

2008-2009年中国新媒体产业研究咨询报告

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

《2008-2009年中国新媒体产业研究咨询报告》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/200809/5661.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

2008年奥运会对于中国新媒体有着非同寻常的意义。2008年，比较成熟的市场运行规则、多元资本的效率竞赛、历经风雨的坚韧心力，都使得新媒体呈现出欣欣向荣的面貌、蓬勃发展的势头：分众通过对好耶、艾瑞、玺诚等待收购逐渐构建出户外数字媒体、网络广告、移动媒体相结合的多元业务体系；IPTV、数字电视在2008年取得较大突破；手机电视、移动电视、3G网络的用户群体逐步增长；方正阿帕比等公司积极切入新媒体市场，为传统报业、出版业利用新媒体实现“数字化转型”提供全面的数字出版解决方案。

2008年奥运会期间，新媒体竞争升级。以“分众传媒”为代表，通过高昂代价获得有价值媒体阵地的“新媒体”1.0模式正在被颠覆，国内新媒体竞争开始进入2.0时代。我国新媒体产业的市场发展空间巨大，同时政府扶持力度加大，管理手段逐渐完善，新媒体产业的外部发展环境越来越好。但同时，进入新媒体行业的力量越来越多，导致市场竞争日趋激烈。随着竞争加剧，新媒体企业将呈现出两极分化的特点。少数大型新媒体企业获得了大量的投资、技术和人力优势，更加壮大。而小一些的新媒体企业则只能依靠更加细化的市场，在总体增长的市场中分一杯羹。

2008年以来，随着北京奥运会发展以及我国经济的快速发展，通讯3G时代开启，国外的风险投资和私募基金纷纷投入我国新媒体领域，主要集中在网络视频、手机电视、户外影音等方面，并且单笔投资数额都在上千万美元，有的高达近亿美元。业内专家指出，国外资本追捧我国新媒体主要是看到我国消费模式的网络化转变，新媒体优胜劣汰的集中度提高，特别是新媒体广告市场在每年100亿人民币的基础上，正在以50%速度递增，从而吸引了国际资本的关注。

2008年中国新媒体的影响力将趋于主流，广告业务的收入也将保持快速增长；视频、网游领域在发展中维持激烈竞争态势；而奥运因素将对电子商务、移动营销、数字电视产生积极影响。预测2008年新媒体的市场规模将要超过了1000亿元，未来3年仍将每年以30%-40%的速度成长，预计到2011年整个市场规模会超过3000亿元。

本研究咨询报告主要依据了国家统计局、国家商务部、国家工业和信息化部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国新闻出版总署、中国互联网协会、国内外相关报刊杂志的基础信息以及新媒体产业专业研究单位等公布和提供的大量数据资料，对我国新媒体行业的发展状况及相关市场发展态势等进行了分析。报告重点研究了我国新媒体的市场发展现状、移动新媒体的发展现状、行业发展策略、以及重点新媒体企业的发展现状。报告还对国家新媒体的投资动向、发展趋势进行了审慎的研判，是新媒体经营企业、科研机构、投资公司等单位准确了解目前新媒体产业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 新媒体相关概述 1

第一节 新媒体的概念及特性 1

一、新媒体的定义 1

二、新媒体的特点 2

三、新媒体的经济学特性 2

第二节 新媒体发展模式分析 4

一、新媒体的内涵及传播特征 4

二、新媒体发展条件 5

三、新媒体内容 7

四、运营与赢利模式 8

五、目标群体分析 9

第三节 新媒体传播的特点及对营销传播的影响 10

一、新媒体的传播特点分析 10

二、新媒体传播对营销传播的影响 13

第二章 新媒体行业分析 16

第一节 新媒体行业发展概况 16

一、中国新媒体发展前景广阔 16

二、新媒体产业链发展分析 18

三、2008年新媒体产业商业模式分析 20

第二节 中国新媒体产业受众及需求分析 23

一、用户的需求与使用特点发生改变 23

二、针对需求变化提供新媒体产品 24

三、需求演变带来媒体角色的新变化 26

第三节 中国新媒体动漫产业发展分析 27

一、网络动漫发展分析 28

二、手机动漫成引擎 33

第二部分 移动媒体发展现状分析

第三章 移动媒体行业发展概况 41

第一节 移动媒体行业发展分析 41

一、移动新媒体的发展概况 41

二、移动新媒体发展的误区 49

三、移动新媒体的发展趋势 50

四、移动新媒体的商业模式创新 53

第二节 移动媒体市场分析 55

一、移动多媒体应用产业发展分析 55

二、移动媒体发展存在的难题 56

第三节 移动媒体行业投资前景分析 58

一、移动媒体的投资前景分析 58

二、移动多媒体的投资机遇分析 60

第四章 移动电视媒体 62

第一节 移动电视行业发展总体分析 62

一、2008年移动电视市场发展现状 62

二、3G移动电视技术和业务发展及分析 62

三、数字移动电视产业化运营的战略分析 69

四、从欧盟战略看我国移动电视发展 73

第二节 移动电视营运分析 76

一、移动电视运营的发展概况 76

二、数字移动电视运营模式分析 81

三、移动电视的盈利模式分析 85

第三节 车载电视发展分析 87

一、2008年车载电视成投资新宠 87

二、2008年车载移动电视市场发展现状 88

三、2008年车载电视主题发展分析 92

四、2008年奥运车载液晶电视市场分析 93

五、2008-2009年中国车载电视市场销量预测 94

第四节 移动电视发展预测 96

一、2008-2010年移动电视市场竞争格局 96

- 二、2010年全国移动电视市场规模预测 100
- 三、2012年全球移动电视市场消费预测 102

第三部分 行业细分市场及区域市场分析

第五章 手机媒体及其业务发展分析 105

第一节 手机媒体市场发展分析 105

- 一、手机媒体的形态与内容分析 105
- 二、手机媒体的用户与需求分析 110
- 三、手机媒体的经营与发展分析 114

第二节 2008年手机电视发展分析 121

- 一、手机电视覆盖率分析 121
- 二、2008年手机电视标准分析 122
- 三、2008年手机电视发展需解决的难题 124
- 四、2008年手机电视实践亮点分析 125
- 五、2008-2010年手机电视消费需求预测 130
- 六、2012年3G手机电视用户预测 134

第三节 2008年手机游戏发展分析 135

- 一、2008年手机游戏产业面临的机遇与挑战 135
- 二、2008年手机游戏迈向新时代 138
- 三、2008年手机游戏为用户付费的首选 140
- 四、2008年手机游戏收入预测 141
- 五、2010年我国手机游戏市场发展预测 143

第四节 2008年手机短信发展分析 143

- 一、全球短信业务发展分析 143
- 二、2008年手机短信将有“防火墙” 146
- 三、2008年短信市场规模分析 146

第五节 2008年手机广告发展分析 149

- 一、手机媒体广告的发展瓶颈及对策 149
- 二、2008年3G手机广告模式发展分析 153
- 三、2008年全球手机广告市场规模预测 156
- 四、2008-2010年中国无线广告市场规模预测 157

第六章 中国IPTV产业发展分析	159
第一节 中国IPTV市场发展分析	159
一、我国IPTV发展前景分析	159
二、影响IPTV发展因素	160
三、IPTV应突破传统定价模式	163
四、中国IPTV市场上演激烈竞争	164
第二节 2008年IPTV市场发展现状	171
一、2008年中国IPTV市场发展现状	171
二、2008年我国IPTV市场发展态势	175
三、2008年IPTV业务与产业链分析	178
四、有线数字电视IPTV发展分析	179
第三节 IPTV发展趋势分析	181
一、2009年IPTV技术发展趋势	181
二、2008-2010年IPTV全球发展市场预测	183
第七章 其它网络媒体及其业务发展分析	187
第一节 网络视频	187
一、网络视频发展概况	187
二、2008年网络视频发展现状	189
三、网络视频业发展面临的问题	190
四、网络视频良性发展分析	191
五、2008年网络视频发展新趋势	194
第二节 网络博客	198
一、中国博客规模发展情况	198
二、2007年中国博客市场调查分析	199
三、博客发展趋势分析	232
四、未来博客发展方向分析	236
第三节 网络游戏	238
一、2008年网络游戏市场发展分析	238
二、2008年中国网络游戏市场发展分析	247
三、2008年中国网络游戏产业发展趋势	249
四、2009年中国网络游戏市场规模预测	253

第四节 网络广告 254

- 一、2008年网络广告的机遇与挑战 254
- 二、2008年中国网络广告规模分析 255
- 三、2008-2011年中国网络广告市场预测 256

第四部分 行业竞争格局分析

第八章 新媒体竞争格局分析 259

第一节 传统媒体与新媒体的竞争与发展 259

- 一、新媒体与传统媒体竞争分析 259
 - 二、传统媒体与新兴媒体的竞争格局 260
- ##### 第二节 2008年新媒体竞争现状分析 262
- 一、国内新媒体竞争进入2.0时代 262
 - 二、2008年奥运期间新媒体竞争升级 263
 - 三、渠道型新媒体混乱的圈地竞争 265
 - 四、2008年外资角逐我国新媒体市场 269

第九章 新媒体行业重点企业分析 271

第一节 北京歌华有线电视网络股份有限公司 271

- 一、公司概况 271
- 二、2008年公司经营情况 272
- 三、2008年公司动态 281

第二节 上海东方明珠（集团）股份有限公司 282

- 一、公司概况 282
- 二、2008年公司经营情况 284
- 三、2008年公司动态 289

第三节 成都博瑞传播股份有限公司 291

- 一、公司概况 291
- 二、2008年公司经营情况 293

第四节 上海新华传媒股份有限公司 299

- 一、公司概况 299
- 二、2008年公司经营情况 300
- 三、2008年公司动态 303

第五节 湖南电广传媒股份有限公司 304

一、公司概况 304

二、公司主营业务 305

三、2008年公司经营情况 308

四、2008年公司动态 313

第六节 中视传媒股份有限公司 315

一、公司概况 315

二、2008年公司经营情况 316

第五部分 行业发展策略及趋势

第十章 新媒体发展策略 321

第一节 新媒体发展模式及策略分析 321

一、新媒体动漫营销的新模式 321

二、户外新媒体的价值创新路径 324

三、广播电视新媒体的发展策略 326

第二节 传统电视的新媒体发展策略 327

一、新媒体对传统电视的影响 327

二、传统电视的新媒体发展策略 330

第三节 英国第四频道新媒体品牌运营策略 334

一、全方位多渠道拓展品牌内涵 335

二、建立新旧媒体融合统一的品牌形象 335

三、实现传统电视节目内容的传播增值 335

四、提升新媒体形态下的品牌核心竞争力 336

五、在互动中提升品牌影响力 336

第十一章 新媒体行业投资及发展趋势 338

第一节 新媒体行业投资分析 338

一、新媒体的盈利方式分析 338

二、理性投资新媒体行业 343

第二节 2008年新媒体的发展趋势 346

一、2008年新媒体业务方式预测 347

二、2008年新媒体产业特性预测 348

- 三、2008年新媒体技术形态预测 349
- 四、2008年新媒体市场机会预测 350
- 第三节 2008-2011年新媒体行业发展趋势 352
 - 一、2008年中国新媒体发展主流趋势 352
 - 二、2009年中国新媒体市场发展预测 354
 - 三、2008-2011年新媒体市场规模预测 355

图表目录

- 图表：新媒体的经济学特性 3
- 图表：2004-2007年中国网民人数增长情况 17
- 图表：2002-2007年中国互联网普及率 17
- 图表：互联网的应用功能分类 18
- 图表：两种主流地面广播技术标准比较 64
- 图表：基于移动通信和数字广播的移动电视业务比较 67
- 图表：2006-2009年中国车载电视市场规模及增长预测 96
- 图表：国际移动电视广播标准 98
- 图表：2007-2012年全球手机电视市场规模及增长 133
- 图表：2008年1季度短信业务增量速度情况 147
- 图表：2008年2季度中国移动增值细分市场份额 147
- 图表：2007年1季度-2008年2季度中国SMS市场规模及增长 148
- 图表：2008-2012年全球手机广告市场规模预测 157
- 图表：2005-2010年中国无线广告市场规模及增长率 158
- 图表：广电运营商的SWOT分析 165
- 图表：电信运营商的SWOT分析 166
- 图表：IPTV领域广电和电信的博弈矩阵 171
- 图表：2003-2008年上半年中国IPTV用户数 172
- 图表：截至2008年上半年中国IPTV用户数运营商分布 174
- 图表：2008第2季度中国IPTV市场用户数市场份额 174
- 图表：2008-2012年中国IPTV用户数 175
- 图表：2004-2008年全球IPTV用户数和市场规模预测 184
- 图表：2004-2008年中国IPTV用户数和市场规模预测 185
- 图表：2006-2010年中国网络视频市场规模及增长率 195

图表：2003-2007年中国博客规模发展情况 199

图表：博客价值链 200

图表：博客作者总规模 202

图表：活跃博客作者规模 202

图表：博客作者拥有的博客帐户数量 203

图表：活跃用户拥有博客帐户的数量 204

图表：2002-2007年活跃博客作者的增长趋势 204

图表：博客开始使用互联网的时间分布 206

图表：博客作者的网龄分布特点 206

图表：博客作者的平均上网时间 207

图表：每个博客作者的注册博客帐户的数量 208

图表：博客作者的博客状态 208

图表：博客作者注册博客的原因 209

图表：博客作者注册博客的动因分析 209

图表：博客作者更新博客的频率 210

图表：博客作者停止更新博客的原因 210

图表：博客作者日志内容分布 211

图表：博客作者中在自己的博客中是否添加他人的博客链接 212

图表：博客作者链接什么人的博客 212

图表：博客作者中参加博客圈的比例 213

图表：博客作者参加博客圈的类型 213

图表：博客作者是否在博客中留下自己的真实信息 214

图表：博客上个人真实信息的类型 215

图表：博客作者的博客日志内容与线下行为的一致性 215

图表：博客作者对增值服务的态度 216

图表：博客作者的性别比例 216

图表：博客作者的学历构成 217

图表：博客作者的职业类别 218

图表：博客作者收入情况 218

图表：博客注册用户的博文浏览行为 220

图表：博客作者浏览博客的频率 220

图表：博客注册用户是否有固定浏览别人博客的行为 221

图表：博客作者进入固定浏览博客页面的方式 221

图表：获知博客的渠道分布 222

图表：浏览博客的目的分析 222

图表：经常浏览的博客内容类别 223

图表：经常浏览那些人的博客 224

图表：博客工具使用度研究 224

图表：网民浏览博文与新闻的时长比较 225

图表：网民浏览博文与新闻的频率比较 225

图表：网民对博文与新闻的信任度比较 226

图表：博客作者对博客平台的满意度情况 228

图表：博客作者是否更换过博客平台 229

图表：博客作者更换博客平台的原因 229

图表：博客作者使用过的博客功能或者工具 230

图表：博客作者对博客平台功能的需求 230

图表：博客作者对自己的博客使用独立域名的需求状况 231

图表：博客作者对个性化博客域名的接受度 231

图表：2006年1季度-2008年1季度中国网络游戏市场规模 239

图表：2006年4季度-2008年1季度中国网络游戏市场集中度 239

图表：2008年1季度中国网络游戏市场细分份额 240

图表：2008年1季度中国各网络游戏类型比例 240

图表：2008年1季度中国网络游戏产地分布 241

图表：2008年1季度中国网络游戏收费模式占比 241

图表：2008年1季度网络游戏运营商市场规模份额TOP10 242

图表：2008年1季度中国网络游戏运营商市场规模TOP15 242

图表：2008年1季度中国各网络游戏类型比例 243

图表：2006年1季度-2008年2季度中国网络游戏市场规模 244

图表：2008年5月5日-6月1日某网络游戏企业充值笔数 245

图表：2008年2季度中国网络游戏运营商市场规模份额TOP15 246

图表：2008年2季度网络游戏运营商市场规模份额TOP10 247

图表：2007-2011年中国网页游戏用户付费率 247

图表：2007年2季度-2008年2季度中国网络广告市场规模 255

图表：2003-2011年中国网络广告市场规模 258

图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司偿债能力分析 272

图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司资本结构分析 272

图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司经营效率分析 273

图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司获利能力分析 273

图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司发展能力分析 274

图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司现金流量分析 274

图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司投资收益分析 275

图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司收入细分情况比较 275

图表：2006-2008年2季度北京歌华有线电视网络股份有限公司毛利率变化情况 276

图表：2006-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司收入、成本及利润增长情况 276

图表：2008年上半年北京歌华有线电视网络股份有限公司主要指标增长情况 277

图表：2008-2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司收入预测 278

图表：2008-2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司损益简表及预测 279

图表：2008-2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司资产负债表 279

图表：2008-2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司利润表 280

图表：2008-2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司现金流量表 280

图表：2008-2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司主要财务比率 281

图表：2006-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司利润表 285

图表：2006-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司收入构成 286

图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司偿债能力分析 286

图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司资本结构分析 287

图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司经营效率分析 287

图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司获利能力分析 288

图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司发展能力分析 288

图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司现金流量分析 289

图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司投资收益分析 289

图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司偿债能力分析 293

图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司资本结构分析 293

图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司经营效率分析 294

图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司获利能力分析 294

图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司发展能力分析 295

图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司现金流量分析 295

图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司投资收益分析 296

图表：2008-2010年成都博瑞传播股份有限公司利润表预测 296

图表：2008-2010年成都博瑞传播股份有限公司主要财务指标预测 297

图表：2008-2010年成都博瑞传播股份有限公司资产负债表 297

图表：2008-2010年成都博瑞传播股份有限公司现金流量表 298

图表：2008-2010年成都博瑞传播股份有限公司主要财务比率 298

图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司偿债能力分析 300

图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司资本结构分析 301

图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司经营效率分析 301

图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司获利能力分析 302

图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司发展能力分析 302

图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司现金流量分析 303

图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司投资收益分析 303

图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司偿债能力分析 308

图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司资本结构分析 308

图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司经营效率分析 309

图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司获利能力分析 309

图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司发展能力分析 310

图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司现金流量分析 310

图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司投资收益分析 311

图表：2008-2010年湖南电广传媒股份有限公司资产负债表 311

图表：2008-2010年湖南电广传媒股份有限公司利润表 312

图表：2008-2010年湖南电广传媒股份有限公司现金流量表 312

图表：2008-2010年湖南电广传媒股份有限公司主要财务比率 313

图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司偿债能力分析 316

图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司资本结构分析 317

图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司经营效率分析 317

图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司获利能力分析 318

图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司发展能力分析 318

图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司现金流量分析 319

图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司投资收益分析 319

图表：2008-2010年中视传媒股份有限公司预测和比率 319

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200809/5661.html>