



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2018年中国视听新媒体市场深度分析与投资前景预测报告

一、调研说明

《2013-2018年中国视听新媒体市场深度分析与投资前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/230926.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

经过多年的发展，我国的视听新媒体以领先的用户规模、丰富多样的业务形态、产业链各环节的多元竞争，实现了与世界视听新媒体的同步发展。与此同时，伴随世界视听新媒体融合化、宽带化、个性化、便利化、普遍化及法制化的发展趋势，我国的视听新媒体也将拥有更加良好的政策环境、技术环境与产业前景。

视听新媒体作为新生事物、新兴产业，其发展环境将日益完善。"十二五"规划提出，要加快转变经济发展方式，推进经济结构调整；实现电信网、广播电视网、互联网"三网融合"，构建宽带、融合、安全的下一代国家信息基础设施；推动文化产业成为国民经济支柱性产业。这些都将为视听新媒体的发展提供良好的政策环境。作为主管视听新媒体业务的行政部门，广电总局已成立网络视听节目管理司，专门负责视听新媒体业务的规划发展和行业管理，视听新媒体发展的政策环境将进一步完善。在视听新媒体产业内部，产业合作将更加广泛深入，共同推动产业发展迈上新台阶，走向新繁荣。

艾凯咨询集团发布的《2013-2018年中国视听新媒体市场深度分析与投资前景预测报告》共八章。首先介绍了视听新媒体相关概述、中国视听新媒体市场运行环境等，接着分析了中国视听新媒体市场发展的现状，然后介绍了中国视听新媒体重点区域市场运行形势。随后，报告对中国视听新媒体重点企业经营状况分析，最后分析了中国视听新媒体行业发展趋势与投资预测。您若想对视听新媒体产业有个系统的了解或者想投资视听新媒体行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 中国视听新媒体行业发展背景

第一节 视听新媒体行业定义

第二节 视听新媒体行业产业链格局分析

第二章 2013年中国视听新媒体行业发展环境分析

第一节 国内视听新媒体经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013年中国视听新媒体经济发展预测分析

第二节 中国视听新媒体行业政策环境分析

第三章 2013年中国视听新媒体行业关联产业发展分析

第一节 互联网发展分析

一、互联网发展状况

(1) 网民规模

(2) 接入方式

(3) 网民属性

二、互联网基础资源

三、互联网应用状况

四、中小企业互联网应用状况

(1) 中小企业互联网应用基础

(2) 中小企业互联网应用情况

五、互联网发展趋势分析

第二节 传媒产业发展分析

一、传媒产业发展概况

(1) 传媒产业市场规模

(2) 传媒产业市场结构

(3) 传媒产业形态分析

二、传媒产业发展现状分析

(1) 传统媒体发展现状分析

(2) 新媒体发展现状分析

三、传媒产业上市公司经营情况分析

四、传媒产业发展趋势分析

第三节 2012年软件产业经济运行情况

第四章 2013年国内外视听新媒体行业发展现状及趋势分析

第一节 国外视听新媒体行业发展现状及趋势分析

一、国外视听新媒体内容服务发展现状

(1) 广播电视节目的在线回听回看

(2) 在线音视频内容分享

(3) 基于多种互动平台的视频点播

二、国外视听新媒体传输分配渠道和接收终端发展状况

(1) 视听新媒体传输渠道

(2) 视听新媒体接收终端

三、国外视听新媒体的盈利模式

(1) 主要盈利模式

(2) 互联网广告

四、国外视听新媒体发展存在的问题

(1) 未经授权的在线内容共享

(2) 地区间的数字网络鸿沟

五、国外视听新媒体发展趋势

(1) 融合化

(2) 宽带化

(3) 个性化

(4) 便利化

(5) 普遍化

(6) 法制化

第二节 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

(1) 萌芽期（1996-2000年）

(2) 发育期（2001-2007年）

(3) 快速发展期（2008年至今）

二、国内视听新媒体发展规模及特点

(1) 产业规模

(2) 发展特点

三、国内视听新媒体版权发展与管理

四、国内视听新媒体发展的基本经验

(1) 党和政府高度重视是中国视听新媒体发展的重要前提和重大推力

(2) 将视听新媒体纳入广电媒体管理体系，导入健康发展轨道

(3) 尊重新媒体发展独特规律，采取分类管理政策促进新媒体产业发展

(4) 坚持融合化道路，促进广播电视与视听新媒体共同发展和整体升级

(5) 坚持市场化运作是视听新媒体发展壮大的根本途径

五、国内视听新媒体发展面临的问题

六、视听新媒体发展趋势分析

第五章 中国视听新媒体各类业务发展现状及趋势分析

第一节 IP电视发展现状及趋势分析

一、IP电视的定义和主要功能

(1) IP电视的定义

(2) IP电视的主要功能

二、IP电视的发展历程和基本模式

(1) 世界主要发达国家和地区IP电视发展概况

(2) 中国IP电视的发展历程

(3) 中国IP电视的主流模式

三、IP电视的产业链构成及特点分析（以上海IP电视为例）

(1) IP电视的产业链构成

(2) IP电视的内容及业务

(3) IP电视的受众分析

(4) IP电视与数字电视的关系

四、IP电视的技术架构及播出安全监管

(1) IP电视集成播控平台及其功能

(2) IP电视内容服务平台及其功能

(3) IP电视内容监管平台及其功能

五、IP电视发展趋势分析

第二节 2013年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

二、网络广播影视的发展历程及现状分析

(1) 网络广播

(2) 网络电视

(3) 网络电影

三、网络广播影视市场分析

(1) 产业链构成

- (2) 产业规模
- (3) 用户规模
- (4) 市场结构

四、网络广播影视用户消费行为分析

- (1) 网络音视频已经成为主要的网络应用
- (2) 自主选择是用户观看网络视频的主要原因
- (3) 搜索和社交圈子推荐是用户获知视频内容的最主要途径
- (4) 电影和电视剧是最受用户关注的内容
- (5) 接触黄金时段与电视接近
- (6) 网络视频正在分流用户消费电视的时间

五、网络广播电视影视的盈利模式分析

- (1) 广告模式
- (2) 用户付费模式
- (3) 版权分销模式
- (4) 视频服务模式
- (5) 联合运营模式

六、网络广播影视产业发展趋势分析

第三节 手机电视发展现状及趋势分析

一、手机电视的定义和产业链结构

- (1) 手机电视的定义
- (2) 手机电视的产业链结构

二、手机电视业务发展历程及牌照发放情况

- (1) 国际背景
- (2) 基本历程
- (3) 牌照发放情况

三、手机电视集成播控平台建设现状分析

- (1) 中央电视台内容集成播控平台
- (2) 上海广播电视台内容集成播控平台
- (3) 中央人民广播电台内容集成播控平台
- (4) 中国国际广播电台内容集成播控平台

四、手机电视网络运营商发展现状及格局分析

- (1) 发展现状

(2) 基本格局

五、手机电视用户规模及消费行为

(1) 用户规模分析

(2) 用户消费行为分析

六、手机终端市场分析

(1) 手机终端生产格局

(2) 手机终端营销情况

() 手机终端需求分析

七、手机电视发展面临的问题及趋势

(1) 面临的问题

(2) 发展趋势

第四节 互联网电视发展现状及趋势分析

一、互联网电视的定义和特点

(1) 互联网电视的定义

(2) 互联网电视的主要特点

二、互联网电视发展概况

(1) 互联网电视机的生产情况

(2) 互联网电视服务发展历程

(3) 互联网电视服务的最新进展

三、互联网电视产业格局分析

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

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

(1) 发展历程

(2) 主要特点

三、移动多媒体广播电视业务运营现状分析

(1) 统一运营体制基本建立

(2) 覆盖网络和业务运营支撑系统建设迅速

(3) 业务及应急体系建设取得突破

(4) 终端产品类型丰富、方便实用

(5) 可持续业务运营模式初步确立

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、公共视听载体的定义、表现形态与实现方式

(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

二、公共视听载体的市场规模与基本格局

(1) 终端市场规模

(2) 广告市场规模

(3) 市场基本格局

三、各类公共视听载体市场现状分析

(1) 车载移动电视

(2) 室内固定场所电视

(3) 户外大屏幕

四、公共视听载体的盈利模式与资本运作分析

(1) 盈利模式

(2) 资本运作

五、公共视听载体的受众分析

(1) 收看程度分析

(2) 观看原因分析

(3) 对节目时长的需求分析

(4) 对不同类型节目内容的需求分析

六、公共视听载体的监管政策

七、公共视听载体发展趋势分析

第六章 中国新媒体与传统媒体的融合及全媒体发展分析

第一节 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的几种方式

- (1) 实时提供实用信息
- (2) 内容多次开发利用
- (3) 大量运用社交媒体
- (4) 数据视觉化，互动个性化
- (5) 积极拓展流媒体空间

三、电视媒体与网络媒体融合发展现状分析

- (1) 取长补短之融合——电视媒体与网络媒体
- (2) 电视媒体与网络媒体在融合过程中存在问题分析
- (3) 电视媒体融合网络媒体的具体对策

四、传统媒体与新媒体融合发展趋势分析

- (1) 新媒体体系逐渐成型
- (2) 传统媒体积极转型
- (3) 传统媒体与新兴媒体优势互补形成新型媒体

第二节 全媒体发展分析

一、全媒体战略提出的背景

二、全媒体概念分析

- (1) 全媒体概念
- (2) 全媒体与新媒体的区别

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的关键点

- (1) 传统媒体必须找准符合自身能力的全媒体转型战略
- (2) 转变观念为全媒体战略提供良好的氛围和环境

五、全媒体战略风险分析

- (1) 全媒体易导致内容同质化
- (2) 全媒体对竞争力的消解

(3) 全媒体导致的磨合风险

(4) "全"媒体记者与"专"的矛盾

六、全媒体发展现状分析

(1) 主要的全媒体发展模式

(2) 全媒体实践分析

七、全媒体的发展和内容管理面临的新挑战

(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

第三节 北京电视台网络春晚个案分析

第四节 盛大集团从游戏门户向全媒体转型个案分析

第七章 国内外知名视听新媒体运营机构与平台经营分析

第一节 国外知名视听新媒体运营机构与平台经营分析

一、Hulu经营分析

(1) 基本情况

(2) 主要竞争力

二、You Tube经营分析

(1) 基本情况

(2) 主要竞争力

三、Nicovideo经营分析

(1) 基本情况

(2) 主要竞争力

四、Netflix经营分析

(1) 基本情况

(2) 主要竞争力

五、VEVO经营分析

(1) 基本情况

(2) 主要竞争力

六、Google TV经营分析

- (1) 基本情况
- (2) 主要竞争力

七、iPad分析

- (1) 基本情况
- (2) 主要竞争力

第二节 国内知名视听新媒体运营机构与平台经营分析

一、上海东方传媒集团有限公司经营分析

- (1) 基本情况
- (2) 主要竞争力

二、北京北广传媒集团有限公司经营分析

- (1) 基本情况
- (2) 主要竞争力

三、凤凰新媒体经营分析

- (1) 基本情况
- (2) 主要竞争力

四、世通华纳传媒控股有限公司经营分析

- (1) 基本情况
- (2) 主要竞争力

五、巴士在线传媒有限公司经营分析

- (1) 基本情况
- (2) 主要竞争力

第八章 2013-2018年中国视听新媒体行业投融资分析及建议

第一节 视听新媒体行业投资特性

- 一、视听新媒体行业进入壁垒
- 二、视听新媒体行业经营模式
- 三、视听新媒体行业盈利模式
- 四、视听新媒体行业盈利因素分析

第二节 视听新媒体行业投资现状及趋势分析

- 一、创投市场发展分析
- 二、互联网企业上市潮解读
- 三、文化传媒企业上市潮解读

四、视听新媒体行业投资兼并事件分析

五、视听新媒体行业投资趋势分析

第三节2013-2018年视听新媒体行业融资现状及趋势分析

一、视听新媒体行业融资环境变化

(1) 信贷环境变化

(2) 金融支持政策

二、视听新媒体行业融资现状分析

三、视听新媒体行业融资趋势分析

第四节2013-2018年视听新媒体行业投资建议

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/230926.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。