

# 2009年中国新媒体行业市场分析及投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2009年中国新媒体行业市场分析及投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200812/8633.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

### 第一章 2008年中国新媒体行业发展环境分析

#### 一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

#### 二、2008年中国新媒体行业发展政治环境分析

#### 三、2008年中国新媒体行业发展社会环境分析

### 第二章 新媒体相关概述

#### 一、新媒体的概念与内容分类

- (一) 新媒体的内涵
- (二) 新媒体内容分类

#### 二、新媒体发展模式分析

- (一) 新媒体的传播特征
- (二) 新媒体发展条件
- (三) 运营与赢利模式
- (四) 目标群体分析

#### 三、新媒体传播的特点及对营销传播的影响

- (一) 新媒体的传播特点分析
- (二) 新媒体传播对营销传播的影响

### 第三章 2008年全球新媒体行业发展形势分析

#### 一、2008年全球新媒体行业的发展现状分析

- (一) 全球新媒体行业发展现状分析
- (二) 2008年全球新媒体行业快速发展的主要原因
- (三) 目前全球新媒体行业发展特点分析

#### 二、2008年全球新媒体主要国家发展动态分析

- (一) 美国
- (二) 日本
- (三) 韩国
- (四) 台湾

### 三、2009-2012年全球新媒体产业发展趋势分析

#### 第四章 2008年中国新媒体行业发展态势剖析

##### 一、2008年中国新媒体行业概况

- (一) 中国新媒体行业产业链分析
- (二) 中国新媒体运营与盈利模式浅析

##### 二、2008年中国新媒体行业动态分析

- (一) 广告——网络广告异军突起
- (二) 有线数字电视——进入全面快速发展阶段
- (三) 宽带——上升空间巨大
- (四) 网络游戏——市场集中度较高

##### 三、2008年中国新媒体行业受众及需求分析

- (一) 中国新媒体业目标群体分析
- (二) 新媒体用户的需求与使用特点发生改变
- (三) 针对客户需求变化提供新媒体产品
- (四) 需求演变导致媒体角色产生新变化

##### 四、2008年中国新媒体行业发展特点分析

- (一) 融合
- (二) 创新
- (三) 合作
- (四) 替代

##### 五、2008年中国新媒体行业发展存在问题及对策分析

- (一) 中国新媒体市场面临的几点问题
- (二) 中国新媒体市场的挑战及发展
- (三) 新媒体业发展需要具备的条件分析
- (四) 新媒体业以差异化与精准化突围

#### 第五章 2008年中国移动媒体行业发展综合态势分析

##### 一、2008年中国移动媒体行业发展概况分析

- (一) 移动媒体创造传媒产业新天地
- (二) 移动多媒体业务的消费群体分析
- (三) 移动媒体业发展动力分析

- (四) 广电与电信的移动多媒体业务竞争
- (五) 清晰的业务模式促使移动多媒体产业链发展

## 二、2008年中国移动媒体市场运行态势分析

- (一) 中国移动新媒体技术及发展
- (二) 移动多媒体业务的消费群体分析
- (三) 移动媒体业发展动力分析
- (四) 广电与电信的移动多媒体业务竞争
- (五) 清晰的业务模式促使移动多媒体产业链发展
- (六) 移动新媒体的商业模式创新解析

## 三、2008年中国移动媒体行业面临的挑战及对策

- (一) 移动数字内容发展面临的挑战
- (二) 移动媒体盈利模式过于单一
- (三) 移动媒体发展遭遇尴尬境地
- (四) 移动新媒体发展存在误区

## 四、2009-2012年中国移动媒体行业投资前景分析

- (一) 移动多媒体的五个投资机遇分析
- (二) 移动新媒体发展的业务创新发展趋势

## 第六章 2008年中国移动电视媒体发展概况分析

### 一、2008年中国移动电视行业发展总体分析

- (一) 日韩主导全球移动电视市场
- (二) 2008年移动电视市场发展现状分析
- (三) 3G移动电视技术和业务发展及分析
- (四) 数字移动电视产业化运营的战略分析
- (五) 从欧盟战略看我国移动电视发展

### 二、2008年中国移动电视营运形势分析

- (一) 中国移动电视的运营优势分析
- (二) 移动电视的赢利模式构建
- (三) 数字移动电视运营模式分析
- (四) 数字移动电视盈利渠道分析
- (五) 构建移动电视多元化运营模式

### 三、车载电视发展分析

- (一) 2008年车载电视成投资新宠
- (二) 2008年车载移动电视市场发展现状
- (三) 2008年移动车载电视运营模式分析
- (四) 车载电视产业发展面临四大问题

#### 四、2008年中国移动电视行业发展存在的问题及对策分析

- (一) 移动电视发展存在不确定性
- (二) 移动电视发展面临的问题
- (三) 移动电视发展尚处初级阶段
- (四) 移动电视商用面临的三大问题
- (五) 移动电视发展对策分析

#### 五、2009-2012年中国移动电视发展前景预测分析

- (一) 全球移动电视市场潜力巨大
- (二) 中国移动电视市场规模预测
- (三) 中国移动电视市场腾飞在即
- (四) 数字移动电视的市场前景分析
- (五) 移动电视行业发展展望

### 第七章 2008年中国手机媒体及其业务发展局势探究

#### 一、2008年中国手机媒体市场发展状况分析

- (一) 手机媒体成为传媒资讯新载体
- (二) 手机媒体技术发展状况
- (三) 手机媒体的发展应用及盈利模式分析
- (四) 中国手机新媒体产业逐渐成形

#### 二、2008年中国手机电视发展概况分析

- (一) 手机电视短期盈利难以实现
- (二) 手机电视业务技术发展状况
- (三) 中国手机电视的13亿元大市场
- (四) 中国手机电视商业模式分析
- (五) 手机电视发展面临四大难题
- (六) 手机电视市场培养是重点

#### 三、2008年中国手机游戏发展状况分析

- (一) 手机游戏成增值服务业新商机

- (二) 手机游戏发展面临的机遇与挑战
- (三) 手机网游的主要瓶颈分析
- (四) 2008年手机游戏为用户付费的首选
- (五) 2009-2012年我国手机游戏市场发展预测

#### 四、2008年中国手机短信发展态势分析

- (一) 手机短信业发展探析
- (二) 手机短信市场潜力巨大
- (三) 中国多媒体短信(MMS)的发展
- (四) 五大手机增值业务发展分析
- (五) 中国手机短信发展面临瓶颈
- (六) 2008年手机短信将有“防火墙”;

#### 五、2008年中国手机广告发展概况分析

- (一) 手机媒体广告的特性与优势
- (二) 中国手机媒体广告市场发展迅猛
- (三) 手机媒体广告的几种模式
- (四) 手机媒体广告的SWOT分析
- (五) 手机媒体广告发展瓶颈及对策
- (六) 手机媒体广告形式及效果评估

#### 六、2008年中国手机媒体市场问题对策分析

- (一) 手机媒体的缺陷与消费困境分析
- (二) 手机媒体在发展中存在的问题分析
- (三) 手机与媒体联姻遭遇尴尬
- (四) 中国手机媒体发展的五大制约因素
- (五) 手机媒体发展受制于技术瓶颈
- (六) 中国手机媒体的良性发展途径探析

### 第八章 2008年中国网络电视行业发展综合分析

#### 一、2008年中国IPTV行业发展概况分析

- (一) 我国IPTV发展前景分析
- (二) 影响IPTV发展因素
- (三) IPTV应突破传统定价模式
- (四) 中国IPTV市场上演激烈竞争

## 二、2008年中国IPTV市场发展现状分析

- (一) 2008年中国IPTV市场发展现状
- (二) 2008年我国IPTV市场发展态势
- (三) 2008年IPTV业务与产业链分析
- (四) 有线数字电视IPTV发展分析

## 三、2008年中国IPTV产业链分析

- (一) 内容供应商的发展以渠道为主
- (二) 频道运营商发展仍有缺失
- (三) 广电运营商承担角色混乱
- (四) 电信运营商业务定位不明朗
- (五) 生产厂家积极推进市场发展

## 四、2008年中国网络电视市场存在问题综述

- (一) 制约中国IPTV发展的主要问题解析
- (二) IPTV发展的几个障碍
- (三) IPTV面临标准、市场及政策“三重门”
- (四) 国内IPTV发展存在硬伤
- (五) 电信运营商发展网络电视的五大障碍
- (六) 中国IPTV发展遭遇过多政策壁垒

## 五、2008年中国网络电视发展对策分析

- (一) 中国IPTV业务成功关键发展因素解析
- (二) 应对IPTV发展瓶颈的策略分析
- (三) IPTV共赢需要产业链环节联盟
- (四) 发展IPTV需要突破思维短板

## 六、2009-2012年中国网络电视发展趋势分析

- (一) 中国IPTV未来发展趋势预测
- (二) 中国网络电视市场热点及前景预测
- (三) 中国IPTV发展阶段预测
- (四) IPTV四大增值业务发展预测

## 第九章 2008年中国其它网络媒体及其业务发展情况浅析

### 一、网络视频

- (一) 网络视频发展概况



- (二) 2008年网络视频发展现状
- (三) 网络视频业发展面临的问题
- (四) 网络视频良性发展分析
- (五) 2008年网络视频发展新趋势

## 二、网络博客

- (一) 中国博客市场商机无限
- (二) 中国博客经济发展解析
- (三) 博客发展趋势分析

## 三、网络游戏

- (一) 中国网络游戏市场发展分析
- (二) 网络游戏发展的两个关键分析
- (三) 网络游戏发展动力因素解析
- (四) 2009-2012年中国网络游戏市场规模预测

## 四、网络广告

- (一) 网络广告是门户网站主要收入来源
- (二) 中国网络广告市场发展特点
- (三) 网络广告期待结束“霸王时代”
- (四) 网络广告迅猛增长在于内涵的拓展
- (五) 中国互联网广告面临机遇与挑战

## 第十章 2008年中国新媒体营销状况分析

### 一、2008年中国新媒体营销环境分析

### 二、2008年中国新媒体营销状况分析

- (一) 新媒体时代的营销及原则
- (二) 新媒体营销初显峥嵘
- (三) 新媒体整合营销让广告的传播方式发生改变
- (四) 营销行业迎接新媒体时代来临
- (五) 新媒体变化促进精准营销发展
- (六) 新媒体浪潮下网络营销策略解析

### 三、2007-2008年中国新媒体营销方针分析

## 第十一章 2008年中国新媒体行业竞争格局分析

- 一、2008年中国传统媒体与新媒体的竞争分析
  - (一) 新媒体发展是传统媒体变革的必然
  - (二) 新兴媒体挑战中国媒体市场结构
  - (三) 新媒体对传统媒体的冲击分析
  - (四) 新媒体受众接触率已经超越传统媒体
- 二、2008年中国新媒体行业竞争现状分析
  - (一) 国内新媒体竞争进入2.0时代
  - (二) 2008年奥运期间新媒体竞争升级
  - (三) 渠道型新媒体混乱的圈地竞争
  - (四) 2008年外资角逐我国新媒体市场
- 三、2008年中国新媒体行业竞争存在的问题分析
- 四、2009-2012年中国新媒体行业竞争趋势分析

## 第十二章 中国新媒体行业上市公司分析

### 一、上海东方明珠(集团)股份有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业财务状况分析
- (三) 企业发展战略分析

### 二、中视传媒股份有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业财务状况分析
- (三) 企业发展战略分析

### 三、成都博瑞传播股份有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业财务状况分析
- (三) 企业发展战略分析

### 四、湖南电广传媒股份有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业财务状况分析
- (三) 企业发展战略分析

### 五、北京歌华有线电视网络股份有限公司

- (一) 企业概况

(二) 企业财务状况分析

(三) 企业发展战略分析

## 六、陕西广电网络传媒股份有限公司

(一) 企业概况

(二) 企业财务状况分析

(三) 企业发展战略分析

## 第十三章 2009-2012年中国新媒体发展策略分析

### 一、2009-2012年中国新媒体发展模式及策略分析

(一) 新媒体动漫营销的新模式

(二) 户外新媒体的价值创新路径

(三) 广播电视新媒体的发展策略

### 二、2009-2012年中国传统电视的新媒体发展策略

(一) 新媒体对传统电视的影响

(二) 传统电视的新媒体发展策略

### 三、英国第四频道新媒体品牌运营策略借鉴

(一) 全方位多渠道拓展品牌内涵

(二) 建立新旧媒体融合统一的品牌形象

(三) 实现传统电视节目内容的传播增值

(四) 提升新媒体形态下的品牌核心竞争力

(五) 在互动中提升品牌影响力

## 第十四章 2009-2012年中国新媒体行业发展及投资分析

### 一、2009-2012年中国新媒体行业发展前景分析

(一) 未来新媒体的趋势展望

(二) 中国新媒体发展趋势分析

(三) Web2.0新媒体发展趋势解析

### 二、2009-2012年中国新媒体行业发展趋势分析

(一) 新媒体发展国家的战略已经基本确立

(二) 新媒体传播的技术日趋走向成熟

(三) 新媒体传播的内容不断发展丰富

(四) 新媒体传播呈快速的发展趋势

### 三、2009-2012年中国新媒体行业市场发展趋势分析

- (一) 新媒体传播的市场总量将持续快速增长
- (二) 融合趋势促使复合新媒体传播的加速发展
- (三) 创建合作共赢的商业模式
- (四) 新媒体传播移动化趋势明晰

### 四、2009-2012年中国新媒体行业投资机会分析

- (一) 新媒体成传媒行业的投资新热点
- (二) 数字新媒体产业中的风投热点分析
- (三) 数字新媒体业的面临宽带业务投资机遇
- (四) 新媒体产业盈利模式与获得风投的瓶颈解析
- (五) 新媒体VC投资策略分析

### 五、2009-2012年中国新媒体行业投资风险分析

### 六、2009-2012年中国新媒体行业投资建议分析

#### 图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的清单

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200812/8633.html>