

2020-2026年中国互联网传 媒市场深度评估与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国互联网传媒市场深度评估与投资战略咨询报告》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/202008/179432.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

在互联网时代，人人都可以成为信息内容的生产者和传播者，传统媒体和互联网的融合更加深入，新闻与娱乐的界限模糊不清。数字经济是当今世界范围内达成高度共识的经济发展形态，应该成为传媒经济研究的前提和参照系。随着互联网与传统媒体的融合走向深化，传媒产业已经成为中国数字经济的重要组成部分。2018年，中国正迈入改革开放的第五个十年，国家政治经济稳步发展为文化传媒发展奠定了基础，机构改革与机制创新也为传媒业的更新升级创造了良好的环境，传媒业未来五年预计还将保持两位数增长，预计2020年有望突破3万亿。

传媒既包括多种形态的媒介设备与信息基础设施，也包括多种媒体业态或媒体组织，还包括内容生产和数据存储的机构等，是多种媒介形态、多种媒体业态以及社会信息系统乃至全球信息系统的互联互动的大系统。

近20年来，由于互联网的迅猛发展，传媒产业的体系结构一次次被颠覆和重构，至今也还在动态变化之中。

整个20世纪可以说是大众媒体的时代，书、报、刊、广播、电视、电影等包揽了20世纪的人类信息生活的主要部分；而进入21世纪，大众媒体开始衰微，被称为传统媒体，互联网被称为“新媒体”；10年前传媒产业结构还可以说是四分天下：纸质媒体、电波媒体、互联网媒体、手机移动媒体等；如今传统媒体相加起来也就只占到整个传媒市场的五分之一左右。市场整个颠倒过来了，昔日的主流媒体现在成了网络媒体的内容供应商。

互联网广告和网络游戏成为传媒产业发展中最快的部分，网络视频、手机游戏、数字音乐与阅读是增长潜力最大的细分市场。传统媒体与互联网的界限已渐消融，原有的行业划分方式和分析模型难以体现传媒产业全貌与变化。

随着互联网与传统媒体的融合走向深化，传媒产业已经成为中国数字经济的重要组成部分。

选取 A 股互联网传媒行业上市公司共计 132 家进行统计，其中包括影视动漫行业公司 30 家、网络游戏行业公司 27 家、营销服务行业公司 24 家、图书出版行业公司 22 家、互联服务行业公司 15 家、有线电视行业公司 11 家，以及教育体育等其他行业公司 3 家。所选传媒类公司子行业分布（企业数量）所选传媒类公司子行业分布（市值）

中企顾问网发布的《2020-2026年中国互联网传媒市场深度评估与投资战略咨询报告》共四章。首先介绍了中国互联网传媒行业市场发展环境、互联网传媒整体运行态势等，接着分析了中国互联网传媒行业市场运行的现状，然后介绍了互联网传媒市场竞争格局。随后，报告对互联网传媒做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网传媒行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网传媒产业有个系统的了解或者想投资中国互联网传媒行业，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家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。

报告目录：

第1章：传媒产业定义及发展环境分析

1.1 传媒产业定义

1.1.1 传媒产业定义

1.1.2 传媒产业在国民经济中的地位分析

1.2 传媒产业政策环境分析

1.2.1 传媒产业管理体制

(1) 主管部门

(2) 监管体制

1.2.2 传媒产业主要政策及法律法规

1.2.3 传媒产业体制改革进展分析

(1) 报刊体制改革进展

(2) 图书出版发行体制改革进展

(3) 广播电视体制改革进展

(4) 音像出版业体制改革进展

(5) 电影体制改革进展

1.3 传媒产业经济环境分析

1.3.1 国际宏观经济环境分析

(1) 国际宏观环境发展现状

(2) 国际宏观经济发展预测

1.3.2 国内宏观经济环境分析

(1) 国内宏观经济发展现状

(2) 国内宏观经济发展预测

1.4 传媒产业社会环境分析

1.4.1 舆论多元化

1.4.2 公民展开新闻运动

1.4.3 传媒市场“碎片化”

1.4.4 社群圈子形成

1.4.5 判据感性化

第2章：互联网传媒所属行业发展现状及趋势分析

2.1 互联网发展规模分析

2.1.1 互联网网民规模

2.1.2 互联网资源规模

2.2 互联网经济发展分析

2.2.1 网络经济规模

2.2.2 网络应用结构

2.2.3 网络经济细分市场发展分析

(1) 电子商务市场发展分析

(2) 网络广告市场发展分析

(3) 网络游戏市场发展分析

2.3 互联网传媒产业发展分析

2.3.1 互联网传媒产业基本状况

2.3.2 互联网传媒产业细分市场情况

(1) 新闻网站

(2) 网络视频

(3) 搜索引擎

(4) 即时通信

(5) 网络社区

(6) 微博

(7) 邮件列表

(8) 数字音乐

2.4 互联网传媒产业主要变化分析

2.4.1 国家政策变化

2.4.2 技术和新产业业态变化

2.4.3 融资变化

2.4.4 重大事件

2.5 互联网传媒产业发展趋势分析

第3章：三网融合对互联网影响分析

3.1 三网融合概述

3.1.1 三网融合定义及涉及领域

3.1.2 三网融合包含四要素分析

3.1.3 发展三网融合的积极意义

3.2 三网融合利益格局分析

3.2.1 三网融合产业链利益竞争关系

3.2.2 三网融合受益方分析

(1) 设备提供商在融合前期受益

(2) 有线运营商与内容制作商长远受益

3.2.3 三网融合产业链投资机会分析

(1) 设备提供商

(2) 网络服务商

(3) 服务及内容提供商

3.3 三网融合对互联网的影响分析

3.3.1 三网融合下互联网的地位

3.3.2 三网融合下互联网的创新发展

3.4 2013年以来三网融合进展分析

3.4.1 运营商加大投资力度

3.4.2 三网融合用户数量取得突破

3.4.3 各地区三网融合制定试点与实施方案

3.5 三网融合未来展望

3.5.1 三网融合发展障碍分析

(1) 体制障碍

(2) 监管体制障碍

(3) 技术挑战

3.5.2 三网融合发展建议

(1) 设立第三方监管机构

(2) 完善产业标准与法规

(3) 形成合作竞争机制

(4) 打造良好的生态系统

3.5.3 三网融合未来展望

(1) 长远前景

(2) 2019年发展前景

第4章：互联网传媒产业投融资现状分析及建议

4.1 互联网传媒产业投资特性分析

4.1.1 传媒产业进入壁垒分析

(1) 规模经济壁垒

(2) 产品差异化壁垒

(3) 资源壁垒

(4) 资金壁垒

4.1.2 传媒产业盈利因素分析

(1) 决策型人才因素

(2) 产业价值链因素

(3) 创意因素

4.1.3 传媒产业盈利模式分析

(1) 广播电视盈利模式

(2) 新媒体盈利模式

(3) 出版类传媒盈利模式

4.2 互联网传媒产业投融资现状分析

4.2.1 互联网传媒产业投融资环境变化

(1) 信贷环境变化

(2) 金融支持政策

4.2.2 互联网传媒新股投融资概况

4.2.3 互联网传媒上市企业概况

(1) 传媒上市企业总市值概况

(2) 传媒上市企业运营概况

(3) 传媒上市企业盈利概况

净利润率方面，全行业净利润率为 13.4%，同比下降 108bps，显示行业整体盈利能力有所下滑，去年同期则是同比小幅增加 8bps 至 14.5%。分板块来看，影视动漫板块净利润率为 18.3%，同比增加 238bps，主要是由于光线传媒净利润同比增长 17.07 亿元。其他板块净利润率均有所下滑，网络游戏板块净利润率同比下降 221bps 至 22.0%，但仍为各板块中最高；营销服

务板块净利润率同比下降 210bps 至 8.7%，为各板块中最低。全行业上半年 ROE 为 4.8%，同比下降 19bps。其中网络游戏、有线电视板块下降较多，网络游戏板块 ROE 下降 103bps 至 5.6%，有线电视板块 ROE 下降 41bps 至 2.7%。所选传媒类公司净利率

4.2.4 互联网传媒企业上市潮解读

4.3 传媒产业投资建议

4.3.1 互联网传媒产业投资机会分析

4.3.2 互联网传媒产业投资风险分析

(1) 政策管制风险

(2) 宏观经济波动风险

(3) 关联产业需求变动风险

(4) 传媒企业所有制风险

4.3.3 互联网传媒产业投资建议

(1) 适当加大广告投入

(2) 继续发展影视行业

(3) 争当动漫行业领导者

(4) 加大数字化出版投入

图表目录：

图表1：2008-2018年中国传媒产业总产值占GDP比重走势图（单位：亿元，%）

图表2：传媒产业主要监管部门及职责

图表3：网络视频监管主要机构

图表4：《倍增计划》重点扶持行业“十二五”发展目标

图表5：2002-2018年中国GDP增长速度（单位：百万元，%）

图表6：2010-2018年中国居民消费者价格指数同比增长情况（单位：%）

图表7：2010-2018年中国规模以上工业增加值增速（单位：%）

图表8：2018年全国固定资产投资（不含农户）同比增速（单位：%）

图表9：2010-2018年中国社会消费品零售总额同比增速（单位：%）

图表10：2008-2018年中国货物进出口总额（单位：亿美元）

图表11：2010-2018年中国广义货币（平方米）增长速度（单位：%）

图表12：2004-2018年中国网民规模与普及率（单位：万人，%）

图表13：2011-2018年中国互联网基础资源对比（单位：个，块/32，Mbps，%）

图表14：2011-2018年中国IPv4地址资源变化情况（单位：万个，%）

图表15：2009-2018年中国Ipv6地址资源变化情况（单位：块/32）

图表16：2018年止中国分类域名数（单位：个，%）

图表17：2018年止中国分类CN域名数（单位：个，%）

图表18：2009-2018年中国网站数量变化（单位：万个）

图表19：2006-2018年中国网页数量变化（单位：亿个，%）

图表20：2009-2018年中国国际出口带宽变化情况（单位：Mbps，%）

图表21：2008-2018年中国网络经济市场规模及预测（单位：亿元，%）

图表22：2010-2018年各类网络应用使用率（单位：万，%）

图表23：2006-2018年中国网络广告市场规模及预测（单位：亿元，%）

图表24：2008-2018年中国网络广告市场结构及趋势预测（单位：%）

图表25：2003-2018年中国网络游戏用户付费市场规模及预测（单位：亿元，%）

图表26：2003-2018年中国网络游戏细分领域收入结构分布（单位：%）

图表27：2011-2018年网络新闻用户数及使用率（单位：万人，%）

图表28：2011-2018年网络视频用户数及使用率（单位：万人，%）

图表29：2006-2018年中国搜索引擎市场规模及预测（单位：亿元，%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/179432.html>