

2020-2026年中国网络媒体 行业发展趋势与投资潜力分析报告

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年中国网络媒体行业发展趋势与投资潜力分析报告》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/202002/152764.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

报告目录

第一章 网络媒体相关概述第一节 新媒体阐述一、新媒体的内涵二、新媒体内容分类三、新媒体的特征及经济学特性1、新媒体的传播特征及要求2、新媒体的优势与特点3、新媒体的经济学特性第二节 网络媒体简述一、网络媒体的特性二、网络媒体和传统媒体之间的关系三、网络媒体的利润点

第二章 2015-2019年中国网络媒体运行环境分析第一节 2019年中国宏观经济环境分析一、GDP历史变动轨迹分析二、固定资产投资历史变动轨迹分析三、2019年中国宏观经济发展预测分析第二节 2015-2019年中国网络媒体业政策环境分析一、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、相关产业法律法规第三节 2015-2019年中国网络媒体社会环境分析一、中国互联网的覆盖与应用二、中国人口规模及学历情况三、中国电脑的普及第四节 2015-2019年中国网络媒体行业环境分析一、中国稳步推进文化产业体制改革二、中国将从媒体大国走向媒体强国三、中国传媒产业进入快速发展阶段四、中国新媒体发展日趋成熟

第三章 2015-2019年中国新媒体行业运行态势分析第一节 2015-2019年中国新媒体行业运行概况一、中国新媒体产业链日渐成熟二、国内新媒体业务布局决胜要点三、中国新媒体运营与赢利模式浅析第二节 2015-2019年中国新媒体产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第三节 2015-2019年中国传统媒体与新媒体的竞争与发展一、新媒体发展是传统媒体变革的必然二、新媒体环境下的传媒创新特征三、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五、我国新媒体与传统媒体共谋发展第四节 2015-2019年中国新媒体营销解析一、新媒体时代的营销及原则二、新媒体营销初显峥嵘三、营销行业迎接新媒体时代来临四、整合营销下的我国新媒体价值实现五、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

第四章 2015-2019年中国网络媒体运行态势分析第一节 2015-2019年中国网络媒体运行总况一、中国网络媒体发展的第一个十年阶段二、中国网络媒体发展规律第二节 2015-2019年中国网络媒体业热点透析一、网络媒体建设二、网络媒体管理第三节 2015-2019年中国网络媒体业一、网络新闻信息传播二、博客能量增长三、网络技术发展四、网络舆论影响五、对互联网作用的评估

第五章 2015-2019年中国网络媒体细分市场运行分析第一节 搜索类网络媒体情况一、搜索引

擎市场基本状况二、搜索引擎用户特征调查分析三、中国搜索引擎用户数量及变化情况1、中国搜索引擎用户数量情况2、中国搜索引擎用户占互联网用户比例情况3、中国搜索引擎日搜索请求量情况四、中国搜索引擎网站用户使用量情况1、中国搜索引擎网站用户使用量变化情况2、2016年中国搜索引擎使用量情况3、2019年中国搜索引擎使用量情况4、用户使用的中国搜索引擎网站市场份额变化情况5、2019年中国搜索引擎各搜索功能用户访问量市场份额情况6、中国搜索引擎市场规模情况7、中国搜索引擎市场运营商收入市场份额

第二节 新闻类网络媒体情况一、2019年中国网络媒体新闻类网站用户覆盖数二、2019年新闻类网站用户月均访问页面数

第三节 IT类网络媒体情况一、2019年IT类网站的用户覆盖数情况二、2019年IT类网站用户月均访问页面数

第四节 游戏资讯类网络媒体情况一、游戏资讯类网络媒体用户情况1、用户经常访问游戏资讯类网络媒体的原因2、主要游戏资讯类媒体用户的教育情况3、主要游戏资讯类媒体用户的地区情况二、我国网络游戏服务发展现状三、中国网络游戏营销现状

第五节 汽车类网络媒体情况一、中国部分汽车类网站个体综述二、中国汽车类网站的内容分析三、中国汽车类网站广告业务分析四、用户基本特征和行为分析五、中国汽车类网站整体分析六、汽车类网络媒体发展趋势

第六节 房产类网络媒体情况一、房产类网站的五大种类二、2015-2019年房产类网络媒体的用户覆盖数

第七节 博客类网络媒体情况一、中国博客及博客读者规模发展状况二、中国博客用户发展情况

第八节 门户类网络媒体情况一、用户经常访问门户类网络媒体的原因二、用户经常使用门户类网络媒体的服务三、主要门户类网络媒体用户的职业情况

第六章 2015-2019年中国互联网用户深度调研分析第一节 2015-2019年中国互联网络宏观状况一、网民规模二、网民数量三、宽带网民及占网民同比分析第二节 2015-2019年中国网民基础概况一、性别分布二、省市分布三、地区分布第三节 我国互联网网民特征结构调查第四节 网民上网途径调查第五节 网民上网行为调查

第七章 2015-2019年中国网络媒体典型企业运营状况分析第一节 腾讯一、腾讯公司简介二、腾讯公司收入状况三、企业动态分析四、企业竞争力体现第二节 新浪一、新浪公司简介二、新浪净营收额情况三、企业动态分析四、企业竞争力体现第三节 搜狐一、搜狐公司简介二、搜狐净营收额情况三、企业动态分析四、企业竞争力体现第四节 网易一、网易公司简介二、近几年网易净营收额情况三、企业动态分析四、企业竞争力体现第五节 百度一、百度公司简介二、百度2015-2019年经营状况三、企业动态分析四、企业竞争力体现

第八章 2020-2026年中国网络媒体前景展望与趋势预测分析第一节 2020-2026年中国新媒体行业前景分析一、未来新媒体的趋势展望二、中国新媒体未来前景看好第二节 2020-2026年中国网络媒体趋势预测一、网络媒体迈向 Web 3.0时代二、手机上网将得到普及，手机媒体将成为

新媒体的主要成员1、中国电信格局重组，将带来手机上网热潮2、手机宽带上网—3G
会成主流

第九章 2020-2026年中国网络媒体产业投资战略分析第一节 2020-2026年中国网络媒体行业投资概况一、网络媒体行业投资特性二、网络媒体具有良好的投资价值三、网络媒体投资环境
第二节 2020-2026年中国网络媒体投资机会分析第三节 2020-2026年中国网络媒体投资风险分析
第四节 专家投资建议

图表目录：（部分）图表：2015-2019年国内生产总值图表：2015-2019年居民消费价格涨跌幅度图表：2019年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）图表：2015-2019年国家外汇储备图表：2015-2019年财政收入图表：2015-2019年全社会固定资产投资图表：2019年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）图表：2019年固定资产投资新增主要生产能力图表：2019年手机网民性别分布图表：2019年中国网民省份分布对比图表：中国网民地区分布对比图表：用户常用的搜索引擎排名情况如下图表：主要搜索引擎使用者年龄分布情况图表：主要搜索引擎使用者教育程度分布情况图表：主要搜索引擎使用者行业分布情况图表：主要搜索引擎使用者职位分布情况图表：主要搜索引擎使用者收入分布情况图表：主要搜索引擎使用者消费分布情况图表：主要搜索引擎使用者手机月消费分布情况图表：主要搜索引擎使用者移动增值服务月消费分布情况图表：主要搜索引擎使用者地区分布情况图表：主要搜索引擎使用者常用的即时通讯软件构成情况图表：主要搜索引擎使用者常用的电子邮件构成情况图表：主要搜索引擎使用者常用的地图搜索情况图表：主要搜索引擎使用者常用的影视网站情况图表：主要搜索引擎使用者常用的黄页网站情况图表：主要搜索引擎使用者常用的网址导航分布情况图表：主要搜索引擎使用者常用的新闻网站分布情况图表：主要搜索引擎使用者常用的音乐搜索网站分布情况图表：主要搜索引擎使用者常用的WAP网站分布情况图表：主要搜索引擎使用者常用的彩信提供商分布情况图表：主要搜索引擎使用者常用的彩铃网站分布情况图表：中国搜索引擎用户数及增长率图表：中国搜索引擎用户数及增长率预测图表：中国搜索引擎用户占互联网用户比例图表：中国搜索引擎用户占互联网用户比例预测图表：中国搜索引擎日搜索请求量及增长率图表：中国搜索引擎日搜索请求量及增长率预测图表：中国每日使用搜索引擎用户数及次数预测图表：搜索引擎使用量变化情况图表：2015-2019年中国搜索引擎使用量市场份额图表：2019年中国搜索引擎使用量市场份额图表：2015-2019年用户经常使用的中国搜索引擎市场份额情况图表：历年用户经常使用的中国搜索引擎市场份额情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202002/152764.html>