

2021-2027年中国融媒体行业供需态势分析及投资机会分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国融媒体行业供需态势分析及投资机会分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202101/923564.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

“融媒体”是充分利用媒介载体，把广播、电视、报纸等既有共同点，又存在互补性的不同媒体，在人力、内容、宣传等方面进行全面整合，实现“资源通融、内容兼融、宣传互融、利益共融”的新型媒体宣传理念。

智研咨询发布的《2021-2027年中国融媒体行业供需态势分析及投资机会分析报告》共十章。首先介绍了融媒体行业市场发展环境、融媒体整体运行态势等，接着分析了融媒体行业市场运行的现状，然后介绍了融媒体市场竞争格局。随后，报告对融媒体做了重点企业经营状况分析，最后分析了融媒体行业发展趋势与投资预测。您若想对融媒体产业有个系统的了解或者想投资融媒体行业，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。

报告目录：

第一章 融媒体相关概述

1.1 融媒体的内涵分析

1.1.1 融媒体的定义

1.1.2 与新媒体的区别

1.1.3 融媒体建设目标

1.1.4 融媒体中心功能

1.2 融媒体发展背景及意义

1.2.1 媒体业竞争格局

1.2.2 传统媒体优劣势

1.2.3 新兴媒体优劣势

1.2.4 媒体融合的意义

第二章 融媒体行业发展驱动因素分析

2.1 政策推进

2.1.1 国家领导人思想引领

2.1.2 中央政策指引方向

2.1.3 行业政策跟进指导

2.2 技术助力

2.2.1 互联网技术推动新旧媒体融合

2.2.2 5G技术推动融合进一步深入

2.2.3 超高清视频带来新发展机遇

2.2.4 AR/VR技术推动媒体深度融合

2.2.5 人工智能加速融合媒体平台

2.3 传统媒体变革加快

2.3.1 有线电视受到强力冲击

2.3.2 电信运营商与广电布局

2.3.3 “全国一网”的整合推进

2.3.4 智慧广电发展取得突破

2.3.5 媒体用户需求习惯变化

2.4 新媒体加速发展

2.4.1 对传统媒体的影响

2.4.2 传播主体转移平台

2.4.3 全媒体成为新特征

2.4.4 新媒体新研究热点

2.4.5 新媒体业发展趋势

第三章 2016-2020年融媒体行业总体发展分析

3.1 全球融媒体行业发展分析

3.1.1 全球融媒体行业发展态势

3.1.2 美国融媒体行业发展分析

3.1.3 日本融媒体行业发展分析

3.1.4 印度融媒体行业发展分析

3.2 中国融媒体行业发展状况

3.2.1 行业发展历程

3.2.2 行业市场空间

3.2.3 行业传播布局

3.2.4 平台建设情况

3.2.5 建设企业状况

3.2.6 技术驱动发展

3.2.7 用户需求分析

3.2.8 行业人才建设

3.3 中国融媒体中心发展分析

3.3.1 融媒体中心基础架构

3.3.2 融媒体中心建设进展

3.3.3 融媒体中心关注情况

3.3.4 融媒体中心目标任务

3.3.5 融媒体中心工作内容

3.4 中国媒体融合传播渠道分析

3.4.1 媒体传播渠道融合

3.4.2 融媒体的宣传策略

3.4.3 新技术带来的影响

3.5 中国融媒体行业发展建议

3.5.1 媒体融合重点着力方向

3.5.2 中小传统媒体融合路径

3.5.3 推进媒体融合发展思维

3.5.4 全媒体下媒体融合路径

第四章 2016-2020年中国县级融媒体中心建设分析

4.1 县级融媒体中心建设发展综述

4.1.1 县级融媒体中心建设背景

4.1.2 县级融媒体中心建设意义

4.1.3 县级融媒体中心建设定位

4.1.4 县级融媒体中心建设模式

4.2 县级融媒体中心建设状况

4.2.1 顶层设计不断完善

4.2.2 中心建设加快铺开

4.2.3 区域建设存在差异

4.3 县级融媒体中心建设实践探索案例分析

4.3.1 县级媒体融合的山西实践

4.3.2 县级媒体融合的郸城探索

4.3.3 县级媒体融合的浙江实践

4.3.4 县级媒体融合的河南实践

4.4 县级融媒体中心存在的问题及建议

4.4.1 县级融媒体中心建设的主要挑战

4.4.2 县级融媒体中心存在的问题及建议

4.4.3 推进县级融媒体中心建设的对策

4.4.4 县级融媒体中心建设机制创新

第五章 2016-2020年中国细分领域融媒体行业发展分析

5.1 中国电视融媒体行业发展分析

5.1.1 电视媒体融合发展状况

5.1.2 电视媒体融合发展特点

5.1.3 电视融合传播指数分析

5.1.4 电视媒体融合发展展望

5.2 中国广播融媒体行业发展分析

5.2.1 广播融媒体发展现状

5.2.2 广播融媒体传播指数

5.2.3 广播融媒体存在的问题

5.2.4 广播媒体融合发展建议

5.3 中国报刊融媒体行业发展分析

5.3.1 融媒体对报纸的影响分析

5.3.2 国外报业转型经验启示

5.3.3 报纸融合传播指数分析

5.3.4 融媒体报纸的发展策略

5.4 融媒体时代下新闻创新发展分析

5.4.1 融媒体时代新闻生产与消费特点

5.4.2 融媒体时代新闻生产模式变革

5.4.3 融媒体时代新闻编辑创新能力

5.4.4 融媒体时代新闻宣传的挑战和机遇

5.4.5 融媒体时代新闻创新发展路径

第六章 中国部分省市融媒体行业发展分析

6.1 广东

6.1.1 广东融媒体发展形势

6.1.2 广东融媒体发展现状

6.1.3 广东融媒体发展动态

6.1.4 广东融媒体存在问题

6.1.5 广东融媒体发展建议

6.2 辽宁

6.2.1 辽宁融媒体发展现状

6.2.2 辽宁融媒体发展动态

6.2.3 辽宁融媒体存在问题

6.2.4 辽宁融媒体发展预测

6.2.5 辽宁融媒体发展建议

6.3 湖北

6.3.1 湖北融媒体发展特点

6.3.2 湖北融媒体发展亮点

6.3.3 湖北融媒体发展动态

6.3.4 湖北融媒体存在问题

6.3.5 湖北融媒体发展建议

6.4 北京

6.4.1 北京融媒体发展现状

6.4.2 北京融媒体中心建设

6.4.3 北京融媒体发展动态

6.4.4 北京融媒体存在问题

6.4.5 北京融媒体发展建议

6.5 上海

6.5.1 上海融媒体发展现状

6.5.2 上海融媒体发展意义

6.5.3 上海融媒体发展动态

6.5.4 上海融媒体存在难点

6.5.5 上海融媒体发展建议

6.6 广州

6.6.1 广州融媒体发展要求

6.6.2 广州融媒体发展现状

6.6.3 广州融媒体发展动态

6.6.4 广州融媒体存在问题

6.6.5 广州融媒体发展建议

6.7 其他省市

6.7.1 湖南

6.7.2 四川

6.7.3 吉林

6.7.4 天津

第七章 中国融媒体行业上市企业发展分析

7.1 贵州省广播电视信息网络股份有限公司

7.1.1 企业发展概况

7.1.2 经营效益分析

7.1.3 业务经营分析

7.1.4 财务状况分析

7.1.5 核心竞争力分析

7.1.6 公司发展战略

7.2 东方明珠新媒体股份有限公司

7.2.1 企业发展概况

7.2.2 经营效益分析

7.2.3 业务经营分析

7.2.4 财务状况分析

7.2.5 核心竞争力分析

7.2.6 公司发展战略

7.3 北京歌华有线电视网络股份有限公司

7.3.1 企业发展概况

7.3.2 经营效益分析

7.3.3 业务经营分析

7.3.4 财务状况分析

7.3.5 核心竞争力分析

7.3.6 公司发展战略

7.4 人民网股份有限公司

7.4.1 企业发展概况

7.4.2 经营效益分析

7.4.3 业务经营分析

7.4.4 财务状况分析

7.4.5 核心竞争力分析

7.4.6 公司发展战略

7.5 新华网股份有限公司

7.5.1 企业发展概况

7.5.2 经营效益分析

7.5.3 业务经营分析

7.5.4 财务状况分析

7.5.5 核心竞争力分析

7.5.6 公司发展战略

7.6 拓尔思信息技术股份有限公司

7.6.1 企业发展概况

7.6.2 经营效益分析

7.6.3 业务经营分析

7.6.4 财务状况分析

7.6.5 核心竞争力分析

7.6.6 公司发展战略

第八章 中国融媒体行业发展案例分析

8.1 中央广播电视总台

8.1.1 媒体融合发展成就

- 8.1.2 媒体融合面临挑战
- 8.1.3 媒体融合推动举措
- 8.1.4 媒体融合发展规划
- 8.2 江苏省广播电视总台
 - 8.2.1 媒体融合发展成就
 - 8.2.2 媒体融合面临挑战
 - 8.2.3 媒体融合推动举措
 - 8.2.4 媒体融合发展规划
- 8.3 湖南日报社
 - 8.3.1 媒体融合发展成就
 - 8.3.2 媒体融合推动举措
 - 8.3.3 媒体融合实践经验
 - 8.3.4 媒体融合发展规划
- 8.4 广州日报报业集团
 - 8.4.1 媒体融合发展成就
 - 8.4.2 媒体融合面临挑战
 - 8.4.3 媒体融合推动举措
 - 8.4.4 媒体融合发展规划
- 8.5 东方网
 - 8.5.1 媒体融合发展成就
 - 8.5.2 媒体融合面临挑战
 - 8.5.3 媒体融合推动举措
 - 8.5.4 媒体融合实践经验
 - 8.5.5 媒体融合发展规划
- 8.6 河南广播电视台交通广播
 - 8.6.1 媒体融合发展成就
 - 8.6.2 媒体融合面临挑战
 - 8.6.3 媒体融合推动举措
 - 8.6.4 媒体融合发展规划
- 8.7 河北交通广播
 - 8.7.1 媒体融合发展成就
 - 8.7.2 媒体融合面临挑战
 - 8.7.3 媒体融合推动举措
 - 8.7.4 媒体融合发展规划
- 8.8 北京市延庆区融媒体中心

8.8.1 媒体融合发展成就

8.8.2 媒体融合面临挑战

8.8.3 媒体融合推动举措

8.8.4 媒体融合发展规划

第九章 中国融媒体行业投资分析

9.1 传统媒体产业资本运营分析

9.1.1 传统媒体资本运营历程

9.1.2 传统媒体资本运营困境

9.1.3 传统媒体资本运营方式

9.2 新兴媒体资本运营分析

9.2.1 新媒体产业投资状况

9.2.2 新兴媒体资本运营优势

9.2.3 新兴媒体资本运营方式

9.2.4 新兴媒体资本运营趋势

9.3 媒体融合下资产运营分析

9.3.1 媒体融合下资产运营内涵

9.3.2 媒体融合下资本融合作用

9.3.3 媒体融合下资产运营困境

9.4 媒体融合中的风险投资分析

9.4.1 媒体融合风险投资可行性

9.4.2 媒体融合的风险投资方式

9.4.3 风险投资进入环境培育策略

9.5 媒体融合发展投资基金动态

9.5.1 海南媒体融合发展投资基金

9.5.2 广东南方媒体融合发展投资基金

9.5.3 人民网融媒贰号股权投资基金

第十章 2021-2027年中国融媒体行业发展趋势及前景预测分析

10.1 中国融媒体行业发展趋势（ZY ZS）

10.1.1 融媒体实践发展趋势

10.1.2 融媒体短期发展趋势

10.1.3 融媒体未来发展趋势

10.2 中国融媒体行业发展展望

10.2.1 融媒体行业发展前景

10.2.2 融媒体行业发展展望

10.2.3 媒体融合的远景展望

附录：县级融媒体中心省级技术平台规范要求

图表目录：

图表 融媒体与新媒体的区别

图表 融媒体工作流程

图表 融媒体中心的四大功能

图表 央视超高清视频三大阶段发展规划

图表 2020年电视整体日均触达户数平稳发展

图表 一线卫视电视剧及综艺节目观众规模十分可观

图表 IPTV、OTT TV与广电有线电视业务竞争情况

图表 广电网络业务面临电信运营商竞争

图表 2016-2020年IPTV及OTT TV在电视总收视份额占比逐渐提升

图表 三大电信运营商建设通信网络推动5G大规模商用策略

图表 广电技术路线

图表 11家地方广电已经上市情况

图表 国家级广电网络公司成立以来“全国一网”整合工作加速推进

图表 智慧广电建设体系

图表 中国成年网络媒体用户使用时长

图表 新媒体（互联网及移动互联网）在媒体产业总体产量占比情况

图表 融媒体中心基础组织架构

图表 融媒体中心建设进展

图表 2020年最受舆论关注的省级融媒体中心TOP10

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202101/923564.html>