

2024-2029年中国移动媒体行业市场前瞻分析与未来投资战略报告

报告简介

移动媒体是指利用各种信息传输技术以满足流动人群需求的新型或新兴媒体。移动媒体大致包括三类：第一类是作为传统媒体延伸的移动媒体，即基于无线电信号传输的车载广播、车载电视等；第二类是基于手机增值业务的手机媒体，短信改变了手机仅仅作为通讯工具的单一功能，使之成为人际传播与大众传播结合的新媒体。尔后陆续出现手机报、手机广播和手机电视等新型媒体；第三类是基于移动互联网的各种移动终端服务及设备，包括手机、笔记本电脑、上网本、平板电脑、电子阅读器、GPS设备和娱乐设备。移动互联网媒体也是目前发展最快，重点研究的新媒体。

基于手机的移动媒体的消费者和广告支出将保持强劲增长，并将在2023年将达到7200亿美元。5G的可用性不断增长，尤其是在成熟的移动数据市场，这将有助于满足潜在的消费者对流行互联网服务的需求，并进一步推动移动设备上的高端和广告支持内容消费。由于广告商越来越注重通过手机接触受众，基于手机的广告将占数字广告支出的一半以上。随着手机用户的增加，手机媒体深刻改变了人们的生活方式，作为移动终端设备的手机又与包罗万象的互联网相互结合。随时随地的信息传递是移动互联网最重要的特色之一，移动互联网的出现带来了“动众”这个概念的出现。手机还是媒体向“动众”全时提供高质量的内容和广告的绝佳平台。”所谓“动众”，就是移动中的受众。目前出现各种新媒体都在趋向移动终端，抢占客户端以便更加贴身的服务用户，同时以更加良好用户体验和强大功能拓展市场。我们有理由相信，随着新科技的发展和应用，还会有更多的功能更为强大智能化程度更高的移动网络媒体出现。

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、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、国内外相关报刊杂志的基础信息以及移动媒体专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国移动媒体的行业现状、市场各类经营指标的情况、重点企业状况、区域市场发展情况等内容进行详细的阐述和深入的分析，着重对移动媒体业务的发展进行详尽深入的分析，并根据移动媒体行业的政策经济发展环境对移动媒体行业潜在的风险和防范建议进行分析。最后提出研究者对移动媒体行业的研究观点，以供投资决策者参考。

报告目录

第一章 移动媒体行业发展综述 1

第一节 移动媒体行业相关概述 1

一、行业研究范围界定 1

二、移动媒体的分类 1

三、移动媒体行业的特点分析 2

第二节 移动媒体行业发展环境分析 3

- 一、行业政策环境分析 3
 - 1、行业管理体制 3
 - 2、行业相关政策及解析 4
 - 3、行业发展规划及解析 5
 - 二、行业经济环境分析 6
 - 1、中国gdp增长情况分析 6
 - 2、中国cpi波动情况分析 8
 - 3、居民人均收入增长情况分析 9
 - 4、经济环境影响分析 11
 - 三、行业社会环境分析 12
 - 1、中国人口发展分析 12
 - (1)中国人口规模 12
 - (2)中国人口年龄结构 15
 - (3)中国人口健康状况 15
 - (4)中国人口老龄化进程 15
 - 2、中国城镇化发展状况 16
 - 3、中国居民消费习惯分析 22
- 第二章 当代背景下移动媒体的发展机会分析 23
- 第一节 移动媒体政策及其实施情况 23
 - 一、移动媒体相关政策解读 23
 - 二、移动媒体计划实施成果解读 24
 - 第二节 移动媒体在国民经济中的地位及作用分析 24
 - 一、移动媒体内涵与特征 24
 - 二、移动媒体与经济的关系分析 25

第三节 国内环境背景下移动媒体发展的swot分析 25

一、国家战略对移动媒体产业的影响分析 25

1、对移动媒体市场资源配置的影响 25

2、对移动媒体产业市场格局的影响 26

3、对移动媒体产业发展方式的影响 26

二、移动媒体国家战略背景下移动媒体发展的swot分析 27

1、移动媒体发展的优势分析 27

2、移动媒体发展的劣势分析 28

3、移动媒体发展的机遇分析 29

4、移动媒体发展面临的挑战 29

第三章 国际移动媒体行业发展分析 31

第一节 国际移动媒体行业发展环境分析 31

一、全球人口状况分析 31

二、国际宏观经济环境分析 32

1、国际宏观经济发展现状 32

2、国际宏观经济发展预测 35

3、国际宏观经济发展对行业的影响分析 36

第二节 国际移动媒体行业发展现状分析 36

一、国际移动媒体行业发展概况 36

二、主要国家移动媒体行业的经济效益分析 38

三、国际移动媒体行业的发展趋势分析 38

第三节 主要国家及地区移动媒体行业发展状况及经验借鉴 41

一、美国移动媒体行业发展分析 41

二、欧洲移动媒体行业发展分析 44

- 三、日本移动媒体行业发展分析 47
- 四、台湾地区移动媒体行业发展分析 47
- 五、国外移动媒体行业发展经验总结 49
- 第四章 2019-2023年中国移动媒体行业发展现状分析 50
 - 第一节 中国移动媒体行业发展概况 50
 - 一、中国移动媒体行业发展趋势 50
 - 二、中国移动媒体发展状况 52
 - 1、移动媒体行业发展规模 52
 - 2、移动媒体行业供需状况 52
 - 第二节 中国移动媒体运营分析 54
 - 一、中国移动媒体经营模式分析 54
 - 二、中国移动媒体经营项目分析 55
 - 三、中国移动媒体运营存在的问题 58
- 第五章 互联网对移动媒体的影响分析 59
 - 第一节 互联网对移动媒体行业的影响 59
 - 一、智能移动媒体设备发展情况分析 59
 - 1、智能移动媒体设备发展概况 59
 - 2、主要移动媒体app应用情况 61
 - 二、移动媒体智能设备经营模式分析 63
 - 1、智能硬件模式 63
 - 2、移动媒体app模式 64
 - 3、虚实结合模式 71
 - 4、个性化资讯模式 71
 - 三、智能设备对移动媒体行业的影响分析 72

- 1、智能设备对移动媒体行业的影响 72
- 2、移动媒体智能设备的发展趋势分析 73
- 第二节 互联网+移动媒体发展模式分析 75
 - 一、互联网+移动媒体商业模式解析 75
 - 1、移动媒体o2o模式分析 75
 - (1)运行方式 75
 - (2)盈利模式 75
 - 2、智能联网模式 77
 - (1)运行方式 77
 - (2)盈利模式 77
 - 二、互联网+移动媒体案例分析 78
 - 1、案例一 78
 - 2、案例二 79
 - 3、案例三 79
 - 4、案例四 80
 - 5、案例五 80
 - 三、互联网背景下移动媒体行业发展趋势分析 81
- 第六章 中国移动媒体需求与消费者偏好调查 82
 - 第一节 移动媒体产品目标客户群体调查 82
 - 一、不同收入水平消费者偏好调查 82
 - 二、不同年龄的消费者偏好调查 82
 - 三、不同地区的消费者偏好调查 82
 - 第二节 移动媒体产品的品牌市场调查 83
 - 一、消费者对移动媒体品牌认知度宏观调查 83

- 二、消费者对移动媒体产品的品牌偏好调查 84
- 三、消费者对移动媒体品牌的首要认知渠道 84
- 四、消费者经常购买的品牌调查 84
- 五、移动媒体品牌忠诚度调查 85
- 六、移动媒体品牌市场占有率调查 85
- 七、消费者的消费理念调研 86
- 第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析 87
 - 一、价格敏感程度 87
 - 二、品牌的影响 87
 - 三、购买方便的影响 87
 - 四、广告的影响程度 87
- 第七章 中国重点城市移动媒体市场分析 88
 - 第一节 北京市移动媒体市场分析 88
 - 一、北京市移动媒体行业需求分析 88
 - 二、北京市移动媒体发展情况 88
 - 三、北京市移动媒体存在的问题与建议 89
 - 第二节 上海市移动媒体市场分析 90
 - 一、上海市移动媒体行业需求分析 90
 - 二、上海市移动媒体发展情况 90
 - 三、上海市移动媒体存在的问题与建议 91
 - 第三节 天津市移动媒体市场分析 92
 - 一、天津市移动媒体行业需求分析 92
 - 二、天津市移动媒体发展情况 93
 - 三、天津市移动媒体存在的问题与建议 94

第四节 深圳市移动媒体市场分析	94
一、深圳市移动媒体行业需求分析	94
二、深圳市移动媒体发展情况	95
三、深圳市移动媒体存在的问题与建议	96
第五节 重庆市移动媒体市场分析	98
一、重庆市移动媒体行业需求分析	98
二、重庆市移动媒体发展情况	98
三、重庆市移动媒体存在的问题与建议	99
第八章 中国领先企业移动媒体经营分析	101
第一节 中国移动媒体总体状况分析	101
一、企业规模分析	101
二、企业类型分析	102
三、企业性质分析	102
第二节 领先移动媒体经营状况分析	103
一、广州网易计算机系统有限公司	103
1、企业发展简况分析	103
2、企业经营情况分析	104
3、企业服务内容分析	104
4、企业经营优劣势分析	105
5、企业最新发展动态	105
二、新浪网络技术股份有限公司	107
1、企业发展简况分析	107
2、企业经营情况分析	109
3、企业服务内容分析	110

- 4、企业经营优劣势分析 110
- 5、企业最新发展动态 110
- 三、深圳市腾讯计算机系统有限公司 112
 - 1、企业发展简况分析 112
 - 2、企业经营情况分析 113
 - 3、企业服务内容分析 113
 - 4、企业经营优劣势分析 116
 - 5、企业最新发展动态 117
- 四、掌阅科技股份有限公司 120
 - 1、企业发展简况分析 120
 - 2、企业经营情况分析 120
 - 3、企业服务内容分析 121
 - 4、企业经营优劣势分析 121
 - 5、企业最新发展动态 123
- 五、北京搜狐新时代信息技术有限公司 123
 - 1、企业发展简况分析 123
 - 2、企业经营情况分析 124
 - 3、企业服务内容分析 124
 - 4、企业经营优劣势分析 124
 - 5、企业最新发展动态 125
- 六、北京百度网讯科技有限公司 126
 - 1、企业发展简况分析 126
 - 2、企业经营情况分析 127
 - 3、企业服务内容分析 127

4、企业经营优劣势分析 129

5、企业最新发展动态 129

七、北京字节跳动科技有限公司 129

1、企业发展简况分析 129

2、企业经营情况分析 130

3、企业服务内容分析 130

4、企业经营优劣势分析 131

5、企业最新发展动态 131

八、分众传媒控股有限公司 131

1、企业发展简况分析 131

2、企业经营情况分析 132

3、企业服务内容分析 133

4、企业经营优劣势分析 133

5、企业最新发展动态 136

九、广东省广告集团股份有限公司 140

1、企业发展简况分析 140

2、企业经营情况分析 141

3、企业服务内容分析 141

4、企业经营优劣势分析 142

5、企业最新发展动态 143

十、武汉斗鱼网络科技有限公司 143

1、企业发展简况分析 143

2、企业经营情况分析 144

3、企业服务内容分析 144

4、企业经营优劣势分析	144
5、企业最新发展动态	144
第九章 移动媒体行业发展趋势分析	146
第一节 发展环境展望	146
一、宏观经济形势展望	146
二、政策走势及其影响	154
三、国际行业走势展望	155
第二节 移动媒体行业发展趋势分析	157
一、行业发展趋势分析	157
三、行业竞争格局展望	158
第三节 2024-2029年中国移动媒体市场趋势分析	158
一、2019-2023年移动媒体市场趋势总结	158
二、2024-2029年移动媒体发展趋势分析	159
三、2024-2029年移动媒体市场发展空间	160
四、2024-2029年移动媒体产业政策趋向	161
第十章 未来移动媒体行业发展预测	162
第一节 未来移动媒体需求与市场预测	162
一、2024-2029年移动媒体市场规模预测	162
二、2024-2029年移动媒体行业总资产预测	162
第二节 2024-2029年中国移动媒体行业供需预测	163
一、2024-2029年中国移动媒体供给预测	163
二、2024-2029年中国移动媒体需求预测	163
三、2024-2029年中国移动媒体供需平衡预测	164
第十一章 移动媒体行业投资机会与风险	165

第一节 行业投资收益率比较及分析	165
一、2019-2023年相关产业投资收益率比较	165
二、2019-2023年行业投资收益率分析	165
第二节 移动媒体行业投资效益分析	166
一、2019-2023年移动媒体行业投资状况分析	166
二、2024-2029年移动媒体行业投资效益分析	166
三、2024-2029年移动媒体行业投资趋势预测	168
四、2024-2029年移动媒体行业的投资方向	170
五、2024-2029年移动媒体行业投资的建议	171
六、新进入者应注意的障碍因素分析	172
第三节 影响移动媒体行业发展的主要因素	176
一、2024-2029年影响移动媒体行业运行的有利因素分析	176
二、2024-2029年影响移动媒体行业运行的稳定因素分析	180
三、2024-2029年影响移动媒体行业运行的不利因素分析	180
四、2024-2029年我国移动媒体行业发展面临的挑战分析	182
五、2024-2029年我国移动媒体行业发展面临的机遇分析	183
第四节 移动媒体行业投资风险及控制策略分析	183
一、2024-2029年移动媒体行业市场风险及控制策略	183
二、2024-2029年移动媒体行业政策风险及控制策略	185
三、2024-2029年移动媒体行业经营风险及控制策略	185
四、2024-2029年移动媒体行业技术风险及控制策略	188
五、2024-2029年移动媒体同业竞争风险及控制策略	189
六、2024-2029年移动媒体行业其他风险及控制策略	189
第十二章 中国移动媒体行业投资与前景预测	191

第一节 中国移动媒体行业投资风险分析 191

一、行业宏观经济风险 191

二、行业政策变动风险 191

三、行业市场竞争风险 192

四、行业其他相关风险 192

第二节 中国移动媒体行业投资特性分析 193

一、行业进入壁垒分析 193

二、行业盈利因素分析 193

三、行业营销模式分析 194

第三节 中国移动媒体行业投资潜力分析 196

一、行业投资机会分析 196

二、中道泰和行业投资建议 199

第四节 中国移动媒体行业前景预测 201

一、移动媒体市场规模预测 201

二、移动媒体市场发展预测 202

附件 203

《“十三五”国家信息化规划》 203

图表目录

图表：移动媒体行业主要法律法规及政策 4

图表：2019-2023年我国国内生产总值及其增长速度 7

图表：2019-2023年三次产业增加值占国内生产总值比重 7

图表：2019-2023年万元国内生产总值耗能降低率 8

图表：2019-2023年全员劳动生产率 8

图表：2019-2023年居民消费价格月度涨跌幅度 9

- 图表：2019-2023年居民消费价格增长幅度 9
- 图表：2019-2023年全国居民人均可支配收入及其增长速度 10
- 图表：2019-2023年全国居民人均消费支出及其构成 11
- 图表：2019-2023年城镇新增就业人数 13
- 图表：2019-2023年我国男性人口数量 13
- 图表：2019-2023年我国女性人口数量 14
- 图表：2019-2023年年末中国男女人口数占比 14
- 图表：2019-2023年年末人口数及其构成 15
- 图表：2019-2023年60周岁及以上老年人口及其占全国总人口比重 16
- 图表：2019-2023年常住人口城镇化率 16
- 图表：2019-2023年社会消费品零售总额 22
- 图表：世界人口排名 31
- 图表：2019-2023年中美社会消费品零售总额差距(亿美元) 35
- 图表：2019-2023年全球移动媒体经济效益指数排行 38
- 图表：2019-2023年3月移动媒体行业投资规模 52
- 图表：2019-2023年新成立企业数量(家) 52
- 图表：2019-2023年网民规模 53
- 图表：2019-2023年手机网民规模 54
- 图表：2019-2023年中国移动媒体品牌支持度排行 83
- 图表：2019-2023年消费者移动媒体偏好 84
- 图表：2019-2023年中国移动媒体品牌购买频度 84
- 图表：2019-2023年中国移动媒体品牌支持度排行 85
- 图表：天津市移动电话用户数量 92
- 图表：天津市宽带用户规模 93

- 图表：2019-2023年企业规模分析 101
- 图表：2019-2023年企业类型分析 102
- 图表：2019-2023年企业性质分析 102
- 图表：网易经营情况 104
- 图表：新浪经营情况 109
- 图表：腾讯经营情况 113
- 图表：百度经营情况 127
- 图表：省广集团经营情况 141
- 图表：斗鱼经营情况 144
- 图表：2024-2029年移动媒体市场规模预测情况 162
- 图表：2024-2029年移动媒体总资产预测情况 162
- 图表：2024-2029年移动媒体供给预测情况 163
- 图表：2024-2029年移动媒体需求预测情况 163
- 图表：2024-2029年移动媒体供需平衡预测情况 164
- 图表：2019-2023年市盈率比较 165
- 图表：2019-2023年市销率比较 165
- 图表：2019-2023年行业净利率分析(%) 165
- 图表：2019-2023年移动媒体行业投资规模(亿元) 166
- 图表：传统模式内容提供模式示意图 194
- 图表：手机媒体产业链情况 197

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/baogao/20200429/168022.shtml>

在线订购：[点击这里](#)