

2016-2022年中国传媒市场 研究与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国传媒市场研究与发展趋势研究报告》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.abaogao.com/b/chuanmei/4410439F75.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

前言

传媒，就是传播各种信息的媒体。传播媒体或称“传媒”、“媒体”或“媒介”，指传播信息资讯的载体，即信息传播过程中从传播者到接收者之间携带和传递信息的一切形式的物质工具。准确及时全面数据发现和传播；实验工具；调查手段。

传播媒体可以是私人机构，也可以是官方机构。传播管道有纸类（新闻纸，杂志）、声类（电台广播）、视频（电视、电影）还有现代的网络类（电脑视频）。1943年美国图书馆协会的《战后公共图书馆的准则》一书中首次使用其作为术语，已成为各种传播工具的总称。

本传媒行业研究报告共八章是智研数据中心咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。传媒行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了传媒行业市场潜在需求与市场机会，报告对传媒行业做了重点企业经营状况分析，并分析了传媒行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第1章：传媒产业定义及发展环境分析19

1.1传媒产业定义19

1.1.1传媒产业定义19

1.1.2传媒产业在国民经济中的地位分析19

1.2传媒产业政策环境分析20

1.2.1传媒产业管理体制20

(1) 主管部门20

- (2) 监管体制22
- 1.2.2传媒产业主要政策及法律法规24
 - (1) 《新闻出版业“十二五”时期发展规划》 24
 - (2) 文化业入选《产业结构调整指导目录(2013年本)》鼓励类25
 - (3) 《“十二五”时期文化产业倍增计划》 26
 - (4) 有线电视网络行业相关政策27
- 1.2.3传媒产业体制改革进展分析28
 - (1) 报刊体制改革进展28
 - (2) 图书出版发行体制改革进展29
 - (3) 广播电视体制改革进展30
 - (4) 音像出版业体制改革进展31
 - (5) 电影体制改革进展32
- 1.3传媒产业经济环境分析34
 - 1.3.1国际宏观经济环境分析34
 - (1) 国际宏观环境发展现状34
 - (2) 国际宏观经济发展预测36
 - 1.3.2国内宏观经济环境分析38
 - (1) 国内宏观经济发展现状38
 - (2) 国内宏观经济发展预测43
- 1.4传媒产业社会环境分析44
 - 1.4.1舆论多元化44
 - 1.4.2公民展开新闻运动44
 - 1.4.3传媒市场“碎片化”45
 - 1.4.4社群圈子形成45
 - 1.4.5判据感性化46

第2章：国内外传媒产业发展现状及趋势分析47

2.1国外传媒产业发展现状及趋势分析47

2.1.1全球传媒产业发展现状分析47

- (1) 全球传媒产业发展概况47
- (2) 全球传媒产业发展特征47

2.1.2美国传媒产业发展状况52

- (1) 美国传媒产业总体概况52
- (2) 美国传统媒体产业发展状况52
- (3) 美国新媒体产业发展状况56
- 2.1.3英国传媒产业发展状况58
 - (1) 英国传媒产业总体概况58
 - (2) 英国传统媒体产业发展状况61
 - (3) 英国新媒体产业发展状况66
- 2.1.4日本传媒产业发展状况71
 - (1) 日本传媒产业总体概况71
 - (2) 日本传统媒体产业发展状况72
 - (3) 日本新媒体产业发展状况79
- 2.1.5全球传媒产业发展趋势分析81
- 2.2国内传媒产业发展现状及趋势分析83
 - 2.2.1国内传媒产业发展总体概况83
 - (1) 总产值及增长情况83
 - (2) 细分市场规模及增长情况84
 - (3) 市场结构84
 - (4) 产业形态85
 - 2.2.2国内传媒产业发展现状分析87
 - (1) 传统媒体产业发展现状分析87
 - (2) 新媒体产业发展现状分析92
 - 2.2.3国内传媒产业发展趋势分析95

第3章：传统媒体产业发展现状及趋势分析98

- 3.1报纸产业发展现状及趋势分析98
 - 3.1.1报纸产业发展规模分析98
 - (1) 报纸产业总体规模分析98
 - (2) 报纸出版发行规模分析98
 - 1) 报纸出版种数及其比例结构情况98
 - 2) 报纸总印数及其比例结构情况99
 - 3) 世界付费日报发行量前100名中的中国报纸情况100
 - (3) 报纸广告规模分析101

- 1) 报纸广告增长情况101
- 2) 报纸广告主要行业贡献率103
- 3.1.2报纸发行市场竞争分析104
 - (1) 报纸发行市场概况104
 - 1) 报纸发行市场格局104
 - 2) 各类报纸市场份额变化情况105
 - 3) 各类报纸各类城市竞争格局106
 - (2) 都市类报纸区域竞争格局分析107
 - 1) 华北地区报纸竞争格局分析107
 - 2) 华东地区报纸竞争格局分析108
 - 3) 华南地区报纸竞争格局分析109
 - 4) 华中地区报纸竞争格局分析110
 - 5) 华西地区报纸竞争格局分析111
 - (3) 其他类别报纸市场竞争格局分析112
 - 1) 时政类报纸市场竞争格局分析112
 - 2) 生活服务类周刊市场竞争格局分析113
 - 3) 财经类报纸市场竞争格局分析113
 - 4) it类报纸市场竞争格局分析114
- 3.1.3报纸广告市场运行分析114
 - (1) 报纸广告市场概况114
 - (2) 报纸广告市场结构分析115
 - 1) 报纸广告资源结构变化分析115
 - 2) 房地产报纸广告116
 - 3) 汽车报纸广告117
 - 4) 商业零售报纸广告117
 - 5) 娱乐及休闲业报纸广告118
 - (3) 传媒环境变化对报业的影响分析119
- 3.1.4报业集团上市情况120
- 3.1.5报纸产业发展趋势分析121
- 3.2图书产业发展现状及趋势分析122
 - 3.2.1图书产业发展规模分析122
 - (1) 图书出版社数量122

(2) 图书发行网点数量与出版发行业从业人数123

(3) 图书出版及销售情况124

(4) 图书进出口与版权引进输出情况124

3.2.22014年图书出版产业政策解析125

3.2.32014年图书出版产业进展分析127

(1) 主题出版127

(2) 数字化转型127

3.2.42014年图书出版产业资本运作分析128

3.2.5图书出版产业发展趋势分析129

3.3期刊产业发展现状及趋势分析129

3.3.1期刊产业发展规模分析129

(1) 期刊出版规模130

(2) 期刊类群结构130

(3) 期刊销售和广告规模130

3.3.2期刊发行市场竞争格局分析131

(1) 期刊市场概况131

1) 主流期刊媒体持续走强131

2) 主流期刊媒体向二三线城市扩张132

(2) 时尚类期刊竞争格局分析133

1) 女性高码洋时尚类期刊竞争格局分析133

2) 女性综合时尚类期刊竞争格局分析134

3) 男性时尚类期刊竞争格局分析136

(3) 汽车类期刊竞争格局分析138

(4) 财经类期刊竞争格局分析139

(5) 家居类期刊竞争格局分析139

3.3.3期刊产业发展趋势分析141

3.4广播音像产业发展现状及趋势分析141

3.4.1广播产业发展现状分析141

(1) 广播产业发展规模142

(2) 广播产业受众市场分析142

(3) 广播广告经营分析143

(4) 广播产业发展特点143

- 1) 广播产业进一步升级143
- 2) 窄播化更加明显144
- 3) 广播与新媒体融合发展145
- 3.4.2音像产业发展现状分析146
 - (1) 音像产业发展规模146
 - (2) 不同类别音像载体出版情况146
- 1) 音像制品出版情况146
- 2) 电子出版物出版情况147
 - (3) 音像产业进出口分析147
- 3.4.3广播收听市场分析147
 - (1) 广播听众规模147
 - (2) 城市广播听众特征148
 - (3) 听众的收听行为分析148
 - (4) 听众的收听需求分析150
- 3.4.4广播市场竞争格局分析151
 - (1) 总体市场竞争格局151
 - (2) 区域市场竞争格局153
 - (3) 各类频率竞争格局153
- 3.4.5广播产业融媒体转型分析154
 - (1) 融合背景下广播生态分析154
 - (2) 国家电台融媒体转型案例分析155
- 3.4.6广播产业发展趋势分析157
- 3.5电视产业发展现状及趋势分析159
- 3.5.1电视产业发展现状分析159
 - (1) 电视产业基础159
 - (2) ***制播情况163
 - (3) 电视产业规模164
- 3.5.2电视市场收视特征与竞争趋势分析165
 - (1) 收视总量及其分布特征165
- 1) 收视量的变化趋势165
- 2) 收视量的观众特征166
- 3) 收视量的频道分布167

- 4) 收视量的时段分布167
- 5) 收视量的周天特征167
 - (2) 各级频道竞争现状及变化特征168
- 1) 整体竞争格局168
- 2) 时段收视表现169
- 3) 频道竞争力差异169
- 4) 受众市场竞争表现171
 - (3) 各级频道主要节目类型特征和受众收视特点172
- 1) 各节目类型播出与收视量172
- 2) 细分受众群体的节目类型收视特点174
- 3.5.3***发展特点及趋势分析176
 - (1) ***定义及分类176
 - (2) ***与传统电视的区别176
 - (3) ***发展特点及趋势分析179
- 1) 网络视频呈现“长视频”和“微视频”两种发展方向179
- 2) 网络视频媒体开始具有“新闻媒体”资质180
- 3) 视频网站的广告营销方式更加侧重于技术性创新180
- 4) 高清是网络视频行业形成新的增长点的技术关键181
- 5) 3g手机媒体将成为视频网络的延伸战场182
- 6) 资本运作对网络视频媒体竞争格局的影响183
- 3.5.4电视产业发展趋势分析183
- 3.6电影产业发展现状及趋势分析185
 - 3.6.1电影产业发展规模分析185
 - (1) 电影基础设施规模185
 - (2) 电影产量规模186
 - (3) 电影收入规模187
 - 1) 电影观众规模187
 - 2) 电影产业收入规模187
 - 3) 电影市场主要收入规模188
 - 4) 电影票房收入规模189
 - 3.6.2电影产业格局分析190
 - (1) 资本进入电影产业，电影产业进入资本市场190

(2) 上市企业股市表现低迷，企业谋求多元发展191

(3) 广播电视行业与电影牵手联姻192

(4) 互联网公司进军电影产业193

3.6.3电影生产发展特征分析193

(1) 优质企业产品优势更趋明显193

(2) 中小成本影片形态多样194

(3) 合拍片凸显市场竞争优势194

(4) 国产3d紧急起步194

(5) 国产动画电影迎来发展高潮195

3.6.4电影市场发展特征分析195

(1) 中小城市进入主流影院市场196

(2) 院线竞争格局基本稳定196

(3) 全年电影市场持续高温197

(4) 影院促销手段多元化197

(5) 农村放映工程全面实施197

(6) 国际交流活动频繁198

(7) 海外票房有所下降198

(8) 国产动画等待春天的到来198

3.6.53d电影发展分析199

(1) 3d电影票房分析199

(2) 3d电影发展契机199

(3) 3d技术亟待强化“融合性”200

(4) 3d电影发展中存在的问题201

(5) 3d电影产业的发展路径203

3.6.6电影产业发展趋势分析204

第4章：新媒体产业发展现状及趋势分析206

4.1传统媒体数字化发展现状及趋势分析206

4.1.1数字报纸发展分析206

(1) 数字报纸发展规模分析206

(2) 报业数字化转型分析207

(3) 3d报纸发展分析207

- (4) 数字报纸发展趋势分析208
- 4.1.2数字图书发展分析210
 - (1) 数字图书发展现状210
 - (2) 数字图书技术分析211
 - (3) 数字图书应用模式212
 - (4) 数字图书制作来源及前景分析213
 - (5) 电子书市场主流经营模式及终端竞争格局分析215
- 4.1.3数字期刊发展分析217
 - (1) 数字期刊发展现状分析217
 - 1) 传统期刊网络出版内容规模分析217
 - 2) 多媒体数字期刊出版分析218
 - 3) 数字期刊经营状况分析219
 - 4) 数字期刊出版商发展成效分析219
 - (2) 纸质期刊的数字化转型分析223
 - 1) 纸质期刊数字化转型的原因223
 - 2) 数字期刊对传统出版业和相关产业的影响225
 - 3) 数字期刊新的盈利模式225
 - (3) 数字期刊的发展趋势分析226
- 4.1.4数字广播/音像发展分析227
 - (1) 数字广播/音像发展现状分析227
 - (2) 数字广播/音像发展趋势分析228
- 4.1.5数字电视发展分析229
 - (1) 数字电视用户规模229
 - (2) 数字电视市场结构229
 - (3) 有线数字电视发展分析230
 - (4) 数字电视发展趋势分析231
- 4.1.6数字电影发展分析232
 - (1) 数字电影发展现状分析232
 - (2) 数字电影发展趋势分析234
- 4.2互联网传媒产业发展现状及趋势分析235
 - 4.2.1互联网发展规模分析235
 - (1) 互联网网民规模235

- (2) 互联网资源规模236
- 4.2.2互联网经济发展分析241
 - (1) 网络经济规模241
 - (2) 网络应用结构242
 - (3) 网络经济细分市场发展分析243
 - 1) 电子商务市场发展分析243
 - 2) 网络广告市场发展分析244
 - 3) 网络游戏市场发展分析246
- 4.2.3互联网传媒产业发展分析248
 - (1) 互联网传媒产业基本状况248
 - (2) 互联网传媒产业细分市场情况248
 - 1) 新闻网站249
 - 2) 网络视频249
 - 3) 搜索引擎251
 - 4) 即时通信252
 - 5) 网络社区253
 - 6) 微博254
 - 7) 邮件列表255
 - 8) 数字音乐255
- 4.2.4互联网传媒产业主要变化分析256
 - (1) 国家政策变化256
 - (2) 技术和新产业业态变化256
 - (3) 融资变化256
 - (4) 重大事件257
- 4.2.5互联网传媒产业发展趋势分析258
- 4.3移动媒体产业发展现状及趋势分析260
 - 4.3.1移动媒体基础资源发展情况260
 - (1) 用户规模260
 - (2) 移动终端260
 - (3) 移动网络建设262
 - 4.3.2移动媒体产品与服务发展情况263
 - (1) 用户使用情况263

- (2) 市场规模情况265
- 4.3.3手机媒体发展分析266
 - (1) 手机媒体发展概况266
 - 1) 移动通信的发展266
 - 2) 移动增值业务的发展267
 - (2) 手机媒体各项业务发展情况268
 - 1) 手机音乐业务268
 - 2) 手机报业务268
 - 3) 手机阅读业务269
 - 4) 手机游戏业务269
 - 5) 手机视频业务271
 - 6) 手机动漫业务271
 - (3) 手机媒体发展面临的机遇与挑战272
- 4.3.4户外媒体发展分析273
 - (1) 户外媒体发展概况273
 - (2) 户外媒体市场分析273
 - 1) 公交移动电视273
 - 2) 商业楼宇电视276
 - 3) 列车车站电视277
 - (3) 户外媒体发展趋势278
- 4.3.5移动互联网发展热点解析279
 - (1) 3g发展279
 - (2) ipad发展280
 - (3) 应用 (application) 发展281
 - (4) 微博与lbs发展282
 - (5) 手机游戏与移动支付发展284

第5章：新媒体与传统媒体融合及全媒体发展分析286

5.1新媒体与传统媒体的融合发展分析286

5.1.1新媒体与传统媒体融合的必然性分析286

- (1) 新媒体的优越性和局限性286
- (2) 传统媒体的不可替代性287

- (3) 传统媒体与新媒体的融合与发展287
- 5.1.2美国传统媒体与新媒体融合的几种方式288
 - (1) 实时提供实用信息288
 - (2) 内容多次开发利用288
 - (3) 大量运用社交媒体288
 - (4) 数据可视化, 互动个性化289
 - (5) 积极拓展流媒体空间289
- 5.1.3电视媒体与网络媒体融合发展现状分析290
 - (1) 取长补短之融合——电视媒体与网络媒体290
 - (2) 电视媒体与网络媒体融合发展情况291
 - (3) 电视媒体与网络媒体在融合过程中存在问题分析291
 - (4) 电视媒体融合网络媒体的具体对策292
- 5.1.4传统媒体与新媒体融合发展趋势分析295
 - (1) 新媒体体系逐渐成型295
 - (2) 传统媒体积极转型296
 - (3) 传统媒体与新兴媒体优势互补形成新型媒体296
- 5.2全媒体发展分析297
 - 5.2.1全媒体战略提出的背景297
 - 5.2.2全媒体概念解析298
 - (1) 全媒体概念298
 - (2) 全媒体与新媒体的区别298
 - 5.2.3传统媒体选择全媒体战略的现实基础299
 - 5.2.4传统媒体实施全媒体战略的关键点300
 - 5.2.5全媒体战略风险分析301
 - (1) 全媒体易导致内容同质化301
 - (2) 全媒体对竞争力的消解301
 - (3) 全媒体导致的磨合风险301
 - (4) “全”媒体记者与“专”媒体的矛盾302
 - 5.2.6全媒体发展现状分析303
 - (1) 主要的全媒体发展模式303
 - (2) 全媒体实践分析304
 - 5.2.7全媒体的发展和内容管理面临的新挑战305

- (1) 全媒体平台建设方面的主要问题305
- (2) 全媒体品牌建设方面的主要问题305
- (3) 全媒体内容管理方面的主要问题306
- (4) 全媒体发展和管理的对策建议307
- 5.2.8全媒体发展趋势分析308
- 5.3北京电视台网络春晚个案分析309
 - 5.3.1北京电视台网络春晚举办概况309
 - 5.3.2北京电视台网络春晚诞生背景310
 - (1) 面对观众流失, 谋求观众回归新途径310
 - (2) 视频业务崛起, 构建全民同乐新思路310
 - (3) 三网融合, 推动三屏联动新突破311
 - 5.3.3北京电视台网络春晚运作情况311
 - (1) 三大平台通力合作312
 - (2) 各方高手加盟策划312
 - (3) 过亿网民点将支招313
 - 5.3.4北京电视台网络春晚差异定位313
 - (1) 全民参与, 草根登上舞台313
 - (2) 风格活泼, 吸引年轻受众314
 - 5.3.5首届网络互动春晚的影响和启示314
 - (1) 需求就是硬道理314
 - (2) 融合创造机会315
 - (3) 内容为王, 渠道制胜315
- 5.4盛大集团从游戏门户向全媒体转型个案分析315
 - 5.4.1盛大转型的基本历程315
 - (1) 盛大的总体情况315
 - (2) 盛大的转型历程316
 - 5.4.2盛大现阶段的业务布局317
 - (1) 盛大在线317
 - (2) 盛大游戏317
 - (3) 盛大文学317
 - (4) 盛大互动游戏业务——云游天地318
 - (5) 盛大无限娱乐业务——华友世纪319

- (6) 盛大音乐319
- (7) 盛大影视业务——华影盛世320
- (8) 盛大互联网视频业务——酷6网320
- 5.4.3盛大成功转型的启示320
 - (1) 强化核心竞争力，打通健康产业链320
 - (2) 通过资本运作，整合产业链资源321
 - (3) 成立创新院，引领企业发展322
- 5.5华视整合车载移动电视广告资源个案分析322
 - 5.5.1华视传媒车载移动电视广告联播网的发展历程322
 - (1) 复制成功模式，布局全国公交移动电视广告市场322
 - (2) 借力资本市场，贯通地铁与公交移动电视广告市场323
 - 5.5.2车载移动电视的传播价值分析324
 - (1) 户外实时移动324
 - (2) 提供精短信息324
 - (3) 受众人群稳定325
 - (4) 社会影响广泛325
 - 5.5.3华视传媒的广告价值分析326
 - (1) 可实施广告监播326
 - (2) 广告传播千人成本低326
 - (3) 与传统电视广告存在良好的互补性327
 - 5.5.4城镇化与公交优先战略为车载移动电视带来新机遇328
- 第6章：三网融合利益格局及进展分析330
 - 6.1三网融合概述330
 - 6.1.1三网融合定义及涉及领域330
 - 6.1.2三网融合包含四要素分析330
 - 6.1.3发展三网融合的积极性意义330
 - 6.2三网融合利益格局分析331
 - 6.2.1三网融合产业链利益竞争关系331
 - 6.2.2三网融合受益方分析333
 - (1) 设备提供商在融合前期受益333
 - (2) 有线运营商与内容制作商长远受益334
 - 6.2.3三网融合产业链投资机会分析335

- (1) 设备提供商335
- (2) 网络服务商336
- (3) 服务及内容提供商337
- 6.3三网融合影响分析338
 - 6.3.1三网融合对广电网的影响338
 - (1) 广电网未来发展思路338
 - (2) 三网融合下广电网swot分析339
 - (3) 三网融合对广电网的影响344
 - 6.3.2三网融合对电信网的影响344
 - (1) 电信运营业务现状分析344
 - (2) 电信三网融合业务开展情况346
 - (3) 三网融合下电信网swot分析346
 - 6.3.3三网融合对互联网的影响348
 - (1) 三网融合下互联网的地位348
 - (2) 三网融合下互联网的创新发展349
- 6.42014年以来三网融合进展分析351
 - 6.4.1运营商加大投资力度351
 - 6.4.2三网融合用户数量取得突破351
 - 6.4.3各地区三网融合制定试点与实施方案352
- 6.5三网融合未来展望354
 - 6.5.1三网融合发展障碍分析354
 - (1) 体制障碍354
 - (2) 监管体制障碍354
 - (3) 技术挑战354
 - 6.5.2三网融合发展建议355
 - (1) 设立第三方监管机构355
 - (2) 完善产业标准与法规356
 - (3) 形成合作竞争机制356
 - (4) 打造良好的生态系统357
 - 6.5.3三网融合未来展望357
 - (1) 长远前景357
 - (2) 2014年发展前景358

第7章：传媒产业领先企业经营分析360

7.1传统媒体产业领先企业经营分析360

7.1.1北青传媒股份有限公司经营情况分析360

(1) 企业发展规模分析360

(2) 企业主营业务分析360

(3) 企业运营情况分析360

1) 企业主要经济指标分析360

2) 企业盈利能力分析361

3) 企业运营能力分析361

4) 企业偿债能力分析362

5) 企业发展能力分析362

(4) 企业经营优劣势分析363

(5) 企业发展战略分析363

7.1.2北京赛迪传媒投资股份有限公司经营情况分析364

(1) 企业发展规模分析364

(2) 企业主营业务分析365

(3) 企业运营情况分析365

1) 企业主要经济指标分析365

2) 企业盈利能力分析366

3) 企业运营能力分析366

4) 企业偿债能力分析367

5) 企业发展能力分析367

(4) 企业经营优劣势分析368

(5) 企业发展战略分析368

7.1.3华闻传媒投资集团股份有限公司经营情况分析368

(1) 企业发展规模分析368

(2) 企业主营业务分析369

(3) 企业运营情况分析369

1) 企业主要经济指标分析369

2) 企业盈利能力分析370

3) 企业运营能力分析370

- 4) 企业偿债能力分析371
- 5) 企业发展能力分析371
 - (4) 企业经营优劣势分析372
 - (5) 企业发展战略分析372
- 7.1.4广东广州日报传媒股份有限公司经营情况分析373
 - (1) 企业发展规模分析373
 - (2) 企业主营业务分析374
 - (3) 企业运营情况分析374
 - 1) 企业主要经济指标分析374
 - 2) 企业盈利能力分析375
 - 3) 企业运营能力分析375
 - 4) 企业偿债能力分析376
 - 5) 企业发展能力分析376
 - (4) 企业经营优劣势分析377
 - (5) 企业发展战略分析377
- 7.1.5上海新华传媒股份有限公司经营情况分析378
 - (1) 企业发展规模分析378
 - (2) 企业主营业务分析379
 - (3) 企业运营情况分析379
 - 1) 企业主要经济指标分析379
 - 2) 企业盈利能力分析379
 - 3) 企业运营能力分析380
 - 4) 企业偿债能力分析380
 - 5) 企业发展能力分析381
 - (4) 企业经营优劣势分析381
 - (5) 企业发展战略分析382
- 7.2新媒体产业领先企业经营分析483
- 7.2.1华视传媒集团有限公司经营情况分析483
 - (1) 企业发展规模分析483
 - (2) 企业主营业务分析484
 - (3) 企业运营情况分析484
 - 1) 利润分析484

- 2) 资产负债分析484
- 3) 现金流量分析485
- 4) 主要指标分析485
 - (4) 企业经营优劣势分析486
 - (5) 企业发展战略分析486
 - (6) 企业最新发展动向486
- 7.2.2上海东方明珠(集团)股份有限公司经营情况分析487
 - (1) 企业发展规模分析487
 - (2) 企业主营业务分析488
 - (3) 企业运营情况分析489
 - 1) 主要经济指标分析489
 - 2) 企业盈利能力分析490
 - 3) 企业运营能力分析490
 - 4) 企业偿债能力分析491
 - 5) 企业发展能力分析491
 - (4) 企业经营优劣势分析492
 - (5) 企业发展战略分析492
 - (6) 企业最新发展动向492
- 7.2.3tom集团有限公司经营情况分析493
 - (1) 企业发展规模分析493
 - (2) 企业主营业务分析494
 - (3) 企业运营情况分析495
 - 1) 企业主要经济指标分析495
 - 2) 企业盈利能力分析495
 - 3) 企业运营能力分析496
 - 4) 企业偿债能力分析496
 - 5) 企业发展能力分析497
 - (4) 企业经营优劣势分析497
 - (5) 企业发展战略分析497
 - (6) 企业最新发展动向498
- 7.2.4分众传媒控股有限公司经营情况分析498
 - (1) 企业发展规模分析498

- (2) 企业主营业务分析499
- (3) 企业运营情况分析499
- 1) 利润分析499
- 2) 资产负债分析499
- 3) 现金流量分析500
- 4) 主要指标分析500
- (4) 企业经营优劣势分析501
- (5) 企业发展战略分析501
- (6) 企业最新发展动向502
- 7.2.5北京航美传媒广告有限公司经营情况分析502
- (1) 企业发展规模分析502
- (2) 企业主营业务分析503
- (3) 企业运营情况分析503
- 1) 利润分析503
- 2) 资产负债分析505
- 3) 现金流量分析505
- 4) 主要指标分析506
- (4) 企业经营优劣势分析506
- (5) 企业发展战略分析507
- (6) 企业最新发展动向508

第8章：传媒产业投融资现状分析及建议562

8.1传媒产业投资特性分析562

8.1.1传媒产业进入壁垒分析562

- (1) 规模经济壁垒562
- (2) 产品差异化壁垒563
- (3) 资源壁垒563
- (4) 资金壁垒564

8.1.2传媒产业盈利因素分析565

- (1) 决策型人才因素565
- (2) 产业价值链因素565
- (3) 创意因素565

- 8.1.3传媒产业盈利模式分析566
 - (1) 广播电视盈利模式566
 - (2) 新媒体盈利模式567
 - (3) 出版类传媒盈利模式568
- 8.2传媒产业投融资现状分析569
 - 8.2.1传媒产业投融资环境变化569
 - (1) 信贷环境变化570
 - (2) 金融支持政策572
 - 8.2.2传媒新股投融资概况573
 - 8.2.3传媒上市企业概况574
 - (1) 传媒上市企业总市值概况574
 - (2) 传媒上市企业运营概况575
 - (3) 传媒上市企业盈利概况576
 - 8.2.4传媒企业上市潮解读577
- 8.3传媒产业投资建议577
 - 8.3.1传媒产业投资机会分析577
 - (1) 影视产业投资机会578
 - (2) 新媒体面临发展机遇578
 - (3) 整合与数字化利好出版业578
 - 8.3.2传媒产业投资风险分析579
 - (1) 政策管制风险579
 - (2) 宏观经济波动风险579
 - (3) 关联产业需求变动风险580
 - (4) 传媒企业所有制风险580
 - 8.3.3传媒产业投资建议580
 - (1) 适当加大广告投入580
 - (2) 继续发展影视行业581
 - (3) 争当动漫行业领导者581
 - (4) 加大数字化出版投入581

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/4410439F75.html>