

2008年中国新媒体行业全景投资 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

《2008年中国新媒体行业全景投资研究报告》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/O11651C7HA.html>

报告价格：纸质版：6900元 纸质 + 电子版：7900元

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

[b]2008年中国[b]新媒体[/b]行业全景投资研究报告 内容介绍：[/b]

前言 Foreword

市场现状

2007年初，全球新媒体产业平均增长率已达到 20%，而中国正是最具潜力的新媒体市场之一。随着 IPTV、手机电视、宽带网络电视以及户外媒体的发展，世界媒介市场正在发生深刻的变化。……

市场竞争

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……

市场趋势

未来三到五年内，新媒体将以平均每年百分之十到十五的用户增长率、百分之二十到三十的应用增长率、百分之三十以上的收益增长率发展，挑战与机遇并存，新媒体发展前景广阔……

[b] 上卷[/b]

《2008年中国新媒体行业分析 [b]

2.1 新媒体行业发展概况

2.1.1 全球新媒体产业高速增长

2.1.2 中国新媒体产业发展环境分析

2.1.3 2006年中国新媒体产业营收状况

2.1.4 中国新媒体产业链日渐成熟

2.1.5 中国新媒体运营与赢利模式浅析

2.2 中国新媒体产业受众及需求分析

2.2.1 中国新媒体业目标群体分析

2.2.2 新媒体用户的需求与使用特点发生改变

2.2.3 针对客户需求变化提供新媒体产品

2.2.4 需求演变导致媒体角色产生新变化

2.3 传统媒体与新媒体的竞争与发展

- 2.3.1 新媒体发展是传统媒体变革的必然
- 2.3.2 新兴媒体挑战中国媒体行业综合分析 [b]
- 3.1 移动媒体行业发展概况
 - 3.1.1 移动新媒体的主要特性
 - 3.1.2 移动媒体成2006年增长最快的新媒体产业
 - 3.1.3 媒体移动化是行业发展的趋势
 - 3.1.4 移动媒体创造传媒产业新天地
- 3.2 移动媒体市场分析
 - 3.2.1 中国移动新媒体技术及发展
 - 3.2.2 移动多媒体业务的消费群体分析
 - 3.2.3 移动媒体业发展动力分析
 - 3.2.4 广电与电信的移动多媒体业务竞争
 - 3.2.5 清晰的业务模式促使移动多媒体产业链发展
 - 3.2.6 移动新媒体的商业模式创新解析
- 3.3 移动媒体行业面临的挑战及对策
 - 3.3.1 移动数字内容发展面临的挑战
 - 3.3.2 移动媒体盈利模式过于单一
 - 3.3.3 移动媒体发展遭遇尴尬境地
 - 3.3.4 移动新媒体发展存在误区
- 3.4 移动媒体行业投资前景分析
 - 3.4.1 移动多媒体的五个投资机遇分析
- [b]第四章 移动电视媒体 [b]
- 4.1 移动电视行业发展总体分析
 - 4.1.1 日韩主导世界移动电视市场
 - 4.1.2 世界移动电视市场发展状况
 - 4.1.3 数字移动电视的SWOT分析
 - 4.1.4 移动电视的发展面临的技术、标准挑战
- 4.2 移动电视营运分析
 - 4.2.1 中国移动电视的运营优势分析
 - 4.2.2 移动电视的赢利模式构建
 - 4.2.3 数字移动电视运营模式分析
 - 4.2.4 数字移动电视盈利渠道分析

- 4.2.5 构建移动电视多元化运营模式
 - 4.3 车载电视
 - 4.3.1 移动车载媒体产业蓬勃发展
 - 4.3.2 车载电视创造移动市场新空间
 - 4.3.3 车载电视市场逐渐升温
 - 4.3.4 移动车载电视运营模式分析
 - 4.3.5 车载电视产业发展面临四大问题
 - 4.4 移动电视行业的问题及对策分析
 - 4.4.1 移动电视发展存在不确定性
 - 4.4.2 移动电视发展面临的问题
 - 4.4.3 移动电视发展尚处初级阶段
 - 4.4.4 移动电视商用面临的三大问题
 - 4.4.5 移动电视发展对策分析
 - 4.5 移动电视发展前景预测
 - 4.5.1 世界移动电视市场潜力巨大
 - 4.5.2 中国移动电视发展面临瓶颈
 - 5.5 手机广告
 - 5.5.1 手机媒体广告的特性与优势
 - 5.5.2 中国手机媒体广告发展的五大制约因素
 - 5.6.5 手机媒体发展受制于技术瓶颈
 - 5.6.6 中国手机媒体的良性发展途径探析
- [b]下 卷[/b]
- 《2008年中国新媒体发展综合分析 [b]
- 6.1 中国IPTV发展的主要问题解析
 - 6.3.2 IPTV发展的几个障碍
 - 6.3.3 IPTV面临标准、市场及政策“三重门”
 - 6.3.4 国内IPTV发展存在硬伤
 - 6.3.5 电信运营商发展网络电视的五大障碍
 - 6.3.6 中国IPTV发展遭遇过多政策壁垒
 - 6.4 中国网络电视发展对策分析
 - 6.4.1 中国IPTV业务成功关键发展因素解析
 - 6.4.2 应对IPTV发展瓶颈的策略分析

6.4.3 IPTV共赢需要产业链环节联盟

6.4.4 发展IPTV需要突破思维短板

6.5 中国网络电视发展趋势分析

6.5.1 中国IPTV未来发展趋势预测

6.5.2 中国网络电视发展阶段预测

6.5.4 IPTV四大增值业务发展预测

[b]第七章 其它网络媒体及其业务发展分析 [/b]

7.1 网络视频

7.1.1 网络视频发展概述

7.1.2 中国网络视频进入发展新阶段

7.1.3 网络视频发展面临问题分析

7.1.4 网络视频业的良性发展道路探析

7.2 网络博客

7.2.1 中国博客发展解析

7.2.3 博客发展趋势分析

7.2.4 博客未来发展方向预测

7.3 网络游戏

7.3.1 2006年中国网络游戏行业相关上市公司分析 [/b]

8.1 上海东方明珠（集团）股份有限公司

8.1.1 公司简介

8.1.2 2006年1-12月东方明珠经营状况分析

8.1.3 2007年1-9月东方明珠经营状况分析

8.2 中视传媒股份有限公司

8.2.1 公司简介

8.2.2 2006年1-12月中视传媒经营状况分析

8.2.3 2007年1-9月中视传媒经营状况分析

8.3 成都博瑞传播股份有限公司

8.3.1 公司简介

8.3.2 2006年1-12月博瑞传播经营状况分析

8.3.3 2007年1-9月博瑞传播经营状况分析

8.4 湖南电广传媒股份有限公司

8.4.1 公司简介

8.4.2 2006年1-12月电广传媒经营状况分析

8.4.3 2007年1-9月电广传媒经营状况分析

8.5 北京歌华有线电视网络股份有限公司

8.5.1 公司简介

8.5.2 2006年1-12月歌华有线经营状况分析

8.5.3 2007年1-9月歌华有线经营状况分析

8.6 陕西广电网络传媒股份有限公司

8.6.1 公司简介

8.6.2 2006年1-12月广电网络经营状况分析

8.6.3 2007年1-9月广电网络经营状况分析

[b]第九章 新媒体行业投资前景分析 [/b]

9.1 新媒体行业投资分析

9.1.1 新媒体成传媒行业的投资新热点

9.1.2 数字新媒体产业中的风投热点分析

9.1.3 新媒体产业盈利模式与获得风投的瓶颈解析

9.1.4 新媒体VC投资策略分析

9.2 新媒体行业前景分析

9.2.1 未来新媒体的趋势展望

9.2.2 中国新媒体发展趋势分析

9.2.3 Web2.0新媒体发展趋势解析

[b]附录[/b]

[b]附录一[/b]：互联网信息服务管理办法

[b]附录二[/b]：互联网等信息网络传播视听节目管理办法

[b]附录三[/b]：广电总局关于加强广播电视有线数字付费频道业务申办及开播管理工作的通知

附录四：广电总局关于加强移动数字电视试验管理有关问题的通知

[b]图目录[/b]

图1 媒体成本收益曲线图对比

图2 多普勒效应作用下的火车前部和后面的信号频率差异

图3 不同地区的移动电视标准

图4 2006到2011年中国本土手机出货预测（单位：百万部）

图5 用户使用手机电视的节目类型的选择偏好

图6 2007年第三季度中国IPTV用户数(IPTV用户数市场分析)市场份额

图7 网络电视IPTV的内容及应用示意图

图8 网络电视IPTV产业链示意图

图9 2001-2010年中国网络广告(网络广告市场分析)市场规模及增长率

图10 各省市有线电视数字化平移基本收视费提价方案

图11 中国有线数字电视用户预测

图12 中国IPTV(IPTV市场分析)市场规模预测 (2003-2009F)

图13 中国报章广告及增长变化 (1990-2004)

图14 行业重点上市公司评级与估值指标

[b]表目录[/b]

表1 手机媒体广告SWOT分析

表2 2006年东方明珠获利能力分析

表3 2006年东方明珠经营能力分析

表4 2006年东方明珠偿债能力分析

表5 2006年东方明珠资本结构分析

表6 2006年东方明珠发展能力分析

表7 2006年东方明珠现金流量分析

表8 2007年东方明珠获利能力分析

表9 2007年东方明珠经营能力分析

表10 2007年东方明珠偿债能力分析

表11 2007年东方明珠资本结构分析

表12 2007年东方明珠发展能力分析

表13 2007年东方明珠现金流量分析

表14 2006年中视传媒获利能力分析

表15 2006年中视传媒经营能力分析

表16 2006年中视传媒偿债能力分析

表17 2006年中视传媒资本结构分析

表18 2006年中视传媒发展能力分析

表19 2006年中视传媒现金流量分析

表20 2007年中视传媒获利能力分析

表21 2007年中视传媒经营能力分析

表22 2007年中视传媒偿债能力分析

表23 2007年中视传媒资本结构分析
表24 2007年中视传媒发展能力分析
表25 2007年中视传媒现金流量分析
表26 2006年博瑞传播获利能力分析
表27 2006年博瑞传播经营能力分析
表28 2006年博瑞传播偿债能力分析
表29 2006年博瑞传播资本结构分析
表30 2006年博瑞传播发展能力分析
表31 2006年博瑞传播现金流量分析
表32 2007年博瑞传媒获利能力分析
表33 2007年博瑞传媒经营能力分析
表34 2007年博瑞传媒偿债能力分析
表35 2007年博瑞传媒资本结构分析
表36 2007年博瑞传媒发展能力分析
表37 2007年博瑞传媒现金流量分析
表38 2006年电广传媒获利能力分析
表39 2006年电广传媒经营能力分析
表40 2006年电广传媒偿债能力分析
表41 2006年电广传媒资本结构分析
表42 2006年电广传媒发展能力分析
表43 2006年电广传媒现金流量分析
表44 2007年电广传媒获利能力分析
表45 2007年电广传媒经营能力分析
表46 2007年电广传媒偿债能力分析
表47 2007年电广传媒资本结构分析
表48 2007年电广传媒发展能力分析
表49 2007年电广传媒现金流量分析
表50 2006年歌华有线获利能力分析
表51 2006年歌华有线经营能力分析
表52 2006年歌华有线偿债能力分析
表53 2006年歌华有线资本结构分析
表54 2006年歌华有线发展能力分析

表55 2007年歌华有线获利能力分析

表56 2007年歌华有线经营能力分析

表57 2007年歌华有线资本结构分析

表58 2007年歌华有线发展能力分析

表59 2006年广电网络获利能力分析

表60 2006年广电网络经营能力分析

表61 2006年广电网络偿债能力分析

表62 2006年广电网络资本结构分析

表63 2006年广电网络发展能力分析

表64 2006年广电网络现金流量分析

表65 2007年广电网络获利能力分析

表66 2007年广电网络经营能力分析

表67 2007年广电网络偿债能力分析

表68 2007年广电网络资本结构分析

表69 2007年广电网络发展能力分析

表70 2007年广电网络现金流量分析

[b]表71 2006年-2007年第一季度部分获得投资的新媒体公司[/b]

表72 2006年部分获得投资的新媒体公司

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/O11651C7HA.html>