

# 《大视频时代》

## 图书基本信息

书名：《大视频时代》

13位ISBN编号：9787516205885

出版时间：2014-10

作者：张海潮,郑维东,等

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)

# 《大视频时代》

## 内容概要

《大视频时代》是一本全面研究解读我国视频产业最新现状与发展趋势的综合性研究专著。全书分为七大部分，内容涵盖视频媒体生态概览、电视媒体市场年度观察、网络视频市场年度观察、移动视频市场年度观察、户外视频市场年度观察、视频节目跨平台传播的价值评估、对目前视频产业发展的分析等。

本书立足本土、放眼全球，由数十位传媒专家倾力打造，集时效性、权威性与可读性于一体。既有很强的实战参考价值，又有众多独到的观察见解和深度的思考分析，是一部全面了解中国视频产业发展的最新实务研究大全。对于我国从事视频生产、经营、投资、管理、教学科研机构人员、相关专业在校学生乃至对视频行业有兴趣的读者来说，本书是一本有重要参考价值的高品质读物。

# 《大视频时代》

## 作者简介

张海潮，中国国际电视总公司副总裁、博士、高级编辑、中国传媒大学兼职教授。张海潮先生有丰富的节目制作和媒介管理、媒介经营经历。在节目制作方面，是获得国家特等奖的大型系列专题片《共和国之恋》的总导演；《东方时空、焦点时刻》、《焦点访谈》的第一任制片人；《第一次伊拉克战争大型直播报道》和《长江三峡大江截流48小时直播报道》的总导演；作者还参与创办《幸运52》栏目，组织过大量电视剧的生产，如《我这一辈子》、《粉红女郎》等，目前是《同一首歌》和动画片生产的负责人。在书籍方面，2005年5月推出著作《眼球为王》，该书既具理论高度、国际视野，又在实际的操作层面具有较强的实用价值，获得了广大读者的喜爱。

郑维东，清华大学MBA，欧洲市场调查协会（ESOMA）会员，中国市场调查协会（MRAC）会员单位成员，央视-索福瑞媒介研究有限公司副总经理。近年来一直致力于市场调查方法和数据分析技术的研究与应用。接受过由美国密西根大学和北京大学联合举办的调查抽样技术与数据处理方法专门培训。先后在国家体改委社会调查系统和中国央视-索福瑞媒介研究有限公司总经理助理从事研究和管理工

作。曾组织实施数十项民意调查和市场调查项目。所参与完成的市场调查项目涉及家电、电信、计算机、传媒、证券、工业用品、日用消费品等领域。近年来一直致力于市场调查方法和数据分析技术的研究与应用，并已在中国市场调查协会会刊《市场调查》上发表了《抽样调查质量控制系统》、《如何设计一个好的全国性抽样》等数篇研究论文。

## 书籍目录

### 目录

#### 第一章 中国视频媒体生态大观

##### 一、视频媒体市场大数据洞察

###### (一) 统计数据

1. 用户数量
2. 年龄与学历
3. 播出与收视
4. 时间与场所
5. 投入与产出

###### (二) 市场观察

1. 至少近21亿视频媒体复合用户令国人视频消费量至少爆炸性增长50%—70%

逐渐进入以视觉为主要传播方式的社会

海量视频消费已成为新的全民生活方式

2. 视频新媒体用户近7亿，年增长1.68亿

年轻、受过高等教育人群为消费主体

3. 工作日电视与网络+移动视频收视时间相等

节假日网络+移动视频收视时间比电视多1.5小时

收视高峰均为20:00-21:00，主要收看场所均在家里

4. 娱乐是网络、移动视频用户首要需求

电视媒体是视频新闻传播第一平台

5. 获取新闻与服务资讯是公交、地铁电视用户主要诉求

6. 电视新闻节目人均收视增长最多

综艺节目资源使用率最好

电视剧收视发动机地位不可撼动

7. “高概念”真人秀引领综艺节目市场

综艺娱乐晚会仍有广泛用户

民营制作公司话语权增强

8. 电视广告蛋糕最大，增速放缓

在线视频广告不足百亿，增长迅速

网络广告几近追平电视广告

9. 电影市场持续高企，加速融合新媒体

国际市场是新的蓝海

10. 多元经营、产业化发展成为趋势

##### 二、渠道革命引发产业生态巨变

###### (一) 绕不开的麦克卢汉——媒介即讯息

###### (二) 致敬乔布斯——重新发明手机

###### (三) OTT TV——无处不视频

1. 随时随地

2. 我看我选

# 《大视频时代》

## 精彩短评

- 1、全面，數據有點亂
- 2、非常无效的阅读体验。算是2013年的产业报告，全面但不深入。

## 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:[www.tushu000.com](http://www.tushu000.com)