

中国传媒行业全景调研与投资战略研究咨询报告(2024-2029版)

报告简介

传媒集成经济的中心是传媒平台，需要把其他社会的资源进行整合，将富有活力的元素加入到媒体产业的结构中，使其能够创造新的价值，从而让技术与社会共同进步的目标得以实现。在以往的观念里我们都会认为媒体在我们的生活中只是一个传播介质，但是它真实的意义并不仅限于此，它还可以应用于社会与商业的资源整合。传媒集成经济可以为社会以及其他产业提供更多的价值，同时，传媒集成经济的模式在很大程度上依赖于网络技术的进步，还要适应更多的用户与商家的要求，根据其自身的优势传播大量的信息与资源，在沟通中创造新的经济价值。另一方面，集成经济整合关联的意义也包括网络的价值增长问题，让社会的整体生产水平与生产效率得到提升。

现阶段是产业全球化与经济一体化的阶段，采用集成经济的模式能够将产业的经营方式与企业核心业务的开展过程加以调整与优化，这样做不仅降低了产业经营的损失，还能使集成经济的管理利润达到最高。集成管理的效应主要包括：第一，范围经济效应。第二，聚集经济效应。各种生产要素相互协调、互补，提高了总体的效益。第三，速度经济效应，企业在经营的速度上超过竞争的对手，是一种时间上的效率经济。第四，知识经济效应。通过价值的扩展激发出更多的创造。第五，组织经济效应，指的是企业要通过外界的力量，来增强自身的能力。

"十三五"规划建议明确提出，到2020年文化产业要成为国民经济支柱性产业。根据该目标，文化产业未来的增加值至少应该达到5万亿元，年均名义增长率至少要保持12%以上，这也就意味着作为文化产业重要组成部分的传媒产业在"十三五"期间将保持总体上的高速增长。产业结构也会不断优化，中国传媒产业即将迎来以互联网为核心，媒介融合发展的新时代。到2025年中国传媒行业总产值将达4.7万亿元。

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、国家广播电视总局、中国广播电视协会、中国国际电视协会、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，首先分析了国内外传媒业的发展，接着对中国传媒业的运营状况进行了细致的透析，然后具体介绍了报纸、图书、电视、电影等市场的发展。随后，报告对传媒企业经营、行业竞争格局等进行了重点分析，最后分析了传媒业的发展趋势并提出投融资建议。本报告数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对传媒业有个系统深入的了解、或者想投资传媒业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录

第一章 传媒行业发展综述 1

第一节 传媒产业定义 1

一、传媒产业定义 1

二、传媒产业分类 1

- 三、传媒产业地位与作用 1
- 四、传媒产业的本质属性 2
- 第二节 传媒行业特点 4
 - 一、相对垄断性 4
 - 二、独特的赢利模式 5
 - 三、良好的赢利能力 6
 - 四、显著的规模效益及多元化效益 6
- 第三节 新时期传媒产业社会角色定位的特征 7
 - 一、实体组织和事业单位双重地位 7
 - 二、个体和社会双重身份 7
 - 三、传播及经营双重功能 8
 - 四、国内及国际双重领域 8
- 第四节 传媒业的价值分析 9
 - 一、传媒的产业价值 9
 - 二、媒体公信力具有社会价值 10
 - 三、媒体亲和力蕴含的文化价值 12
 - 四、传媒产品创新价值特征 14
 - 五、传媒产品创新价值效度 19
- 第五节 中国传媒产业的经济特征分析 26
 - 一、政治商业及公益经济 26
 - 二、注意力和影响力经济 27
 - 三、规模经济和范围经济 28
 - 四、明星经济和娱乐经济 29
 - 五、传媒产业是富人经济 29

六、文化产业和信息产业	30
七、传媒产业的本质属性	30
第六节 大众传媒与金融监管	31
一、大众传媒和政府金融监管的关系	31
二、大众传媒在金融监管中的积极影响	32
三、大众传媒对金融监管的负面作用	36
四、发挥大众传媒在金融监管中作用的策略	38
第二章 传媒行业市场环境及影响分析	43
第一节 传媒行业政治法律环境	43
一、行业主要法律法规	43
二、政策环境对行业的影响	43
第二节 行业经济环境分析	43
一、国际宏观经济形势分析	43
二、经济影响因素分析	65
三、国内宏观经济形势分析	66
四、2024-2029年国内宏观经济发展形势预测	99
五、宏观经济环境对行业的影响分析	100
第三节 行业社会环境分析	100
一、传媒产业社会环境	100
1、居民收入分析	101
2、居民文化娱乐支出分析	101
3、居民文化消费理念分析	102
4、移动互联网网民规模分析	104
二、社会环境对行业的影响	104

三、传媒产业发展对社会发展的影响	106
第四节 传媒产业规制体系变革与中国面向的问题反思	106
一、分类改革的难度	106
二、传媒产业规制内涵演进	107
三、有效规制	110
四、问题梳理与中外经验异同	113
第三章 国际传媒行业发展分析及经验借鉴	117
第一节 全球传媒市场总体情况分析	117
一、全球传媒行业的发展特点	117
二、2019-2023年全球传媒市场结构	117
三、2019-2023年全球传媒行业发展分析	118
四、2019-2023年全球传媒行业竞争格局	121
五、2019-2023年全球传媒市场区域分布	122
六、2019-2023年国际重点传媒企业运营分析	122
第二节 全球传媒产业发展现状分析	124
一、全球报纸产业发展分析	124
二、全球电影产业发展分析	125
三、全球移动互联网发展分析	126
四、全球电子商务发展分析	127
五、全球广告产业发展分析	129
六、世界传播格局的变化分析	130
七、部分传媒对于利益冲突的规范	131
八、中西方媒体和政府之间的关系	133
第三节 欧美传媒产业规则及模式分析	137

- 一、传媒产业规制的国际比较 137
- 二、传媒产业规制的系统化模式 141
- 第四节 美国传媒业 145
 - 一、美国传媒业家族企业上市分析 145
 - 二、浅析美国传媒的管理及控制 147
 - 三、美国广播媒体回暖 150
 - 四、美国报业发展战略方向 150
 - 五、美国视频手机及社交媒体迅速崛起 154
- 第五节 英国传媒业 155
 - 一、英国传媒产业现好转势头 155
 - 二、剖析英国报纸行业的创新趋势 155
 - 三、英国传媒智库基本发展情况概述 156
 - 四、英国数字电视产业发展分析 158
 - 五、英国媒体的自我约束及其法律限制 159
- 第六节 日本传媒业 161
 - 一、日本传媒体制的传统及其变革分析 161
 - 二、日本传媒企业上市状况综览 163
 - 三、日本报业出现萧条之势 165
 - 四、日本华文传媒发展特点 166
 - 五、日本新闻传媒业的主要调控手段 167
 - 六、日本媒体城市报道的经验分析 168
- 第七节 法国传媒业 171
 - 一、法国传媒大鳄淡出传统纸媒 171
 - 二、法国报业发展形势堪忧 172

三、法国推出境外消费读物	172
第八节 其他国家传媒产业分析	173
第四章 中国传媒行业运行现状分析	174
第一节 中国传媒行业发展状况分析	174
一、产业总产值及增长情况	174
二、细分市场规模及增长情况	174
三、传媒产业细分市场结构	175
四、传媒产业形态表现	177
五、各细分市场领先企业排名	179
第二节 传媒行业发展现状	180
一、中国传媒产业发展现状	180
二、中国传媒行业总体规模分析	181
1、企业数量结构分析	181
2、人员规模状况分析	182
3、行业资产规模分析	182
4、行业市场规模分析	182
5、行业总产值分析	183
三、中国传媒企业发展分析	184
第三节 传媒市场情况分析	187
一、中国传媒业市场形成	187
二、中国传媒业市场化发展进展	188
三、中国城市传媒业市场的发展模式探析	188
四、影响传媒业市场的关键因素分析	193
五、中国传媒产业发展的主要成就分析	198

第四节 中国传媒产业集团化的发展分析 201

一、传媒集团的模式 201

二、传媒业集团化运作的层次探析 202

三、传媒集团的资源整合及优势 202

第五节 中国传媒市场上的民资分析 206

一、民营传媒的发展模式 206

二、民营资本介入传媒产业的现状 208

三、民营资本、传媒业概念的界定及二者的渊源 208

四、民营资本介入传媒产业的必然性 209

五、复合型人才稀缺成民营传媒发展障碍 210

六、民营资本的介入对传媒业的影响 212

七、民营资本投身传媒产业的政策建议与思考 213

1、国家应对民营资本进行适度引导 213

2、转变政府管理传媒产业的方式 213

3、继续拓宽投融资渠道，降低准入门槛 214

第六节 中国传媒市场上的外资分析 214

一、外资传媒业加速在中国的发展 214

二、外资传媒进军中国的策略 216

三、外资传媒试水中国市场遭遇的挑战 217

第七节 新媒体对中国传媒产业规模和结构的影响 218

一、新媒体的迅速普及是其经营收入快速增长的基础 218

二、新媒体价格下降使其对传统媒体的替代性明显增强 219

三、受众偏好的变化拉动了新媒体消费量的增加 219

第五章 传媒产业资源整合与营销分析 220

- 第一节 传媒产业与体育产业的资源整合分析 220
 - 一、传媒产业与体育产业的特点 220
 - 二、传媒产业与体育产业的资源整合现状 221
 - 三、体育产业与传媒产业的双赢 222
 - 四、提升传媒产业与体育产业资源整合水平的对策建议 223
- 第二节 中国传媒产业与金融融合发展分析 225
 - 一、中国传媒产业与金融融合发展的背景 225
 - 二、中国传媒产业和金融的融合发展中面临的主要问题 225
 - 三、中国传媒产业和金融融合发展的路径探析 227
- 第三节 国传媒产业营销分析 227
 - 一、中国传媒业市场管理和营销 227
 - 1、传媒经营管理和运作 227
 - 2、传媒产业经营模式的转变 228
 - 3、现代传媒业的营销策略 229
 - 4、传媒市场定位方法与应注意的问题 230
 - 5、传媒市场定位效用的优化策略分析 234
 - 6、从企业传播价值链角度看传媒广告营销 237
 - 二、传媒营销机制的策略创新 240
 - 1、新“媒体价值链”策略 240
 - 2、多元化策略 241
 - 3、差异化策略 242
 - 4、目标集中策略 243
 - 三、传媒营销机制的组合要素创新 244
 - 1、产品与设计创新 244

- 2、营销渠道创新 245
- 3、营销方式创新 246
- 四、传媒营销记者的模型创新 247
- 第六章 中国传媒行业融合发展现状及趋势 249
- 第一节 传媒产业融合发展的困境与诉求 249
- 一、中国传媒产业与媒介融合发展现状 249
- 1、传媒产业发展迅速,体量较小 249
- 2、传统媒体发展受阻且媒介融合现状堪忧 249
- 二、传媒产业融合发展的要素禀赋 249
- 1、市场是传媒产业升级发展最基础的禀赋 249
- 2、人力资源是支撑传媒产业升级发展最根本的禀赋 250
- 3、技术是推动传媒产业升级发展最重要的禀赋 250
- 4、资本是加速传统媒体转型发展最高效的禀赋 250
- 三、传媒产业发展中的制度变迁与融合困境 251
- 四、传媒产业融合发展的核心诉求 251
- 1、制度非均衡状态--传媒产业融合发展最大障碍 251
- 2、自融合与它融合--传媒产业融合发展的路径选择 252
- 3、制度创新与制度供给--传媒产业融合发展的核心 253
- 第二节 媒介融合语境下媒产业发展趋向与路径设计 253
- 一、中国媒体结构性变迁与媒介融合现状诠释 253
- 1、中国传媒产业综合发展趋势 253
- 2、中国传媒产业结构变革概况 254
- 二、数字化媒体发展与媒介融合阶段性 256
- 1、数字媒体发展基本概况 256

- 2、新媒体传播模式 257
- 3、新媒体受众特征 259
- 三、推进中国媒介融合的路径设计 260
 - 1、推动传统媒体的整合与重组 260
 - 2、提高媒体资本化水平 261
 - 3、推动媒体内容革新 262
 - 4、提升媒介经济效益 262
 - 5、政府规范媒介融合环境 263
- 第三节 中国传媒产业的融合实践及趋势 264
 - 一、传媒产业融合的市场结构分布 264
 - 1、传媒市场集中度低中有进 264
 - 2、传媒市场产品差异增大 265
 - 3、传媒市场进入壁垒降低 265
 - 二、传媒产业融合的市场行为状况 265
 - 1、跨界的并购与重组增多 265
 - 2、传媒产业内部竞争加剧 266
 - 3、传媒产业技术创新加快 266
 - 三、传媒产业融合的市场绩效解析 266
 - 1、传媒市场财务绩效上升 266
 - 2、资源配置效率有所提高 267
 - 四、中国传媒产业的融合走向 267
 - 1、传媒产业融合趋向理性 268
 - 2、互联网公司进一步成为传媒产业融合主力 268
- 第四节 传媒产业化与传媒经济融合发展策略 268

- 一、传媒产业化与传媒经济发展二者之间的关系分析 268
 - 1、传媒产业化能够有效促进传媒经济的快速发展 268
 - 2、传媒经济的发展又可以反作用于传媒产业化 269
- 二、传媒产业化与传媒经济融合发展的具体对策探析 269
 - 1、宏观方面应对传媒产业化架构加以稳定 269
 - 2、对传媒经济的实际价值进行客观性评价 269
 - 3、不断完善传媒行业的技术运行体系 269
- 第七章 2024-2029年传统媒体市场分析及预测 271
 - 第一节 报纸产业发展现状及趋势分析 271
 - 一、报纸产业发展规模分析 271
 - 1、报纸产业总体规模 271
 - 2、报纸出版发行规模 271
 - 3、报纸广告增长情况 272
 - 4、报纸广告主要行业贡献率 272
 - 二、报纸发行市场竞争分析 273
 - 1、报纸发行市场概况 273
 - 2、都市类报纸市场竞争格局分析 273
 - 3、时政类报纸市场竞争格局分析 273
 - 4、生活服务类周刊市场竞争格局分析 273
 - 5、其他类别市场竞争格局分析 274
 - 三、报纸广告市场运行分析 274
 - 四、报纸产业发展趋势分析 274
 - 第二节 图书产业发展现状及趋势分析 275
 - 一、图书产业发展概况 275

- 二、图书产业发展规模 276
 - 1、图书进出口分析 276
 - 2、版权引进输出情况 276
- 三、图书产业发展特征 277
 - 1、图书产业经营效益 277
 - 2、图书产业区域特征 278
 - 3、图书出版行业竞争格局 278
- 四、图书出版行业发展趋势 278
 - 1、电子图书与传统图书并融 278
 - 2、图书成为奢侈品是趋势 279
- 第三节 期刊产业发展现状及趋势分析 280
 - 一、期刊产业发展规模 280
 - 1、期刊出版规模 280
 - 2、期刊类群结构 280
 - 3、期刊销售和广告规模 280
 - 二、期刊市场概况 281
 - 1、主流期刊媒体持续走强 281
 - 2、不同类别的期刊增减不一，市场做出调整 282
 - 3、期刊零售发行市场呈现高度集中态势 282
 - 4、部分渠道商加大代销比例 282
 - 5、市场新增期刊锐减 282
 - 6、一线城市竞争更为激烈 283
 - 三、期刊发行市场竞争格局 283
 - 四、期刊产业发展趋势分析 283

第四节 广播产业现状及趋势分析	288
一、广播产业发展规模	288
二、广播产业受众市场分析	288
三、广播广告经营分析	289
四、广播产业发展特点	290
1、广播产业进一步升级	290
2、“窄播”化更加明显	293
3、广播与新媒体融合发展	293
五、广播收听市场分析	295
1、广播听众规模	295
2、城市广播听众特征	295
3、听众的收听行为分析	297
4、听众的收听需求分析	300
六、广播市场竞争格局分析	300
七、广播产业发展趋势分析	301
第五节 音像产业发展现状及趋势分析	306
一、音像产业发展规模	306
二、不同类别音像载体出版情况	307
1、音像制品出版情况	307
2、电子出版物出版情况	307
三、音像产业进出口分析	308
第六节 电视产业发展现状及趋势分析	308
一、电视产业发展规模分析	308
1、电视台数量	308

- 2、电视综合人口覆盖率 308
- 3、电视节目时长 308
- 4、电视产业规模 309
- 5、电视剧产业规模 309
- 6、电视剧产业效益分析 310
- 二、电视市场收视特征分析 310
 - 1、收视量的变化趋势 310
 - 2、收视量的观众特征 311
 - 3、收视量的频道分布 311
 - 4、收视量的时段分布 311
 - 5、收视量的周天特征 312
- 三、电视市场竞争趋势分析 312
 - 1、整体竞争格局 312
 - 2、时段收视表现 312
 - 3、频道竞争力差异 313
 - 4、受众市场竞争表现 313
- 四、电视节目类型和收视特点调查 315
 - 1、各类型节目收视份额 315
 - 2、各类型节目收视特点 315
- 五、电视产业发展趋势分析 315
 - 1、3d电视需求旺盛 316
 - 2、电视新媒体发展步伐加快 316
- 第七节 电影产业发展现状及趋势分析 316
 - 一、电影产业发展规模分析 316

- 1、电影院线数量规模 316
- 2、电影出品数量规模 317
- 3、电影观众上座规模 317
- 4、电影票房收入规模 317
- 5、电影海外收入规模 318
- 6、电影进入院线的比率 318
- 二、电影产业竞争格局分析 318
- 三、电影产业发展趋势分析 319
 - 1、电影产业发展前景分析 319
 - 2、电影产业发展方向分析 320
 - 3、电影产业增长率预测 320
- 第八章 2024-2029年新媒体市场分析及预测 322
 - 第一节 数字媒体产业发展现状及趋势分析 322
 - 一、数字报纸发展分析 322
 - 1、数字报纸概念 322
 - 2、数字报纸价值分析 322
 - 3、数字报纸市场优劣势分析 325
 - 4、数字报纸市场发展规模 326
 - 5、数字报纸市场发展趋势 326
 - 6、数字报纸市场发展前景 326
 - 二、数字图书发展分析 327
 - 1、数字图书概念简介 327
 - 2、数字图书技术分析 327
 - 3、数字图书应用模式 328

- 4、数字图书市场规模 328
- 5、数字图书市场结构 328
- 6、数字图书前景预测 329
- 三、数字期刊发展现状分析 329
 - 1、传统期刊网络出版内容规模 329
 - 2、多媒体数字期刊出版分析 330
 - 3、数字期刊市场规模分析 330
 - 4、数字期刊出版商发展成效 330
 - 5、纸质期刊的数字化转型分析 331
- 四、数字广播/音像发展分析 332
 - 1、数字广播/音像发展现状分析 332
 - 2、数字广播/音像发展趋势分析 333
- 五、数字电视发展分析 333
 - 1、数字电视用户规模 333
 - 2、数字电视市场结构 334
 - 3、数字电视发展趋势分析 334
- 六、数字电影发展分析 335
 - 1、3d电影发展规模 335
 - 2、3d电影盈利能力 335
 - 3、3d电影发展契机 336
 - 4、3d电影发展前景 337
- 第二节 网络媒体产业发展现状及趋势分析 337
 - 一、互联网发展规模分析 337
 - 二、网络经济发展分析 338

- 三、网络经济细分市场发展分析 339
 - 1、电子商务市场发展分析 339
 - 2、网络广告市场发展分析 341
 - 3、网络游戏市场发展分析 342
- 四、网络媒体产业发展分析 342
- 五、网络媒体产业发展趋势分析 343
 - 1、网络媒体产业主要变化分析 343
 - 2、云计算将成为重要技术因素 345
 - 3、在线开放式应用程序平台将成为重要商业模式 347
- 第三节 移动媒体产业发展现状及趋势分析 351
 - 一、移动媒体基础资源发展情况 351
 - 1、移动媒体用户规模 351
 - 2、移动媒体终端 351
 - 3、移动网络建设 352
 - 二、移动媒体产业发展概况 353
 - 三、移动媒体产品与服务发展情况 353
 - 四、移动媒体发展趋势分析 354
 - 1、移动视频媒体潜力巨大 354
 - 2、户外新媒体资本时代结束 354
- 第九章 2024-2029年传媒行业区域与竞争分析 355
 - 第一节 中国区域传媒业的发展分析 355
 - 一、传媒的区域化概念 355
 - 二、传媒区域化意义解析 356
 - 三、从多维视角看中国的区域传媒经济 356

四、传媒产业区域发展的战略构画	359
第二节 文化传媒产业与地域文化的互动机理分析	360
一、文化传媒产业与地域文化之间的互动机理	360
二、地域文化推动文化传媒产业的发展	360
三、文化传媒产业促进地域文化的传播	361
四、问题与对策	362
1、积极利用地域文化带动文化传媒产业的发展	362
2、积极发挥政府的宏观调控作用	363
第三节 行业总体市场竞争状况分析	363
一、传媒行业竞争结构分析	363
二、传媒行业企业间竞争格局分析	364
三、传媒行业集中度分析	364
四、传媒行业swot分析	365
五、传媒产业对竞争情报的获取	368
第四节 中国传媒行业竞争格局综述	370
一、传媒行业竞争概况	370
二、中国传媒行业竞争力分析	372
三、中国传媒行业竞争力优势分析	372
四、传媒行业主要企业竞争力分析	373
第五节 2019-2023年传媒行业竞争格局分析	374
一、2019-2023年国内外传媒竞争分析	374
二、2019-2023年中国传媒市场竞争分析	375
三、2019-2023年中国传媒市场集中度分析	376
四、2016-2017年国内主要传媒企业动向	376

第六节 传媒市场竞争策略分析 378

一、传媒产业十大竞争法则 378

二、典型媒体的核心竞争力 380

三、核心竞争力的构建战略 386

四、打造核心竞争力的策略 386

第七节 中国传媒行业并购重组分析 387

一、行业并购重组现状及其重要影响 388

二、企业升级途径及并购重组风险分析 388

三、行业投资兼并与重组趋势分析 389

第十章 2024-2029年传媒行业领先企业经营形势 391

第一节 中国传媒企业总体发展状况分析 391

一、传媒企业主要类型 391

二、传媒企业资本运作分析 391

三、传媒企业创新及品牌建设 391

四、传媒行业企业排名分析 393

第二节 中国领先传媒企业经营形势分析 394

一、华闻传媒投资集团股份有限公司 394

1、企业发展规模分析 394

2、企业主营业务分析 394

3、企业运营情况分析 396

4、企业经营优劣势分析 396

5、企业人才队伍分析 398

6、企业并购重组分析 399

7、企业发展战略分析 399

- 8、企业最新发展动向 409
- 二、北京歌华有线电视网络股份有限公司 410
 - 1、企业发展规模分析 410
 - 2、企业主营业务分析 410
 - 3、企业运营情况分析 411
 - 4、企业经营特色分析 417
 - 5、企业人才队伍分析 418
 - 6、企业主要客户分析 419
 - 7、企业发展战略分析 420
 - 8、企业最新发展动向 420
- 三、湖南电广传媒股份有限公司 420
 - 1、企业发展规模分析 420
 - 2、企业主营业务分析 421
 - 3、企业经济指标分析 424
 - 4、企业经营优势分析 424
 - 5、企业人才队伍分析 425
 - 6、企业投资项目分析 426
 - 7、企业发展战略分析 427
 - 8、企业最新发展动向 429
- 四、北方联合出版传媒(集团)股份有限公司 429
 - 1、企业发展规模分析 429
 - 2、企业主营业务分析 430
 - 3、企业运营情况分析 431
 - 4、企业竞争优势分析 435

- 5、企业发展模式分析 436
- 6、企业产业链转型分析 437
- 7、企业发展战略分析 438
- 8、企业最新发展动向 440
- 五、中国文化传媒集团有限公司 441
 - 1、企业发展规模分析 441
 - 2、企业主营业务分析 441
 - 3、企业运营情况分析 441
 - 4、企业竞争优势分析 442
 - 5、企业发展模式分析 442
 - 6、企业投资亮点分析 442
 - 7、企业发展战略分析 443
 - 8、企业最新发展动向 443
- 六、陕西广电网络传媒(集团)股份有限公司 443
 - 1、企业发展规模分析 443
 - 2、企业主营业务分析 444
 - 3、企业经济指标分析 447
 - 4、企业经营规模分析 450
 - 5、企业发展优势分析 451
 - 6、企业客户服务分析 453
 - 7、企业发展战略分析 453
 - 8、企业最新发展动向 453
- 七、成都博瑞传播股份有限公司 454
 - 1、企业发展规模分析 454

- 2、企业主营业务分析 454
- 3、企业经济指标分析 455
- 4、企业兼并收购分析 458
- 5、企业发展优势分析 458
- 6、企业融资分析 459
- 7、企业发展战略分析 459
- 8、企业最新发展动向 464
- 八、广东广州日报传媒股份有限公司 466
 - 1、企业发展规模分析 466
 - 2、企业主营业务分析 466
 - 3、企业经济指标分析 469
 - 4、企业资本重组分析 472
 - 5、企业发展优势分析 472
 - 6、企业产业规模分析 474
 - 7、企业发展战略分析 474
 - 8、企业最新发展动向 475
- 九、中视传媒股份有限公司 475
 - 1、企业发展规模分析 475
 - 2、企业主营业务分析 476
 - 3、企业经济指标分析 477
 - 4、企业分子公司分析 477
 - 5、企业发展优势分析 478
 - 6、企业影视基地分析 479
 - 7、企业发展战略分析 479

8、企业最新发展动向 480

十、上海新华传媒股份有限公司 480

1、企业发展规模分析 480

2、企业主营业务分析 481

3、企业经济指标分析 481

4、企业创新经营分析 482

5、企业发展优势分析 483

6、企业推荐项目分析 484

7、企业发展战略分析 484

8、企业最新发展动向 485

十一、安徽新华传媒股份有限公司 485

1、企业发展规模分析 485

2、企业主营业务分析 485

3、企业经济指标分析 487

4、企业营销网络分析 492

5、企业发展优势分析 493

6、企业兼并重组分析 494

7、企业发展战略分析 495

8、企业最新发展动向 496

十二、中南出版传媒集团股份有限公司 498

1、企业发展规模分析 498

2、企业主营业务分析 499

3、企业经济指标分析 501

4、企业人才战略分析 505

5、企业发展优势分析 505

6、企业旗下节目频道 506

7、企业发展战略分析 507

8、企业最新发展动向 507

十三、北青传媒股份有限公司 507

1、企业发展规模分析 507

2、企业主营业务分析 508

3、企业经济指标分析 509

4、企业运作分析 509

5、企业发展优势分析 512

6、企业产业布局分析 512

7、企业发展战略分析 512

8、企业最新发展动向 514

十四、浙江华策影视股份有限公司 515

1、企业发展规模分析 515

2、企业主营业务分析 516

3、企业经济指标分析 516

4、企业代表作品分析 517

5、企业发展优势分析 517

6、企业产业链分析 519

7、企业发展战略分析 520

8、企业最新发展动向 521

十五、天舟文化股份有限公司 521

1、企业发展规模分析 521

2、企业主营业务分析 522

3、企业经济指标分析 522

4、企业经营成绩分析 522

5、企业发展优势分析 524

6、企业人才战略分析 524

7、企业发展战略分析 524

8、企业最新发展动向 526

十六、北京光线传媒股份有限公司 527

1、企业发展规模分析 527

2、企业主营业务分析 528

3、企业经济指标分析 528

4、企业营销模式分析 529

5、企业发展优势分析 529

6、企业业务拓展分析 530

7、企业发展战略分析 530

8、企业最新发展动向 531

十七、北京华录百纳影视股份有限公司 532

1、企业发展规模分析 532

2、企业主营业务分析 532

3、企业经济指标分析 533

4、企业主要作品分析 534

5、企业发展优势分析 534

6、企业运营理念分析 535

7、企业发展战略分析 535

8、企业最新发展动向 536

十八、上海新文化传媒集团股份有限公司 536

1、企业发展规模分析 536

2、企业主营业务分析 537

3、企业经济指标分析 537

4、企业主要作品分析 538

5、企业发展优势分析 538

6、企业旗下产业分析 541

7、企业发展战略分析 541

8、企业最新发展动向 542

十九、时代出版传媒股份有限公司 544

1、企业发展规模分析 544

2、企业主营业务分析 546

3、企业经济指标分析 546

4、企业市场表现分析 547

5、企业发展优势分析 547

6、企业旗下公司分析 548

7、企业发展战略分析 549

8、企业最新发展动向 550

二十、江苏凤凰出版传媒股份有限公司 551

1、企业发展规模分析 551

2、企业主营业务分析 552

3、企业经济指标分析 553

4、企业发展模式分析 553

5、企业发展优势分析 554

6、企业发行中票分析 556

7、企业发展战略分析 556

8、企业最新发展动向 559

二十一、吉视传媒股份有限公司 560

1、企业发展规模分析 560

2、企业主营业务分析 561

3、企业经济指标分析 562

4、企业管理模式分析 562

5、企业发展优势分析 562

6、企业网络平台建设 564

7、企业发展战略分析 564

8、企业最新发展动向 564

二十二、人民网股份有限公司 565

1、企业发展规模分析 565

2、企业主营业务分析 567

3、企业经济指标分析 568

4、企业发展模式分析 568

5、企业发展优势分析 568

6、企业产业布局分析 570

7、企业发展战略分析 570

8、企业最新发展动向 571

二十三、中国国际电视总公司 571

1、企业发展规模分析 571

2、企业主营业务分析 572

3、企业运营情况分析 572

4、企业经营成就分析 572

5、企业发展优势分析 573

6、企业品牌服务分析 573

7、企业发展战略分析 573

8、企业最新发展动向 573

二十四、分众传媒信息技术股份有限公司 574

1、企业发展规模分析 574

2、企业主营业务分析 575

3、企业运营情况分析 575

4、企业产品服务分析 576

5、企业发展优势分析 576

6、企业并购重组分析 579

7、企业发展战略分析 579

8、企业最新发展动向 580

二十五、华视传媒集团有限公司 584

1、企业发展规模分析 584

2、企业主营业务分析 584

3、企业运营情况分析 584

4、企业覆盖面积分析 585

5、企业发展优势分析 585

6、企业产品服务分析 586

7、企业发展战略分析 586

8、企业最新发展动向 586

二十六、中文天地出版传媒股份有限公司 587

1、企业发展规模分析 587

2、企业主营业务分析 590

3、企业运营情况分析 590

4、企业发展改革分析 590

5、企业发展优势分析 590

6、企业发展成绩分析 594

7、企业发展战略分析 595

8、企业最新发展动向 596

二十七、华数数字电视传媒集团有限公司 597

1、企业发展规模分析 597

2、企业主营业务分析 598

3、企业运营情况分析 599

4、企业服务方式分析 599

5、企业发展优势分析 599

6、企业各领域发展分析 601

7、企业发展战略分析 603

8、企业最新发展动向 603

二十八、新华网股份有限公司 606

1、企业发展规模分析 606

2、企业主营业务分析 607

3、企业运营情况分析 609

4、企业经营模式分析 609

5、企业发展优势分析 609

6、企业网络覆盖分析 611

7、企业发展战略分析 611

8、企业最新发展动向 612

二十九、长江出版传媒股份有限公司 612

1、企业发展规模分析 612

2、企业主营业务分析 614

3、企业运营情况分析 614

4、企业经营成绩分析 615

5、企业发展优势分析 615

6、企业并购重组分析 616

7、企业发展战略分析 616

8、企业最新发展动向 617

三十、浙报数字文化集团股份有限公司 618

1、企业发展规模分析 618

2、企业主营业务分析 619

3、企业经济指标分析 620

4、企业经营成绩分析 620

5、企业发展优势分析 621

6、企业并购重组分析 622

7、企业发展战略分析 623

8、企业最新发展动向 624

第十一章 2024-2029年传媒行业前景及趋势预测 626

第一节 2024-2029年传媒市场发展前景 626

- 一、2024-2029年传媒市场发展潜力 626
- 二、2024-2029年传媒市场发展前景展望 626
- 三、2024-2029年传媒细分行业发展前景分析 627
- 第二节 2024-2029年传媒市场发展趋势及前景 628
 - 一、2024-2029年传媒行业发展趋势 628
 - 1、网络新闻资讯业集体转型 628
 - 2、媒体融合更加深入，进入提速时代 629
 - 3、视频直播掀起投资热潮 629
 - 4、头部媒体、主流平台价值将放大凸显 630
 - 5、泛文化内容全面回归 631
 - 6、ip变现将迎爆发 631
 - 二、2024-2029年传媒市场规模预测 632
 - 三、2024-2029年中国传媒行业企业数量预测 632
 - 四、2024-2029年中国传媒行业总资产预测 633
 - 五、2024-2029年中国传媒市场销售收入预测 633
 - 六、2024-2029年中国传媒行业从业人员预测 634
 - 七、2024-2029年中国传媒行业客户结构预测 634
 - 八、2024-2029年中国传媒行业收入结构预测 634
- 第十二章 2024-2029年传媒行业投资机会与风险 636
 - 第一节 传媒行业投融资情况 636
 - 一、传媒产业投融资环境变化 636
 - 1、信贷环境变化 636
 - 2、金融支持政策 637
 - 3、传媒新股投融资概况 637

- 4、传媒企业上市潮解读 639
- 二、传媒新股投融资概况 640
- 三、传媒上市企业概况 640
- 1、传媒上市企业总市值概况 640
- 2、传媒上市企业运营概况 640
- 3、传媒上市企业盈利概况 641
- 四、传媒企业上市潮解读 641
- 第二节 2024-2029年传媒行业投资机会 641
- 一、影视产业仍存投资机会 641
- 二、新媒体面临发展机遇 642
- 三、整合与数字化利好出版业 642
- 第三节 中国传媒业投融资风险及创新路径 643
- 一、中国传媒业投融资风险分析 643
- 1、无形资产的不稳定性 643
- 2、成功模式的难以复制性 643
- 3、爆款产品的不可预估性 643
- 二、中国传媒业投融资调整原因 644
- 1、竞争加剧中的利润空间压缩 644
- 2、政策监管下的泡沫破除 644
- 3、ip透支后的资本谨慎 645
- 三、中国传媒业投融资的创新途径 645
- 1、加强传媒上市公司资本运作能力 645
- 2、在网络内容付费模式日渐成熟中，用户价值转变 647
- 3、在互联网环境中，推动传媒业投融资产品创新 648

4、在传媒业投融资发展进程中，推动金融保障制度创新 650

第四节 中国传媒行业投资建议 651

一、适当加大广告投入 651

二、继续发展影视行业 651

三、争当动漫行业领导者 652

四、加大数字化出版投入 652

第五节 2024-2029年中国传媒产业的投资策略 653

一、专注细分市场 653

二、延伸传媒产业价值链 654

三、跨行业及跨媒体的整合 654

四、提供增值服务 655

五、打造新型媒体巨人 655

第十三章 传媒行业在不同时代下的发展变化 657

第一节 新时代传媒供给侧结构性改革 657

一、传媒供给侧现状 657

二、传媒供给侧改革的迫切性与必要性 657

三、传媒供给侧改革的责任与使命 659

1、做好“加减乘除”混合运算 659

2、运用“互联网+”思维 661

3、实施“一国一策”战略 663

第二节 大数据时代下的传媒产业变革 664

一、大数据对传媒产业的影响 664

1、角色置换 664

2、渠道融合 664

3、智能传媒 665

二、大数据时代传媒产业面临的危机应对办法 665

1、提高传媒产业的管理水平 665

2、优化新闻报道流程，保证新闻质量 666

3、新闻资讯类服务的精细化和定制化 666

4、提供媒介市场的发展趋势 667

三、大数据时代传媒产业如何转型升级 667

1、内容为王，不断创新 667

2、转型升级，合作发展 668

3、人员转型，发展优势 668

4、开放资源，合理运用 669

第三节 新媒体时代下的传媒发展动态 669

一、新媒体时代对传统传媒行业造成的影响 669

1、互联网社区对传媒行业的影响 669

2、数据库技术对传媒的影响 670

3、全媒体终端对传媒的影响 670

4、产业化运行对传媒的影响 670

二、新科技推动下的传媒发展动态 671

1、传媒行业互动性发展 671

2、传媒行业便捷性发展 671

3、传媒行业全面性发展 672

4、传媒行业大众性发展 672

第四节 融媒体时代传媒产品的生产路径创新 673

一、融媒体时代传媒格局的变化 673

- 1、从“受众”到“用户”：角色的变迁 673
- 2、从“营销”到“共存”：情感的赋能 673
- 3、从“单一”到“广泛”：个体时空的延伸 673
- 4、从“时间缩短”到“频率上升”：消费自由度的提升 674

二、传媒产品的生产路径创新 674

- 1、从“追势”到“造势”：传播环境的思维刷新 674
- 2、从“狂欢”到“娱乐”：内容的有序娱乐化 675
- 3、从“环境”到“场景”：提供个性化体验 675
- 4、从“阅读”到“悦读”：轻型动态传播 676
- 5、从“互动”到“游戏”：塑造体验场景 676
- 6、从“关注”到“关系”：建立媒介信任 677

三、传媒产品未来的创新重点 677

- 1、以用户为核心：人媒间的信任 677
- 2、以互动为目标：嵌入生活的仪式感建构 678
- 3、以质量为追求：信息泛滥背景下的内容生产 679
- 4、以关系为渠道：基于社交关系网的流动传播 679

第十四章 研究结论及发展建议 681

第一节 传媒行业研究结论及建议 681

第二节 传媒子行业研究结论及建议 681

第三节 “四全媒体”时代下的新型传媒人才培养 683

一、全程媒体:要求媒体人产品生产能力更精深 683

- 1、跨专业多学科背景的交互式学习培养 683
- 2、基于“产品经理人”的行业互动式培养 683

二、全息媒体:要求媒体人新兴技术更突出 684

- 1、要明晰“技术跟随”的战略路径 684
- 2、要抢占“新媒介终端”的平台发布 685
- 三、全员媒体:要求媒体人社会舆论引导能力更熟练 685
 - 1、立德树人 685
 - 2、分类发展 686
- 四、全效媒体:要求媒体人“泛媒体能力”塑造更显现 686
 - 1、服务功能不断扩大,服务能力不断增强 686
 - 2、媒体行业进入“泛媒体时代” 686

第四节 传媒行业转型发展下的金融支持策略 687

- 一、从实际出发经验并对其进行创新 687
- 二、构建多元化融资体系 688
- 三、重视风险保障 688

第五节 中道泰和传媒行业发展建议 688

- 一、行业发展策略建议 688
- 二、行业投资方向建议 690
- 三、行业投资方式建议 691

图表目录

- 图表：传媒行业主要法律法规 74
- 图表：2019-2023年我国国内生产总值及其增长速度 98
- 图表：2019-2023年三次产业增加值占国内生产总值比重 99
- 图表：2019-2023年万元国内生产总值耗能降低率 99
- 图表：2019-2023年全员劳动生产率 100
- 图表：2019-2023年年末人口数及其构成 100
- 图表：2019-2023年常住人口城镇化率 101

- 图表：2019-2023年城镇新增就业人数 101
- 图表：2019-2023年居民消费价格月度涨跌幅度 102
- 图表：2019-2023年居民消费价格增长幅度 102
- 图表：2019-2023年年末国家外汇储备 103
- 图表：2019-2023年年末全国农村贫困人口和贫困发生率 104
- 图表：2019-2023年粮食产量 105
- 图表：2019-2023年全部工业增加值及其增速 106
- 图表：2019-2023年主要工业产品产量及其增速 107
- 图表：2019-2023年建筑业增加值及其增速 108
- 图表：2019-2023年服务业增加值及其增速 109
- 图表：2019-2023年各种运输方式完成货物运输量及其增速 109
- 图表：2019-2023年各种运输方式完成旅客运输量及其增速 110
- 图表：2019-2023年快递业务量及其增速 111
- 图表：2019-2023年年末固定互联网宽带接入用户数 111
- 图表：2019-2023年社会消费品零售总额 112
- 图表：2019-2023年三次产业投资占固定资产投资(不含农业)比重 113
- 图表：2019-2023年分行业固定资产投资(不含农业)增长速度 113
- 图表：2019-2023年固定资产投资新增主要生产与运营能力 113
- 图表：2019-2023年房地产开发和销售主要指标及其增速 114
- 图表：2019-2023年货物进出口总额 115
- 图表：2019-2023年货物进出口总额及其增速 115
- 图表：2019-2023年主要商品出口数量、金额及其增长速度 116
- 图表：2019-2023年主要国家和地区货物进出口金额。增长速度及其比重 116
- 图表：2019-2023年外商直接投资(不含银行、证券、保险领域)及其增长速度 117

- 图表：2019-2023年对外非金融类直接投资额及其增速 117
- 图表：2019-2023年全国一般公共预算收入 118
- 图表：2019-2023年年末全部金融机构本外币存款余额及其增速 119
- 图表：2019-2023年全国居民人均可支配收入及其增长速度 121
- 图表：2019-2023年全国居民人均消费支出及其构成 121
- 图表：2019-2023年研究与实验发展(r&d)经费支出及其增长速度 123
- 图表：2019-2023年专利申请、授权和有效专利情况 123
- 图表：2019-2023年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数 124
- 图表：2019-2023年国内游客人次及其增长速度 125
- 图表：2019-2023年年末卫生技术人员人数 126
- 图表：2019-2023年清洁能源消费占能源消费总量的比重 127
- 图表：2019-2023年我国男性人口数量 128
- 图表：2019-2023年我国女性人口数量 129
- 图表：2019-2023年年末中国男女人口数占比 129
- 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 130
- 图表：2014-2018年全国居民人均可支配收入及其增长速度 132
- 图表：2018年全国居民人均消费者支出及其构成 133
- 图表：全球各媒介广告营收占比 148
- 图表：全球娱乐及传媒产业gdp占全球gdp比例情况及预测(2016-2021) 149
- 图表：全球广告业增长情况及预测(2016-2021) 152
- 图表：2019-2023年我国传媒行业产值 205
- 图表：中国传媒产业结构 207
- 图表：2018中国影视公司十大企业 210
- 图表：2018中国移动互联网十大企业 210

- 图表：2018年中国pc互联网十大企业 211
- 图表：2018年中国报业十大企业集团 211
- 图表：2016-2018年我国传媒从业人员 213
- 图表：2016-2018年我国资产总额 213
- 图表：2016-2018年我国市场规模 213
- 图表：2019-2023年中国传媒产业总值与年增长率 214
- 图表：2016-2018年全媒体广告刊例花费同比增长 305
- 图表：2016-2018年期刊广告规模 312
- 图表：不同性别听众收听的目的 328
- 图表：不同年龄听众收听的目的 329
- 图表：不同受教育程度听众收听的目的 329
- 图表：不同收入水平听众收听的目的 330
- 图表：不同职业听众收听的目的 331
- 图表：2018年全国共出版音像制品 338
- 图表：2018年全国电子出版物 338
- 图表：2018年中国国民看电视节目的时间段分布 343
- 图表：2019-2023年上半年各类型节目收视份额 346
- 图表：2015-2017年我国院线数量 348
- 图表：2018年我国网民规模人数 368
- 图表：2018年我国网络广告市场规模 372
- 图表：2013-2018年网络游戏业务制作情况 373
- 图表：2017年中国传媒企业前十排名 424
- 图表：华闻传媒投资集团股份有限公司营业收入结构 426
- 图表：华闻传媒投资集团股份有限公司运营情况 427

- 图表：华闻传媒投资集团股份有限公司高管情况 429
- 图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司营收结构 442
- 图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司运营情况 442
- 图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司高管情况 449
- 图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司员工结构(按工种) 450
- 图表：2019-2023年重大关联交易方 450
- 图表：湖南电广传媒股份有限公司营收结构 454
- 图表：湖南电广传媒股份有限公司主要经营指标 455
- 图表：湖南电广传媒股份有限公司员工结构(按学历) 456
- 图表：湖南电广传媒股份有限公司员工结构(按工种) 457
- 图表：2017年北方联合出版传媒公司营收结构 462
- 图表：北方联合出版传媒公司主要经营指标 462
- 图表：2019-2023年上半年陕西广电网络传媒股份有限公司营收结构 476
- 图表：陕西广电网络传媒股份有限公司主要经营指标 478
- 图表：2019-2023年上半年成都博瑞传播股份有限公司营收结构 485
- 图表：成都博瑞传播股份有限公司主要经营指标 486
- 图表：2019-2023年上半年广东广州日报传媒股份有限公司营收结构 499
- 图表：广东广州日报传媒股份有限公司主要经营指标 500
- 图表：2017年中视传媒股份有限公司主营业务 507
- 图表：中视传媒股份有限公司主要经营指标 508
- 图表：2019-2023年第一季度主要财务数据 513
- 图表：2018年安徽新华传媒股份有限公司主营业务 517
- 图表：安徽新华传媒股份有限公司主要经营指标 518
- 图表：2019-2023年上半年中南出版传媒集团股份有限公司主营业务 532

- 图表：中南出版传媒集团股份有限公司主要经营指标 532
- 图表：北青传媒股份有限公司重要经济指标 540
- 图表：北青传媒股份有限公司资产负债表(币种：人民币) 541
- 图表：北青传媒股份有限公司现金流量(币种：人民币) 542
- 图表：2019-2023年6月浙江华策影视股份有限公司主营构成 546
- 图表：2019-2023年6月浙江华策影视股份有限公司成长能力 547
- 图表：2019-2023年浙江华策影视股份有限公司代表作 548
- 图表：2019-2023年下半年电视剧生产计划 552
- 图表：2019-2023年6月天舟文化股份有限公司主营构成 552
- 图表：2019-2023年6月天舟文化股份有限公司成长能力 553
- 图表：2019-2023年6月北京光线传媒股份有限公司主营构成 558
- 图表：2019-2023年北京光线传媒股份有限公司成长能力 559
- 图表：2019-2023年6月北京华录百纳影视股份有限公司主营构成 563
- 图表：2019-2023年北京华录百纳影视股份有限公司成长能力 564
- 图表：2019-2023年6月上海新文化传媒集团股份有限公司主营构成 568
- 图表：2019-2023年上海新文化传媒集团股份有限公司成长能力 568
- 图表：2019-2023年6月时代出版传媒股份有限公司主营构成 577
- 图表：2019-2023年6月时代出版传媒股份有限公司成长能力 577
- 图表：2019-2023年6月江苏凤凰出版传媒股份有限公司主营构成 583
- 图表：2019-2023年江苏凤凰出版传媒股份有限公司成长能力 584
- 图表：2019-2023年吉视传媒股份有限公司成长能力 593
- 图表：2019-2023年人民网股份有限公司成长能力 599
- 图表：2019-2023年6月分众传媒信息技术股份有限公司主营构成 606
- 图表：2019-2023年6月中文天地出版传媒股份有限公司主营构成 621

图表：2019-2023年中文天地出版传媒股份有限公司成长能力 621

图表：2019-2023年6月华数数字电视传媒集团有限公司主营构成 629

图表：2019-2023年华数数字电视传媒集团有限公司成长能力 630

图表：2019-2023年新华网股份有限公司成长能力 640

图表：2019-2023年6月长江出版传媒股份有限公司主营构成 645

图表：2019-2023年长江出版传媒股份有限公司成长能力 645

图表：2019-2023年长江出版传媒股份有限公司利润 646

图表：2019-2023年6月浙报数字文化集团股份有限公司主营构成 650

图表：2019-2023年浙报数字文化集团股份有限公司成长能力 651

图表：2019-2023年浙报数字文化集团股份有限公司利润 651

图表：2024-2029年传媒市场规模预测 663

图表：2024-2029年传媒企业数量预测 663

图表：2024-2029年传媒总资产预测 664

图表：2024-2029年传媒市场规模预测 664

图表：2024-2029年传媒从业人员预测 665

图表：2024-2029年传媒市场规模预测 665

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/20200923/183569.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)