

2008年中国传媒业市场分析研究 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年中国传媒业市场分析研究报告》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/Y16189JU1E.html>

报告价格：纸质版：8200元 纸质 + 电子版：8800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]传媒业[b]市场分析研究报告 内容介绍：[/b]

所谓传媒是指“大众传播媒介”。广义的大众传媒包括报纸、杂志、电视、广播、电影、图书、音像制品，以及正在迅速崛起的互联网络。其中报刊、电视、广播与互联网是四种主要的新闻信息传播媒介。作为社会信息传播的媒介，传媒业涵盖了信息生产、加工、传播和基础等领域，具有典型的信息服务业的特征；同时，传媒的信源（即各媒体所传播的内容）具有强烈的文化、人文特征，使得传媒业也属于文化事业的一部分。

2007年中国传媒业掀起新一轮上市热潮。解放日报报业集团将主要经营资产注入新华传媒，广州日报报业集团控股的粤传媒获准IPO。四川新华发行集团和四川日报报业集团等参股的新华文轩登陆港股市场。并且继辽宁出版集团日前宣布上市计划后，湖北日报传媒集团也确认正展开上市规划。光线传媒与华友世纪合并，借壳上市成功。

强强联合产生超大型传媒集团，世界传媒行业发展概况[/b]

第一节 传媒行业基本知识

- 一、传媒定义
- 二、中国传媒经济特征
- 三、传媒虚假广告的界定
- 四、传媒产业布局的演变

第二节 传媒产业发展的宏观经济环境

- 一、2007年1-9月工业生产分析
- 二、2007年1-9月社会消费分析
- 三、2007年1-9月固定资产投资分析
- 四、2007年1-9月对外贸易分析
- 五、2007年1-9月居民消费价格指数

第三节 中国传媒业发展的政策环境

- 一、文化传媒业对外开放政策
- 二、传媒业的商标注册分析
- 三、中国传媒业知识产权政策

[b]第二章 世界传媒发展现状

- 一、中国传媒业上市风潮分析
- 二、制约传媒业生态链的因素
- 三、中国传媒中的阶层问题

四、传媒业的价值分析

第二节 中国传媒发展现状

一、互联网发展地位分析

二、中国博客现存问题分析

三、中国互联网企业竞争分析

四、全球互联网发展的趋势

第二节 网络媒体的发展现状

一、网络采访的兴起及特点

二、网络媒体的兴旺之路

三、网络媒体的发展与管理

四、网络媒体发展的瓶颈

第三节 网络出版发展分析

一、网络出版发展现状

二、网络嫁接出版发展分析

三、网络媒体出版质量管理难题

[b]第六章 报纸期刊媒体发展分析[/b]

第一节 报纸媒体的发展现状

一、报纸行业的数字化挑战分析

二、新传媒环境下的报纸定位

三、报业行业的发展模式分析

四、网络时代中国报业的发展

第二节 各类报纸的发展及营销分析

一、理财类报刊的市场发展

二、体育报刊业的市场发展

三、报纸业的整合营销分析

第三节 中国期刊业发展分析

一、国内地铁刊物的发展分析

二、男性期刊市场发展分析

三、文摘类期刊市场发展分析

四、学术类期刊的出路分析

五、经济类期刊的问题分析

六、少儿类期刊广告分析

七、IT期刊的现状 & 困境

八、青春类期刊的市场走向

第四节 报纸期刊的进出口分析

一、书籍、小册子及类似印刷品进出口情况

二、报纸、杂志及期刊进出口情况

三、儿童图书进出口情况

[b]第七章 媒体广告行业市场竞争分析[/b]

第一节 国际传媒业的市场竞争分析

一、国外网络媒体与虚假新闻的竞争

二、资本搅动下国际传媒业格局变化

三、国际传媒企业的市场并购分析

第二节 中国传媒行业的竞争格局分析

一、网络环境下传媒格局的变化

二、中国传媒业核心竞争力分析

三、中国传媒业的市场变化分析

第三节 中国传媒企业的竞争现状

一、郁金香传媒市场分析

二、新华传媒跨区域资源整合

三、北青传媒以收购备战奥运

四、分时传媒与华语传媒的合作

[b]第九章 中国传媒行业重点企业竞争力评价[/b]

第一节 电广传媒

一、公司简介

二、公司发展战略的改变

三、2007年前三季度公司业绩

四、2007年前三季度公司财务数据

第二节 歌华有线

一、公司简介

二、公司发展状况

三、公司发展策略

四、2007年前三季度公司财务数据

第三节 广电网络

- 一、公司简介
- 二、公司发展前景展望
- 三、2007年前三季度公司财务数据

第四节 东方明珠

- 一、公司简介
- 二、公司发展策略
- 三、2007年前三季度公司财务数据

第五节 中信国安

- 一、公司简介
- 二、公司发展优势
- 三、2007年前三季度公司财务数据

第六节 博瑞传播

- 一、公司简介
- 二、公司业务的风险及前景
- 三、2007年前三季度公司财务数据

第七节 传媒

- 一、公司简介
- 二、公司发展状况
- 三、2007年前三季度公司财务数据

第八节 华闻传媒

- 一、公司简介
- 二、公司发展状况
- 三、2007年前三季度公司财务数据

第九节 新华传媒

- 一、公司简介
- 二、公司发展前景
- 三、2007年前三季度公司财务数据

第十节 光线传媒

- 一、公司简介
- 二、公司的核心优势
- 三、公司借壳上市分析

[b]第五部分 行业趋势及策略[/b]

[b]第十章 中国传媒行业趋势分析[/b]

第一节 传媒行业的发展走势

- 一、传媒集团化趋势
- 二、广告传媒的新阵地
- 三、IT门户网站的转型
- 四、第五媒体的兴起
- 五、传媒业新领域扩张预测

第二节 中国传媒业的改革方向

- 一、传媒业的全球化
- 二、跨媒体的资源整合
- 三、经营管理体制的调整
- 四、打造优质的内容
- 五、品牌战略的实施

第三节 中国传媒产业转型趋势

- 一、产业重心转型趋势
- 二、营销哲学的转型趋势
- 三、报网互动的转型趋势

[b]第十一章 中国传媒行业发展及投资策略[/b]

第一节 中国传媒行业的发展战略

- 一、传媒竞争力构建策略
- 二、传媒与社会协同发展之路
- 三、传媒集团的区域化扩张战略

第二节 传媒品牌的核心价值及定位

- 一、传媒品牌的定义
- 二、传媒品牌定位的基点
- 三、传媒品牌定位的步骤

第三节 中国传媒行业的投资分析

- 一、传媒业投资主题
- 二、传媒行业的投资机会

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/Y16189JU1E.html>