

内容目录

第一章 前言	3
第二章 2023-2028 年新媒体信息传播服务市场前景及趋势预测	3
第一节 新媒体信息传播服务行业监管情况及主要政策法规	3
一、新媒体信息传播服务所属行业及确定所属行业的依据	3
二、行业主管部门和行业监管体制	3
三、行业主要法律法规及政策	5
第二节 2022-2023 年中国新媒体信息传播服务行业发展情况分析	13
一、网民数量持续增长，互联网行业前景良好	14
二、移动端迅猛发展，手机网民数量快速增长	14
三、互联网新闻信息用户数持续增加	15
四、互联网广告市场已形成规模，并保持持续增长	16
第三节 行业内主要新闻网站	16
一、中央重点新闻网站	16
二、商业性网站	17
三、地方综合性新闻网站	17
第四节 企业案例分析：山东省互联网传媒集团股份有限公司	19
一、公司的市场地位	19
二、公司的竞争优势	19
三、公司的竞争劣势	21
四、公司创新和新旧产业融合情况	21
第五节 2023-2028 年我国新媒体信息传播服务行业发展前景及趋势预测	23
一、新媒体信息传播服务行业继续维持高速发展	23
二、新闻内容成为行业核心竞争点	23
三、移动化趋势明显，入口和媒体多元化	24
四、技术变革将对行业发展产生更深远影响	24
五、信息的跟踪和监测日趋重要	24
六、正面舆论引导的新格局逐步形成	24
第六节 2023-2028 年我国新媒体信息传播服务行业面临的机遇与挑战	25
一、行业面临的机遇	25
（1）国家产业政策支持山东省互联网传媒集团股份有限公司所处行业的发展	25
（2）信息传播技术和基础建设的进步为行业发展创造了基础	26
（3）受众对网络新媒体信息传播服务的认知和接受程度提高	26
（4）对于地方新媒体的准确定位	26
二、行业面临的挑战	26
（1）互联网基础设施建设发展不均衡	27
（2）保障宣传推广效率与互联网用户体验的维护	27
第三章 新媒体信息传播服务企业穿越周期的品牌力和生命力打造策略	27
第一节 企业穿越周期的 5 个条件	27
一、有一个好产品	28
二、有一个好队伍	28

三、有一套好模式	29
四、有一个好品牌	29
五、有一个好文化	29
第二节 企业跨越“生死周期”关键点	29
一、健康的现金流	29
二、尽可能提高效率	30
三、寻找品牌第 N 发展曲线	30
四、永远不要放弃，熬下去	30
第三节 企业穿越周期的 6 个启示	30
一、有边界感，有“知不能”的能力	31
二、有聚焦的能力	31
三、有控节奏的能力	31
四、有革命式创新的能力	32
五、有坚持的能力	32
六、有打造第二增长曲线的能力	32
第四节 打磨核心竞争力、穿越周期风险	32
一、企业核心竞争力评判体系：产品力、运营力、品牌势能	32
二、强产品力：消费者选择的直接动力、品牌发展的“底气”和“起点”	33
三、强运营力：持续良性规模扩张的基础	34
四、强品牌势能：占领消费者认知资源，形成最深厚的护城河	35
五、对于不同路线的企业，核心竞争力评判体系的侧重点有所差异	35
第四章 新媒体信息传播服务企业《穿越周期的品牌力和生命力打造策略》制定手册	36
第一节 动员与组织	36
一、动员	37
二、组织	37
第二节 学习与研究	38
一、学习方案	38
二、研究方案	38
第三节 制定前准备	39
一、制定原则	39
二、注意事项	41
三、有效战略的关键点	41
第四节 战略组成与制定流程	44
一、战略结构组成	44
二、战略制定流程	44
第五节 具体方案制定	45
一、具体方案制定	45
二、配套方案制定	48
第五章 新媒体信息传播服务企业《穿越周期的品牌力和生命力打造策略》实施手册	48
第一节 培训与实施准备	49
第二节 试运行与正式实施	49
一、试运行与正式实施	49
二、实施方案	49
第三节 构建执行与推进体系	50

第四节 增强实施保障能力	51
第五节 动态管理与完善	52
第六节 战略评估、考核与审计	52
第六章 总结：商业自是有胜算	53

第一章 前言

大部分行业和企业，都有生命周期，中国的企业生命周期一般是6年，我国中小企业的平均寿命为3年~4年，企业集团的平均寿命为7年~8年。

那么该如何做才能更好的穿越周期，甚至逆流而上呢？

下面，我们先从新媒体信息传播服务行业市场进行分析，然后重点分析并解答以上问题。

相信通过本文全面深入的研究和解答，您对这些信息的了解与把控，将上升到一个新的台阶。这将为您的经营管理、战略部署、成功投资提供有力的决策参考价值，也为您抢占市场先机提供有力的保证。

第二章 2023-2028年新媒体信息传播服务市场前景及趋势预测

第一节 新媒体信息传播服务行业监管情况及主要政策法规

一、新媒体信息传播服务所属行业及确定所属行业的依据

根据中国证监会《上市公司行业分类指导（2012年修订）》，新媒体信息传播服务所处行业为“信息传输、软件和信息技术服务业”中的“164 互联网和相关服务”。根据国家统计局《国民经济行业分类（GB/T4754-2017）》，新媒体信息传播服务所处行业为“164 互联网和相关服务”下的“6420 互联网信息服务”。根据国家统计局《战略性新兴产业分类（2018）》（国家统计局令第23号），新媒体信息传播服务所处行业属于“8 数字创意产业/8.2 数字文化创意活动/8.2.3 新型媒体服务”。

二、行业主管部门和行业监管体制

新媒体信息传播服务所处行业属于互联网信息服务行业，受到政府相关部门监督管理及行业协会自律监管，本行业的主管部门及主要职能如下：

（1）宣传主管部门

中宣部是中共中央主管意识形态方面工作的综合职能部门。主要职能是：负责指导全国马克思主义理论研究、学习与宣传工作；负责引导社会舆论，指导、协调中央各新闻单位的工作；负责从宏观上指导精神产品的生产；负责规划、部署全局性的思想政治工作任务，配合中央组织部做好党员教育工作，负责编写党员教育教材，会同有关部门研究和改进群众思想工作；受党中央委托，协同中央组织部管理文化部、新闻出版署、中国社会科学院的领导干部，会同中央组织部管理人民日报社、新华社等新闻单位和代管单位的领导干部，对省、自治区、直辖市党委宣传部部长的任免提出意见；负责提出宣传思想文化事业发展的指导方针，指导宣传文化系统制定政策、法规，按照党中央的统一工作部署，协调宣传文化系统各部门之间的关系；完成党中央交办的其他任务。

（2）互联网信息主管部门

国家网信办的主要职责包括：负责落实互联网信息传播方针政策和推动互联网信息传播法制建设；指导、协调、督促有关部门加强互联网信息内容管理；负责网络新闻业务及其他相关业务的审批和日常监管；指导有关部门做好网络游戏、网络视听、网络出版等网络文化领域业务布局规划；协调有关部门做好网络文化阵地建设的规划和实施工作；负责重点新闻网站的规划建设、组织和协调网上宣传工作；在职责范围内指导各地互联网有关部门开展工作等。

（3）新闻出版、发布主管部门

中宣部是中共中央主管意识形态方面工作的综合部门。根据 2018 年 3 月中共中央印发的《深化党和国家机构改革方案》，为加强党对新闻舆论工作的集中统一领导，中宣部统一管理新闻出版工作，原国家新闻出版广电总局的新闻出版管理职责划入中宣部。中宣部对外加挂国家新闻出版署（国家版权局）牌子。

2018 年 4 月 16 日，国家新闻出版署（国家版权局）正式挂牌，调整后，中宣部关于新闻出版管理方面的主要职责是：贯彻落实党的宣传工作方针，拟订新闻出版业的管理政策并督促落实，管理新闻出版行政事务，统筹规划和指导协调新闻出版事业、产业发展，监督管理出版物内容和质量，监督管理印刷业，管理著作权，管理出版物进口等。

国新办主管全国的互联网新闻信息服务监督管理工作，其主要职责包括：推动中国媒体向世界说明中国，包括介绍中国的内外方针政策、经济社会发展情况，及中国的历史和中国科技、教育、文化等发展情况；通过指导协调媒体对外报道，召开新闻发布会，提供书籍资料及影视制品等方式对外介绍中国；协助外国记者在中国的采访，推动海外媒体客观、准确地报道中国；广泛开展与各国政府和新闻媒体的交流、合作；与有关部门合作开展对外交流活动。

（4）电信主管部门

工信部是电信行业的主管部门，其主要职责包括：负责网络强国建设相关工作，推动实施宽带发展；负责互联网行业管理（含移动互联网）；协调电信网、互联网、专用通信网的建设，促进网络资源共建共享；组织开展新技术新业务安全评估，加强信息通信业准入管理，拟订相关政策并组织实施；指导电信和互联网相关行业自律和相关行业组织发展；负责电信网、互联网网络与信息安全技术平台的建设和使用管理；负责信息通信领域网络与信息安全保障体系建设；拟定电信网、互联网及工业控制系统网络与信息安全规划、政策、标准并组织实施，加强电信网、互联网及工业控制系统网络安全审查；拟订电信网、互联网数据安全政策、规范、标准并组织实施；负责网络安全防护、应急管理和处置。

（5）行业自律组织

中国互联网协会成立于 2001 年 5 月 25 日，是由中国互联网行业及与互联网相关的企事业单位、社会组织自愿结成的全国性、行业性、非营利性社会组织，接受登记管理机关中华人民共和国民政部和业务主管单位工业和信息化部业务指导和监督管理。其主要职能是制订并实施互联网行业规范与自律公约，开展互联网行业发展状况的调查与研究工作，促进互联网行业内企业之间、企业与政府之间的信息沟通等。

三、行业主要法律法规及政策

（1）主要法律法规

序号	法律法规名称	实施时间	颁布机构
1	中华人民共和国广告法（2021 修订）	1994 年 10 月	全国人大常务委员会
2	中华人民共和国电信条例（2016 修订）	2000 年 9 月	国务院
3	互联网信息服务管理办法（2011 修订）	2000 年 9 月	国务院
4	互联网著作权行政保护办法	2005 年 5 月	国家版权局、信息产业部
5	信息网络传播权保护条例（2013 修订）	2006 年 7 月	国务院
6	互联网视听节目服务管理规定（2015 修订）	2008 年 1 月	国家广播电影电视总局、信息产业部
7	电信网络运行监督管理办法	2009 年 5 月	工信部
8	第三代移动通信业务服务规范（试行）	2009 年 6 月	工信部
9	互联网文化管理暂行规定（2017 修订）	2011 年 4 月	文化部
10	规范互联网信息服务市场秩序若干规定	2012 年 3 月	工信部
11	电信和互联网用户个人信息保护规定	2013 年 9 月	工信部
12	公用电信网间互联管理规定（2014 修正）	2014 年 9 月	工信部
13	通信短信息服务管理规定	2015 年 6 月	工信部
14	网络出版服务管理规定	2016 年 3 月	国家新闻出版广电总局、工信部
15	专网及定向传播视听节目服务管理规定（2021 年修订）	2016 年 6 月	国家新闻出版广电总局
16	互联网新闻信息服务管理规定	2017 年 6 月	国家网信办
17	互联网信息服务内容管理行政执法程序规定	2017 年 6 月	国家网信办
18	电信业务经营许可管理办法	2017 年 9 月	工信部
19	网络信息内容生态治理规定	2020 年 3 月	国家网信办
20	网络安全审查办法	2020 年 6 月	国家网信办

（2）产业政策

序号	政策名称	颁布日期	文件编号	内容概要
1	国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见	2013 年 8 月	国发（2013）32 号	将加快信息基础设施演进升级、增强信息供给能力、培育信息消费需求、提升公共服务信息化水平、加强信息消费环境建设、完善支持政策
2	国务院办公厅关于政府向社会力量购买服务的指导意见	2013 年 9 月	国办发（2013）32 号	地方各级人民政府要积极稳妥地推进政府向社会力量购买服务工作，不断创新和完善公共服务供给模式，加快建设服务型政府。

序号	政策名称	颁布日期	文件编号	内容概要
3	关于进一步支持文化企业发展的通知	2014年4月	国办发(2014)15号	中央财政和地方财政应安排文化产业发展专项基金，完善政策扶持体系，采取贴息、补助、奖励等方式，支持文化产业发展。在国家许可范围内，鼓励和引导社会资本以多种形式投资文化产业，在投资核准、土地使用、税收优惠、上市融资和申请专项融资方面给予支持
4	国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见	2015年7月	国发(2015)40号	顺应世界“互联网+”发展趋势，充分发挥我国互联网的规模优势和应用优势，推动互联网由消费领域向生产领域拓展，加速提升产业发展水平，增强各行业创新能力，构筑经济社会发展新优势和新动能。坚持改革创新和市场需求导向，突出企业的主体作用，大力拓展互联网与经济社会各领域融合的广度和深度。着力深化体制机制改革，释放发展潜力和活力；着力做优存量，推动经济提质增效和转型升级；着力做大增量，培育新兴业态，打造新的增长点；着力创新政府服务模式，夯实网络发展基础，营造安全网络环境，提升公共服务水平

5	山东省“互联网+”发展意见	2015年7月	/	<p>加快互联网对传统产业的提升和改造，加大各行各业的创新发展力度，已经成为传统产业应对经济下行压力、突破发展瓶颈的重要抉择。“互联网+”发展工作，要着力推进云计算、物联网、大数据等互联网新技术与农业、工业、服务业等领域的融合创新，加快传统产业提质增效，培育新型经济业态，增强经济发展动力。各地、各有关部门要把加快“互联网+”发展，作为当前加快经济稳增长和结构优化的重要举措，强化领导、创新思路，统筹谋划、加快实施，务求取得实效</p>
6	关于全面推进政务公开工作的意见	2016年2月	/	<p>着力推进财政预决算、公共资源配置、重大建设项目批准和实施、社会公益事业建设等领域的政府信息公开，有关部门要制定实施办法，明确具体要求。强化政府门户网站信息公开第一平台作用，整合政府网站信息资源，加强各级政府网站之间协调联动，强化与中央和地方主要新闻媒体、主要新闻网站、重点商业网站的联动，充分运用新媒体手段拓宽信息传播渠道，完善功能，健全制度，加强内容和技术保障，将政府网站打造成更加全面的信息公开平台、更加权威的政策发布解读和舆论引导平台、更加及时的回应关切和便民服务平台</p>

序号	政策名称	颁布日期	文件编号	内容概要
7	山东省“互联网+文化产业”行动方案	2016年2月	鲁政办发(2016)4号	依托“山东24小时”等现有客户端,打造移动互联网智慧山东公共云平台、山东智慧养老文化服务云平台、移动互联网综合服务云平台、公益广告服务平台、户外广告监测综合服务平台。支持文化企业加强与知名电商、门户网站、搜索引擎等合作,积极拓展经营范围,开展多层次、多样化、多领域的展示交易活动;鼓励文化电子商务企业创建自主品牌,建设网上商城,实施品牌化、规模化经营。加强与BAT(百度、阿里巴巴、腾讯)的合作,加快建设“淘宝山东特色馆”,推动特色文化产品集中上网交易。进一步扶持“山东手机报”“山东24小时”手机客户端,构建全省移动互联网主流媒体传播平台和产业运营主体
8	国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要	2016年3月	/	加强主流媒体建设,提高舆论引导水平,增强传播力公信力影响力。以先进技术为支撑、内容建设为根本,推动传统媒体和新兴媒体在内容、渠道、平台、经营、管理等方面深度融合,建设“内容+平台+终端”的新型传播体系,打造一批新型主流媒体和传播载体。优化媒体结构,规范传播秩序

9	山东省国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要	2016年3月	鲁政发(2016)5号	完善公共文化服务体系。加快公共文化数字化建设,实施山东公共文化服务云项目,搭建网络公共文化服务平台。加大政府购买服务力度,鼓励社会力量、社会资本提供公共文化服务。加快发展一批国有或国有控股大型文化企业或企业集团,支持改制上市,成为发展产业和繁荣市场的主导力量
10	山东省人民政府关于印发山东省“互联网+”行动计划(2016-2018年)的通知	2016年6月	鲁政发(2016)14号	基本实现社会公共服务事项互联网业务全覆盖,社会治理和公共服务水平显著提升。到2018年,建成全省统一的政府网站技术平台,政务信息网上公开率达到95%以上,80%以上的行政许可通过网上办理,山东政务服务网实现省市县三级互联互通,跨部门政务信息资源共享率达到90%以上。
11	广告产业发展第十三个五年规划	2016年7月	工商广字(2016)132号	提出实现扩大产业规模、增强创新能力、提升社会效益、深化行业改革和优化发展环境五大目标,重点任务为提升广告企业服务能力、进一步优化产业结构、促进广告产业创新、推进广告产业融合发展、提升广告产业国际化水平、完善公益广告发展体系、建设广告业公关服务体系、发展广告研究和教育培训、促进广告市场秩序继续好转和推进行业组

序号	政策名称	颁布日期	文件编号	内容概要
				织改革发展。
12	关于加快推进“互联网+政务服务”工作的指导意见	2016年9月	国发(2016)55号	推进“互联网+政务服务”,是贯彻落实党中央、国务院决策部署,把简政放权、放管结合、优化服务改革推向纵深的关键环节,对加快转变政府职能,提高政府服务效率和透明度,便利群众办事创业,进一步激发市场活力和社会创造力具有重要意义。
13	国家“十三五”时期文化发展改革规划纲要	2017年5月	/	加大供给侧结构性改革力度,增强文化产品和服务有效供给。深化公益性文化事业单位改革,强化社会服务功能。推动国有文化企业加快完善文化生产经营机制,提高市场开发和营销能力。引导非公有资本有序进入、规范经营,鼓励社会各方面参与文化创意。科学区分文化建设项目类型,可以产业化、市场化方式运作的以产业化、市场化方式运作。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/666235054123010134>