

2015-2022年中国网络新媒体市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2022年中国网络新媒体市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/chuanmei1508/Y675040XI0.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-08-03

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2022年中国网络新媒体市场分析与投资前景研究报告》共十二章。报告介绍了网络新媒体行业相关概述、中国网络新媒体产业运行环境、分析了中国网络新媒体行业的现状、中国网络新媒体行业竞争格局、对中国网络新媒体行业做了重点企业经营状况分析及中国网络新媒体产业发展前景与投资预测。您若想对网络新媒体产业有个系统的了解或者想投资网络新媒体行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

新媒体，是一个相对的、动态的概念，是相对于报刊、广播、电视等传统媒体，新媒体基于新的数字和网络技术，使传播更加精准化、对象化，具体形式如互联网、手机、移动电视、IPTV等。

国内外有一些较为典型的新媒体的定义。对于“新媒体”这一概念的定义可以追溯至40多年之前，1967年戈登马克最初提出了“新媒体”(new media)一词。之后美国传播政策总统特别委员会主席罗斯托在向当时美国总统尼克松提交的报告中再次提到此概念。“新媒体”一词就这样在美国普遍开来，很快扩展到全球。

一般，将“新媒体”这一概念作两种界定，分为广义与狭义。“新媒体”的广义定义为：通过运用网络数字技术及移动通信技术，通过无线通信网、宽带局域网、卫星和互联网、等渠道，通过手机、电脑、电视作为最终输出终端，向使用者提供语音数据、音频、在线游戏、远程教育、视频、音频等合成信息及娱乐服务的全部新型传播形式与手段的总称。“新媒体”的狭义定义即为“新兴媒体”。

报告目录：

第一章 2015-2022年中国新媒体行业发展形势分析

第一节 2015-2022年中国新媒体发展综述

- 一、中国新媒体行业发展概况
- 二、新媒体盈利模式探析
- 三、新媒体对国家软实力的建构与传播意义重大

第二节 三网融合带给新媒体行业重大变化

- 一、三网融合简介
- 二、我国三网融合推进状况
- 三、三网融合助推新旧媒体联动合作
- 四、三网融合下新媒体需与新媒介融合发展

第三节 3G产业环境下新媒体的机遇及发展策略

- 一、中国3G产业链发展逐渐成熟
- 二、3G产业发展获国家鼎力支持
- 三、3G技术推动新媒体向纵深发展
- 四、3G时代激发新媒体平台的融合化发展趋势
- 五、3G时代新媒体价值链的重组与提升

第二章 2015-2022年中国网络新媒体行业市场发展环境分析

第一节 2015-2022年中国经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、中国汇率调整（人民币升值）
- 八、对外贸易&进出口

第二节 2015-2022年中国网络新媒体行业政策环境分析

- 一、互联网信息服务管理办法
- 二、互联网等信息网络传播视听节目管理办法
- 三、广电总局关于加强移动数字电视试验管理有关问题的通知

第三节 2015-2022年中国网络新媒体行业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、中国城镇化率
- 六、居民的各种消费观念和习惯

第四节 2015-2022年中国网络新媒体行业技术环境分析

第三章 2015-2022年中国网络新媒体行业发展情况综述

第一节 2015-2022年中国网络新媒体行业发展概述

一、我国网络新媒体的发展历程

二、互联网新媒体的突出特征

三、互联网新媒体主要分类

四、互联网视频发展和演进

第二节2015-2022年中国网络新媒体行业动态分析

一、中国互联网用户数量高速增长

二、中国网络媒体表现不凡

三、中国网络媒体发展情况

四、十八种网络新媒体的赢利模式

第三节2015-2022年中国网络新媒体行业发展存在问题分析

第四章2015-2022年中国网络新媒体行业运行走势分析

第一节2015-2022年中国网络媒体营销分析

一、网络媒体催生软化营销方式

二、搜索引擎营销现状及发展趋势探析

三、社交网站营销价值及模式分析

四、门户网站博客营销全面解析

五、微博迅速发展成为新兴营销工具

第二节2015-2022年中国网络新媒体营销价值探讨

第三节2015-2022年中国网络新媒体的发展及对社会的影响

一、网络时代初现

二、新兴的第四媒体

三、媒体与网络未来

第五章 2015-2022年中国网络新媒体细分产业解析——新闻网站

第一节2015-2022年中国新闻网站运行形势分析

一、中国新闻网站发展历程

二、国内重点新闻网站简介

三、新闻网站市场化改革势在必行

第二节2015-2022年中国新闻网站运行动态分析

一、新闻网站需求分析

二、新闻网站上市的实力及机遇分析

三、新闻网站改制上市的策略分析

第三节2015-2022年中国新闻网站案例分析

一、新华网转企改制案例研究

二、地方新闻网站转企改制案例分析

第六章 2015-2022年中国网络新媒体细分产业解析——网络视频

第一节2015-2022年中国网络视频行业发展透析

一、网络视频发展概述

二、网络视频发展任重道远

三、中国网络视频市场分析

四、网络视频盈利模式全面透析

五、中国网络视频呈现主流化发展趋向

第二节2015-2022年中国网络视频用户分析

一、中国网络视频用户内容需求与行为解析

二、国内手机视频用户发展现状与原因分析

三、网络视频产业的发展应立足于用户体验

四、网络视频内容及用户体验研究

五、中国网络视频受众商业价值分析

六、网络视频用户调研

第三节2015-2022年中国网络视频商业运行模式分析

一、国内网络视频商业模式发展现状

二、中国宽频网站运营模式有待进一步探索

三、P2P流媒体的几种可行商业模式

四、中国网络视频分享平台的商业模式展望

第七章 2015-2022年中国网络新媒体细分产业解析——搜索引擎

第一节2015-2022年中国搜索引擎行业发展概述

一、搜索引擎传媒功能日益凸显

二、中国搜索引擎市场分析

三、搜索引擎行业应加强自律和公众监督

第二节2015-2022年中国搜索引擎用户分析

一、搜索引擎用户规模与结构特征分析

二、搜索用户的品牌选择

三、搜索用户对品牌选择的原因及忠诚度分析

四、搜索用户的搜索特点

五、搜索用户对广告的区别情况

第三节2015-2022年中国搜索引擎营销分析

一、搜索引擎营销的目标层次原理

二、搜索引擎营销将引领网络新经济时代

三、金融危机下中小企业掀起新一轮搜索引擎营销热潮

四、搜索引擎营销运用解析

五、搜索营销迈向“个性化”时代

六、搜索引擎营销将走向效果营销

第八章 2015-2022年中国网络新媒体细分产业解析——博客

第一节2015-2022年中国博客市场运行动态分析

一、中国博客市场发展现状

第九章 2015-2022年中国网络新媒体细分产业解析——社交网站

第十章 2015-2022年中国网络新媒体行业优势企业竞争力分析

第十一章2015-2022年中国网络新媒体行业发展趋势分析

第十二章 2015-2022年中国网络新媒体行业投资机会与风险分析

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1508/Y675040XI0.html>