 2024-2029年移动媒体行业领先企业经营形势分析

第一节 分众传媒(中国)控股有限公司

- 一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业移动媒体业务发展

四、企业发展战略分析

第二节 北京文投航美传媒有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业移动媒体业务发展

四、企业发展战略分析

第三节 华视传媒集团有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业移动媒体业务发展

四、企业发展战略分析

第四节 南京白马广告媒体有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业移动媒体业务发展

四、企业发展战略分析

第五节 中国电信股份有限公司上海号百信息服务分公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业移动媒体业务发展

四、企业发展战略分析

第六节 新浪网技术(中国)有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业移动媒体业务发展

四、企业发展战略分析

第七节 深圳市腾讯计算机系统有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业移动媒体业务发展

四、企业发展战略分析

第八节 北京空中信使信息技术有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业移动媒体业务发展

四、企业发展战略分析

第九节 掌阅科技股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业移动媒体业务发展

四、企业发展战略分析

第十节 光明网传媒有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业移动媒体业务发展

四、企业发展战略分析

第五部分 发展前景展望

第八章 2024-2029年移动媒体行业前景及趋势预测

第一节 2024-2029年移动媒体市场发展前景

- 一、2024-2029年移动媒体市场发展潜力
- 二、2024-2029年移动媒体市场发展前景展望
- 三、2024-2029年移动媒体细分行业发展前景分析

第二节 2024-2029年移动媒体市场发展趋势预测

- 一、2024-2029年移动媒体行业发展趋势
- 二、2024-2029年移动媒体市场规模预测
 - 1、移动媒体行业市场规模预测
 - 2、移动媒体行业营业收入预测
- 三、2024-2029年移动媒体行业应用趋势预测
- 四、2024-2029年细分市场发展趋势预测

第三节 2024-2029年中国移动媒体行业供需预测

- 一、2024-2029年中国移动媒体行业供给预测
- 二、2024-2029年中国移动媒体企业数量预测
- 三、2024-2029年中国移动媒体投资规模预测
- 四、2024-2029年中国移动媒体行业需求预测
- 五、2024-2029年中国移动媒体行业供需平衡预测

第九章 2024-2029年移动媒体行业投资机会与风险防范

第一节 移动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、移动媒体行业投资现状分析

第二节 2024-2029年移动媒体行业投资机会

- 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、移动媒体行业投资机遇

第三节 2024-2029年移动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

第四节 中国移动媒体行业投资建议

- 一、移动媒体行业未来发展方向
- 二、移动媒体行业主要投资建议
- 三、中国移动媒体企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第十章 2024-2029年移动媒体行业面临的困境及对策

第一节 移动媒体企业面临的困境及对策

- 一、重点移动媒体企业面临的困境及对策
- 二、中小移动媒体企业发展困境及策略分析
- 三、国内移动媒体企业的出路分析

第二节 中国移动媒体行业存在的问题及对策

一、中国移动媒体行业存在的问题

二、移动媒体行业发展的建议对策

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第三节 中国移动媒体市场发展面临的挑战与对策

一、中国移动媒体市场发展面临的挑战

二、中国移动媒体市场发展对策分析

第十一章 移动媒体行业发展战略研究

第一节 移动媒体行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对中国移动媒体品牌的战略思考

一、移动媒体品牌的重要性

二、移动媒体实施品牌战略的意义

三、移动媒体企业品牌的现状分析

四、中国移动媒体企业的品牌战略

五、移动媒体品牌战略管理的策略

第三节 移动媒体经营策略分析

一、移动媒体市场细分策略

二、移动媒体市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、移动媒体新产品差异化战略

第四节 移动媒体行业投资战略研究

一、2019-2023年移动媒体行业投资战略

二、2024-2029年移动媒体行业投资战略

三、2024-2029年细分行业投资战略

第十二章 研究结论及发展建议

第一节 移动媒体行业研究结论及建议

第二节 移动媒体子行业研究结论及建议

第三节 中道泰和移动媒体行业发展建议

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：2019-2023年中国移动媒体行业相关专利

图表：2019-2023年移动媒体行业经营效益分析

图表：2019-2023年中国移动媒体行业盈利能力分析

图表：2019-2023年中国移动媒体行业运营能力分析

图表：2019-2023年中国移动媒体行业偿债能力分析

图表：2019-2023年中国移动媒体行业发展能力分析

图表：2024-2029年移动媒体行业市场规模预测

图表：2024-2029年移动媒体行业营业收入预测

图表：2024-2029年中国移动媒体行业供给预测

图表：2024-2029年中国移动媒体投资规模预测

图表：2024-2029年中国移动媒体企业数量预测

图表：2024-2029年中国移动媒体行业需求预测

图表：2024-2029年中国移动媒体行业供需平衡预测

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/sc/20190711/127790.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)