

2014-2020年中国传媒市场 竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2020年中国传媒市场竞争力分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/chuanmei1410/W450437UTE.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-10-21

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2020年中国传媒市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十五章。首先介绍了传媒的定义、分类标准、行业特点及社会角色定位等，接着分析了国际国内传媒产业的现状和市场运行情况，然后具体介绍了电视媒体、网络媒体、广播、户外媒体、报纸、期刊、电影的发展。随后，报告对传媒产业做了国内外重点企业经营状况分析、行业竞争分析、资本运作分析、存在问题及对策分析、投资分析，最后分析了传媒产业的发展前景与未来趋势。

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产业的一部分。因此可以将传媒业归为信息服务业与文化产业交叉的一个边缘性产业。

2012年以来，新闻出版总署、财政部开始加大国有文化企业跨区并购的支持力度。新闻出版总署发布《关于加快出版传媒集团改革发展的指导意见》，明确提出，破除地区封锁和行业壁垒，支持出版传媒集团跨媒体、跨地区、跨行业、跨所有制发展，培育多个年销售收入超过200亿元的大型骨干出版传媒集团。

2013年，为破除改革壁垒，创新文化产业健康发展道路，年初启动的国务院机构大部制改革，将国家广电总局和新闻出版总署合并组建为国家新闻出版广电总局。这一改革，为统筹推进报刊、出版社、通讯社、电台、电视台和互联网等新媒体发展扫清障碍，也让大传媒时代的气息更浓烈。在2013年，“大数据”这个并非新概念的概念火了，微信迅速成长为移动互联网的中坚，传媒并购掀起高潮、4G网络快速兴起。2014年上半年，传媒行业持续高速发展，主要传媒企业营收和净利润增速进一步加快。

在《国家“十二五”时期文化改革发展规划纲要》等国家政策的推动与引导下，我国传统传媒在体制上将进一步变革，趋于灵活化和市场化，竞争力将大幅提升；随着网络和移动用户规模的不断扩大和成本的不断降低，电信网、广电网和互联网“三网融合”的加快，以及3G时代、Web3.0时代的到来，新媒体产业将继续大幅增长，而传统媒体也将充分借助互联网和移动传媒的平台而焕发新的生机。

报告目录

第一章 传媒的定义及相关介绍

1.1 传媒行业简介

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业分类

1.1.3 传媒产业本质

1.1.4 分类统计标准

1.2 传媒行业特点

1.2.1 相对垄断性

1.2.2 独特的赢利模式

1.2.3 良好的赢利能力

1.2.4 显著的规模效益及多元化效益

1.3 新时期传媒产业社会角色定位的特征

1.3.1 实体组织和事业单位双重地位

1.3.2 个体和社会双重身份

1.3.3 传播及经营双重功能

1.3.4 国内及国际双重领域

1.4 传媒业的价值分析

1.4.1 传媒的产业价值

1.4.2 媒体公信力具有社会价值

1.4.3 媒体亲和力蕴含的文化价值

1.4.4 传媒产品创新价值特征

1.4.5 传媒产品创新价值效度

第二章 2012-2014年世界传媒行业分析

2.1 世界传媒业发展概述

2.1.1 世界传播格局的变化分析

2.1.2 国际传媒产业市场规模分析

2.1.3 国际传媒产业发展的新趋势

2.1.4 2012年世界传媒业运行现状

2.1.5 2013年世界传媒行业风投状况

2.1.6 2014年世界传媒产业发展形势

2.1.7 世界新媒体产业发展态势综析

2.2 美国传媒业

2.2.1 浅析美国传媒的管理及控制

2.2.2 美国传媒业加速向数字化转型

2.2.3 美国电视媒体运营模式发生变化

2.2.4 2012年美国广播电视媒体用户状况

2.2.5 2014年美国传媒产业整合动态

2.3 英国传媒业

2.3.1 英国数字电视产业发展分析

2.3.2 英国数字音乐产业发展迅猛

2.3.3 英国对电视媒体业实行严格的监管制度

2.4 日本传媒业

2.4.1 日本传媒体制的传统及其变革

2.4.2 日本华人传媒业发展现状

2.4.3 日本新闻传媒业的主要调控手段

2.5 澳大利亚传媒业

2.5.1 澳大利亚传媒业的主要机构

2.5.2 澳大利亚电视媒体产业格局分析

2.5.3 澳大利亚电视节目呈现多样性特征

2.5.4 2012年澳大利亚传媒业遭遇重大变局

2.5.5 澳大利亚新媒体发展状况

第三章 2012-2014年中国传媒产业的发展

3.1 中国传媒业发展总体概况

3.1.1 中国传媒企业以资本为纽带做大做强

3.1.2 外部环境变化对传媒业的冲击

3.1.3 中国传媒产业的结构变化趋势

3.1.4 我国传媒产业发展格局分析

3.1.5 中国传统传媒产业面临转型

3.2 2012-2014年中国传媒业发展分析

3.2.1 2012年我国传媒产业发展状况

3.2.2 2012年中国传媒业的创新发展概况

3.2.3 2013年中国传媒产业发展分析

- 3.2.4 2013年中国传媒产业发展特征
- 3.2.5 2014年上半年中国传媒产业运营状况
- 3.3 2012-2014年中国传媒业的政策环境分析
 - 3.3.1 传媒业监管部门介绍
 - 3.3.2 传媒行业的政策支持情况
 - 3.3.3 政府鼓励出版传媒集团做大做强
 - 3.3.4 社会资本投资出版业的细化方案出炉
 - 3.3.5 “十二五”时期文化改革发展规划重磅出炉
 - 3.3.6 中国传媒业第二阶段改革提上日程
 - 3.3.7 2014年我国传媒业政策动态
- 3.4 中国传媒产业集团化的发展
 - 3.4.1 传媒集团的模式
 - 3.4.2 传媒业集团化运作的层次探析
 - 3.4.3 传媒集团的资源整合及优势
 - 3.4.4 中国传媒集团经营机构发展瓶颈和职能
- 3.5 中国传媒产业产权制度改革分析
 - 3.5.1 产权在行业体制改革中的地位
 - 3.5.2 产权结构存在的问题
 - 3.5.3 产权改革要素分析
 - 3.5.4 产权改革的路径分析
- 3.6 中国部分区域传媒业的发展
 - 3.6.1 上海市
 - 3.6.2 浙江省
 - 3.6.3 广东省
 - 3.6.4 江西省

第四章 2012-2014年中国传媒业市场分析

- 4.1 中国传媒市场发展总体概况
 - 4.1.1 中国传媒业市场形成
 - 4.1.2 中国传媒业市场化发展历程
 - 4.1.3 影响传媒业市场的关键因素分析
 - 4.1.4 中国城市传媒业市场的发展模式探析

4.2 中国传媒市场上的民资

4.2.1 民营传媒的发展模式

4.2.2 民营传媒的发展进程

4.2.3 民营资本对传媒内容的影响

4.2.4 民营资本加速移步传媒产业

4.2.5 民营传媒业的SWOT分析

4.3 中国传媒市场上的外资

4.3.1 海外资本涉足我国传媒业的法律规制现况

4.3.2 外资传媒在中国市场的进程

4.3.3 外资传媒进军中国的策略

4.3.4 外资传媒试水中国市场遭遇的难题

4.4 中国传媒业市场管理和营销

4.4.1 传媒经营管理和运作

4.4.2 传媒产业经营模式的转变

4.4.3 现代传媒业的营销策略

4.4.4 传媒市场定位方法与应注意的问题

4.4.5 传媒市场定位效用的优化策略分析

4.4.6 从企业传播价值链角度看传媒广告营销

第五章 2012-2014年电视媒体业分析

5.1 电视传媒业的地位

5.1.1 主导产业

5.1.2 支柱产业

5.1.3 基础产业

5.1.4 先导产业

5.2 2012-2014年中国电视传媒业总体概述

5.2.1 产业品牌格局

5.2.2 行业覆盖与收视状况

5.2.3 行业发展特征

5.2.4 行业热点分析

5.3 网络时代传统电视媒体的发展

5.3.1 网络化颠覆传统电视媒体形态

- 5.3.2 网络电视化推进传统电视平台的拓展延伸
- 5.3.3 电视媒体与网络媒体的融合发展剖析
- 5.3.4 传统电视媒体网上运作的实践与出路探讨
- 5.3.5 中国电视媒体网络化发展的的问题与对策
- 5.4 电视广告产业发展分析
 - 5.4.1 电视广告概念与特点
 - 5.4.2 电视广告的表现形式
 - 5.4.3 中国电视广告产业发展现状
 - 5.4.4 中国电视媒体广告投放状况
 - 5.4.5 数字化对电视广告产业发展的影响
 - 5.4.6 我国电视广告未来发展方向
- 5.5 电视传媒机构的市场发展战略
 - 5.5.1 品牌战略
 - 5.5.2 客户和产品战略
 - 5.5.3 销售战略
 - 5.5.4 价格战略
 - 5.5.5 频道战略
 - 5.5.6 投（融）资战略

第六章 2012-2014年网络媒体业分析

- 6.1 网络媒体相关介绍
 - 6.1.1 网络媒体的优势
 - 6.1.2 网络媒体的特性
 - 6.1.3 网络媒体收入模式
 - 6.1.4 网络媒体公信力的决定要素
 - 6.1.5 网络媒体在和谐社会建设中的作用及责任
- 6.2 中国网络媒体产业发展概况
 - 6.2.1 中国网络媒体产业的发展历程
 - 6.2.2 中国网络媒体商业化之后的新变化
 - 6.2.3 中国网络媒体行业发展态势
 - 6.2.4 中国网络媒体跨文化传播的问题与出路
 - 6.2.5 中国网络媒体产业的战略定位和对策

- 6.2.6 解析中国网络媒体企业的竞争战略
- 6.3 2012-2014年网络广告市场分析
 - 6.3.1 网络广告的本质特征
 - 6.3.2 2012年网络广告市场发展状况
 - 6.3.3 2013年我国互联网广告规模及结构状况
 - 6.3.4 2014年上半年网络广告市场现状
 - 6.3.5 制约中国网络广告发展的因素
 - 6.3.6 中国网络广告监管的问题分析
 - 6.3.7 中国网络广告的瓶颈及其发展策略
- 6.4 网络媒体与传统媒体
 - 6.4.1 传统媒体与网络媒体之间的关系
 - 6.4.2 网络对传统媒体产生的冲击
 - 6.4.3 网络媒体和传统媒体的互补性
 - 6.4.4 传统媒体与网络媒体融合之路

第七章 2012-2014年广播业发展分析

- 7.1 中国广播业发展总体概况
 - 7.1.1 中国广播产业发展回顾
 - 7.1.2 广播产业价值链发展分析
 - 7.1.3 3G时代我国广播业形势解析
 - 7.1.4 4G时代广播电视台发展态势
- 7.2 2012-2014年中国广播产业分析
 - 7.2.1 2012年广播业发展状况
 - 7.2.2 2013年广播业发展状况
 - 7.2.3 2014年广播业发展动态
- 7.3 2012-2014年中国广播广告市场分析
 - 7.3.1 广播媒体独特的广告价值
 - 7.3.2 广播广告的发展进程简析
 - 7.3.3 部分广播电台广告收入情况
 - 7.3.4 中国广播广告市场发展现状
- 7.4 中国广播收听市场分析
 - 7.4.1 影响市场变化的因素

- 7.4.2 市场规模状况
- 7.4.3 市场发展特点
- 7.4.4 市场竞争状况
- 7.4.5 发展机遇分析
- 7.5 媒介融合环境下广播业的发展分析
 - 7.5.1 媒介融合时代广播业发展面临的局势
 - 7.5.2 媒介融合时代广播业的发展措施
 - 7.5.3 广播与新媒体融合的发展途径探析
- 7.6 中国广播产业化发展的瓶颈
 - 7.6.1 意识形态的制约
 - 7.6.2 体制性障碍的制约
 - 7.6.3 政策性瓶颈
 - 7.6.4 资金与人才等局限性障碍的制约
- 7.7 中国广播产业发展的对策
 - 7.7.1 应充分深刻认识广播产业属性
 - 7.7.2 发展广播产业的优势与关键点
 - 7.7.3 深化广播体制改革及体制创新
 - 7.7.4 加快广播政策研究和国际传媒趋势接轨
 - 7.7.5 加快广播人才培养以突破人才瓶颈
 - 7.7.6 跟上世界广播新技术并大力发展数字广播

第八章 2012-2014年其他媒体分析

- 8.1 户外媒体
 - 8.1.1 户外广告媒体的传播特性
 - 8.1.2 户外广告媒体的主要优势
 - 8.1.3 户外LED媒体发展走势剖析
 - 8.1.4 中国户外媒体广告投放状况
 - 8.1.5 实现精准营销户外媒体产业将迎新发展
 - 8.1.6 户外媒体市场发展的影响因素
 - 8.1.7 户外媒体的创新思路分析
- 8.2 报纸
 - 8.2.1 中国报业市场规模分析

- 8.2.2 报纸行业经营方式分析
- 8.2.3 市场化报纸的发行策略分析
- 8.2.4 现代报纸发展须坚持的基本原则
- 8.2.5 “十二五”期间报业发展战略
- 8.3 期刊
 - 8.3.1 中国期刊业发展环境分析
 - 8.3.2 我国期刊行业总体发展概述
 - 8.3.3 我国期刊业发展规模状况
 - 8.3.4 期刊业发展中存在的不足
 - 8.3.5 期刊业做大做强需注意的要点
 - 8.3.6 我国期刊业发展趋势剖析
- 8.4 电影
 - 8.4.1 中国电影院线规模分析
 - 8.4.2 中国电影票房收入规模
 - 8.4.3 中国电影海外市场状况
 - 8.4.4 电影市场消费者行为调查分析
 - 8.4.5 中国电影业探索新商业模式
 - 8.4.6 中国电影投融资新趋势分析

第九章 2012-2014年国外知名传媒企业经营状况

- 9.1 时代华纳（TIME WARNER INC）
 - 9.1.1 企业简介
 - 9.1.2 2012年时代华纳经营状况
 - 9.1.3 2013年时代华纳经营状况
 - 9.1.4 2014年1-6月时代华纳经营状况
- 9.2 迪斯尼（The Walt Disney Company）
 - 9.2.1 公司简介
 - 9.2.2 2012财年迪斯尼经营状况
 - 9.2.3 2013财年迪斯尼经营状况
 - 9.2.4 2014财年前三季度迪斯尼经营状况
- 9.3 维亚康姆（Viacom）
 - 9.3.1 公司简介

- 9.3.2 2012财年维亚康姆经营状况
- 9.3.3 2013财年维亚康姆经营状况
- 9.3.4 2014财年前三季度维亚康姆经营状况
- 9.4 维旺迪（Vivendi）
 - 9.4.1 公司简介
 - 9.4.2 2012年维旺迪经营状况
 - 9.4.3 2013年维旺迪经营状况
 - 9.4.4 2014年1-6月维旺迪经营状况
- 9.5 贝塔斯曼集团（Bertelsmann AG）
 - 9.5.1 公司简介
 - 9.5.2 2012年1-12月贝塔斯曼集团经营状况
 - 9.5.3 2013年1-12月贝塔斯曼集团经营状况
 - 9.5.4 2014年1-6月贝塔斯曼集团经营状况
- 9.6 新闻集团（News Corporationm）
 - 9.6.1 企业简介
 - 9.6.2 2012财年新闻集团经营状况
 - 9.6.3 2013财年新闻集团经营状况
 - 9.6.4 2014财年新闻集团经营状况

第十章 2012-2014年国内主要上市传媒企业经营状况

- 10.1 中视传媒股份有限公司
 - 10.1.1 企业发展概况
 - 10.1.2 经营效益分析
 - 10.1.3 业务经营分析
 - 10.1.4 财务状况分析
- 10.2 北京歌华有线电视网络股份有限公司
 - 10.2.1 企业发展概况
 - 10.2.2 经营效益分析
 - 10.2.3 业务经营分析
 - 10.2.4 财务状况分析
- 10.3 上海东方明珠（集团）股份有限公司
 - 10.3.1 企业发展概况

- 10.3.2 经营效益分析
- 10.3.3 业务经营分析
- 10.3.4 财务状况分析
- 10.4 陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司
 - 10.4.1 企业发展概况
 - 10.4.2 经营效益分析
 - 10.4.3 业务经营分析
 - 10.4.4 财务状况分析
- 10.5 北京赛迪传媒投资股份有限公司
 - 10.5.1 企业发展概况
 - 10.5.2 经营效益分析
 - 10.5.3 业务经营分析
 - 10.5.4 财务状况分析
- 10.6 成都博瑞传播股份有限公司
 - 10.6.1 企业发展概况
 - 10.6.2 经营效益分析
 - 10.6.3 业务经营分析
 - 10.6.4 财务状况分析
- 10.7 安徽新华传媒股份有限公司
 - 10.7.1 企业发展概况
 - 10.7.2 经营效益分析
 - 10.7.3 业务经营分析
 - 10.7.4 财务状况分析
- 10.8 中南出版传媒集团股份有限公司
 - 10.8.1 企业发展概况
 - 10.8.2 经营效益分析
 - 10.8.3 业务经营分析
 - 10.8.4 财务状况分析
- 10.9 湖南电广传媒股份有限公司
 - 10.9.1 企业发展概况
 - 10.9.2 经营效益分析
 - 10.9.3 业务经营分析

- 10.9.4 财务状况分析
- 10.10 上市公司财务比较分析
 - 10.10.1 盈利能力分析
 - 10.10.2 成长能力分析
 - 10.10.3 营运能力分析
 - 10.10.4 偿债能力分析

第十一章 2012-2014年中国传媒业的竞争分析

- 11.1 2012-2014年传媒业的竞争概况
 - 11.1.1 传统媒体面临新竞争的威胁
 - 11.1.2 新媒体具备的核心竞争力
 - 11.1.3 中国传媒业进入生态竞争新阶段
 - 11.1.4 并购改变传媒产业的竞争格局
 - 11.1.5 中国出版业的竞争格局分析
 - 11.1.6 电视市场视频网站与卫视竞争状况
- 11.2 中国传媒的国际化竞争探析
 - 11.2.1 中国传媒跨入国际竞争的现状
 - 11.2.2 中国传媒国际竞争力依然薄弱
 - 11.2.3 国际竞争战略和方式亟待反思
 - 11.2.4 中国传媒国际竞争的路径选择
- 11.3 传媒产业的竞争法则
 - 11.3.1 核心及非核心竞争力整合成现实竞争力
 - 11.3.2 兼顾受众、对手及自身的三维竞争
 - 11.3.3 用经济与出色创造竞争优势
 - 11.3.4 竞争优势应由媒体内外两部分决定
- 11.4 传媒产业对竞争情报的获取
 - 11.4.1 信息是竞争情报的基础
 - 11.4.2 综合竞争情报将成为媒体决策参考的重点
 - 11.4.3 公开信息依然是媒体获取竞争情报的主要渠道
 - 11.4.4 媒体在获取竞争情报方面存在的误区
- 11.5 中国传媒打造核心竞争力的战略
 - 11.5.1 垂直型整合

- 11.5.2 组织结构创新
- 11.5.3 研发创新
- 11.5.4 管理创新
- 11.6 传媒行业竞争战略的新趋势
 - 11.6.1 从追求市场占有率走向追求个人占有率
 - 11.6.2 从“内容为王”走向“产品为王”
 - 11.6.3 从“巨内容”走向“微内容”

第十二章 2012-2014年中国传媒业的资本运作分析

- 12.1 资本运营的必要性分析
 - 12.1.1 传媒业竞争不断加剧的必需选择
 - 12.1.2 传媒集团深化改革环境下的要求
 - 12.1.3 盘活传媒资产的重要措施
 - 12.1.4 有益于传媒业配置资源、融通资金及转换体制
- 12.2 传媒资本运营的可行性分析
 - 12.2.1 良好的政策环境
 - 12.2.2 传媒产业进入资本市场的时机已成熟
 - 12.2.3 严格的政策管制下传媒资本运营仍有机遇
- 12.3 中国传媒业资本运作现状分析
 - 12.3.1 行业市值实现突破
 - 12.3.2 影视制作领域
 - 12.3.3 平面出版领域
 - 12.3.4 传媒并购火热
- 12.4 创新模式下传媒产业的资本策略分析
 - 12.4.1 传统媒体以并购助转型
 - 12.4.2 以战略投资扩展外延
 - 12.4.3 借助资本市场融资
 - 12.4.4 海外市场策略
- 12.5 传媒无形资本运营解析
 - 12.5.1 无形资本运营含义及作用
 - 12.5.2 传媒业无形资产评估方法
 - 12.5.3 传媒业无形资本运营的方式

12.5.4 传媒产业投资无形资本的运营

12.6 中国传媒业资本运作趋势分析

12.6.1 股权激励改革将推进

12.6.2 视频传输渠道面临重构

12.6.3 新的传媒业态趋热

12.6.4 跨界并购将加剧

第十三章 中国传媒产业发展的问题及对策分析

13.1 中国新闻传媒业的法律问题

13.1.1 新闻传媒业分类管理存在的法律问题

13.1.2 国外传媒分类管理制度对中国的启示

13.1.3 国外传媒业的法律规制对中国启示

13.1.4 新闻传媒业准入制度的法律问题

13.1.5 传媒业集团化整合中存在的法律问题

13.2 中国传媒业发展中的问题

13.2.1 制约我国传媒产业发展的主要因素

13.2.2 中国传媒产业发展存在的危机

13.2.3 传媒业区域化发展带来的问题

13.2.4 中国传媒产业产权体制上的缺陷

13.2.5 中国传媒经济增长面临的问题分析

13.3 中国传媒产业发展的策略

13.3.1 传媒产业的产权多元化

13.3.2 传媒产业解决角色冲突的策略

13.3.3 解决东西部传媒经济失衡的对策

13.3.4 中国报业集团的发展对策

13.4 浅析今后几年传媒产业的重塑

13.4.1 传媒创新从改变方式开始

13.4.2 平台衍生媒介新业态

13.4.3 重新塑造传媒价值体系

13.4.4 应对新问题与新挑战

第十四章 传媒行业的投资分析

14.1 传媒业的投资环境分析

14.1.1 中国传媒产业的外部环境因素及其影响

14.1.2 中国传媒业风险与产出的投资特性解析

14.1.3 中国传媒业吸引投资者广泛关注

14.1.4 中国传媒产业IPO形势大好

14.1.5 中国传媒业的投资形势判断

14.2 传媒业细分市场投资点

14.2.1 广播电视产业的投资机会分析

14.2.2 互动电视提升新媒体产业投资价值

14.2.3 车载电视媒体成为投资新热点

14.2.4 出版业体制改革带来投资良机

14.3 传媒行业整体风险分析

14.3.1 结构性风险

14.3.2 市场风险

14.3.3 政策风险

14.3.4 财务风险

14.4 传媒业并购中的特有风险分析

14.4.1 资产减值风险

14.4.2 对赌协议风险

14.4.3 并购后风险

14.4.4 谨防风险促并购

14.5 传媒投资领域的可行性分析

14.5.1 媒体核心业务

14.5.2 传媒经营业务

14.5.3 传媒咨询整合业务

14.5.4 传媒技术装备业务

14.6 中国传媒产业的投资策略

14.6.1 专注细分市场

14.6.2 延伸传媒产业价值链

14.6.3 跨行业及跨媒体的整合

14.6.4 提供增值服务

14.6.5 打造新型媒体巨人

第十五章 博思数据关于传媒业的前景和趋势预测

15.1 传媒业的发展前景

15.1.1 未来全球传媒业发展预测

15.1.2 中国传媒业将迎来新一轮增长

15.1.3 未来我国新媒体市场前景广阔

15.1.4 2014-2020年中国传媒产业市场规模预测

15.2 中国传媒业的发展趋势分析

15.2.1 内容及渠道

15.2.2 产业新格局

15.2.3 转型与整合

15.2.4 发展新模式

15.2.5 新的增长点

图表目录

图表 中国传媒行业的分类及统计代码表

图表 全球消费者每年将为各类传媒所支付的金额

图表 传媒产品创新的市场创新度分析模型

图表 2013年全球文化/传媒行业风险投资情况

图表 2008-2013年我国传媒产业产值规模状况

图表 中国文化传媒产业相关政策情况

图表 企业集团的主要模式及其划分依据

图表 企业集团模式划分矩阵

图表 2005-2012年全国电视观众电视机接收系统状况

图表 2012年全国有线数字电视用户分省分布状况（前五位）

图表 截止2014年4月我国电视已完成整体转换情况示意图

图表 截至2014年4月底全国各省级行政区数字电视用户规模及有线数字化程度示意图

图表 1999-2012年各类卫视频道累计覆盖人口状况

图表 2004-2012年省级地面频道本省平均覆盖率状况

图表 2012年数字（付费）频道全国覆盖人口状况（前五位）

图表 2012年有线数字电视用户过去一个月中的广告接触情况

图表 2011-2012年全国观众最喜爱的五类电视节目类型对比

图表 2011-2012年全国有线数字电视用户使用满意度状况

图表 2012年IPTV用户经常使用的IPTV功能

图表 2012年电视购物用户过去一个月不同购物频次人数累计分布

图表 2012年电视购物用户过去一个月的消费金额分布情况

图表 农村居民家庭未来主要耐用品消费购买计划（前十五位）

图表 2013年主要城市每人平均每日收视时长表现

图表 2012年美国全天不同时段所有家庭平均收视时长分布

图表 2013年部分卫视节目版权国际采购情况

图表 2001VS2013年主要城市可收视频道数量对比

图表 2013年我国主要代表城市各电视集团市场份额占比情况

图表 2013年我国城市电视台主流节目类型广告刊例花费占比

图表 2012年广告创意数量统计

图表 2012年各行业品牌数及广告创意数量最多品牌发布的创意数量

图表 2012年各行业最佳广告盘点

图表 2012年电视广告最佳男女主角排名

图表 电视广告效果总排行榜

图表 2006-2012年互联网广告市场规模

图表 2008-2012年网络广告细分媒体结构

图表 2012年在线视频行业收入构成

图表 2009-2012年在线视频广告市场规模

图表 2007-2013年互联网广告市场规模

图表 2008-2013年互联网广告类型规模比例

图表 2013年中国互联网广告市场收入份额

图表 2008-2013年中国网络视频和移动视频广告市场规模

图表 2012Q2-2014Q2我国不同形式网络广告市场份额

图表 2014年Q2中国网络广告市场媒体营收规模前10名

图表 互联网、报纸、广播、电视传播特性的比较

图表 广播产业价值链的基本模型

图表 2006-2013年广播、电视综合覆盖率趋势图

图表 2008-2013年广播电台药品广告主/品牌/产品个数趋势

图表 2013-2014年Q2电台广告刊例收入变化情况

图表 2000-2013年中国广播接触率

图表 2013年中国广播城市听众的构成

图表 城市广播听众收听广播的工具

图表 2003-2013年听众在不同场所的收听量比例变化情况

图表 2013年我国各类广播的市场份额

图表 2012年各级电台在全国的市场份额

图表 2012年全国各地区广播市场格局

图表 2010-2012年我国各类电台在全国的市场份额

图表 2013年全国广播收听市场各级电台的市场份额

图表 2013年9-11月部分省会城市各级电台的市场份额

图表 2013年各地区广播市场格局

图表 消费者对各类广告的反感率

图表 2005-2012年我国户外广告投放额

图表 2013年1-12月我国户外广告在整个行业中的增长比

图表 2013年我国户外广告投放量同比情况

图表 2013年我国户外广告投放量月度环比情况

图表 2013年我国户外广告资源量同比情况

图表 2013年我国户外广告资源量月度环比情况

图表 2012年报纸出版总量规模

图表 2012年期刊出版总量规模

图表 2013年报纸出版总量规模

图表 2013年期刊出版总量规模

图表 2007-2012年票房过亿中国电影院线

图表 2002-2012年中国电影院线数量及其增长率

图表 2007-2012年电影院线票房占比情况

图表 2012年TOP3院线在TOP10和TOP11-30票房城市占比

图表 2009-2012年电影院线票房TOP10排行

图表 2013年票房收入前10名国产影片

图表 2013年票房收入前10名进口影片

图表 2013年票房收入前10名地区

图表 2013年票房收入前10名电影院线公司

图表 2014年1-6月票房收入前10名国产影片

图表 2014年1-6月票房收入前10名进口影片

图表 2014年1-6月票房收入前10名地区

图表 2014年1-6月票房收入前10名电影院线公司

图表 2008-2012年中国电影海外发行总收入

图表 2011-2012年时代华纳合并损益表

图表 2011-2012年时代华纳不同部门收入情况

图表 2012-2013年时代华纳公司综合损益表（未经审核）

图表 2014年1-6月时代华纳公司综合损益表（未经审核）

图表 2011-2012财年迪斯尼综合损益表

图表 2011-2012财年迪斯尼不同部门营业收入情况

图表 2012-2013财年迪斯尼综合损益表

图表 2014财年前三季度迪斯尼综合损益表

图表 2011-2012财年维亚康姆合并损益表

图表 2011-2013财年维亚康姆合并损益表

图表 2014财年前三季度维亚康姆合并损益表（未经审计）

图表 2011-2012年维旺迪综合损益表

图表 2011-2012年维旺迪不同部门收入细分情况

图表 2011-2012年维旺迪不同地区收入细分情况

图表 2012-2013年维旺迪综合损益表

图表 2014年1-6月维旺迪综合损益表

图表 2012年1-12月贝塔斯曼集团综合损益表

图表 2013年1-12月贝塔斯曼集团综合损益表

图表 2014年1-6月贝塔斯曼集团综合损益表

图表 2011-2012财年新闻集团合并损益表

图表 2011-2012财年新闻集团不同部门收入细分情况

图表 2011-2012财年新闻集团不同部门营业损益细分情况

图表 2011-2013财年新闻集团综合损益表

图表 2013-2014年新闻集团综合损益表

图表 2012-2014年6月末中视传媒股份有限公司总资产和净资产

图表 2012-2013年中视传媒股份有限公司营业收入和净利润

图表 2014年1-6月中视传媒股份有限公司营业收入和净利润

图表 2012-2013年中视传媒股份有限公司现金流量

图表 2014年1-6月中视传媒股份有限公司现金流量

图表 2013年中视传媒股份有限公司主营业务收入分行业

图表 2013年中视传媒股份有限公司主营业务收入分区域

图表 2012-2013年中视传媒股份有限公司成长能力

图表 2014年1-6月中视传媒股份有限公司成长能力

图表 2012-2013年中视传媒股份有限公司短期偿债能力

图表 2014年1-6月中视传媒股份有限公司短期偿债能力

图表 2012-2013年中视传媒股份有限公司长期偿债能力

图表 2014年1-6月中视传媒股份有限公司长期偿债能力

图表 2012-2013年中视传媒股份有限公司运营能力

图表 2014年1-6月中视传媒股份有限公司运营能力

图表 2012-2013年中视传媒股份有限公司盈利能力

图表 2014年1-6月中视传媒股份有限公司盈利能力

图表 2012-2014年6月末北京歌华有线电视网络股份有限公司总资产和净资产

图表 2012-2013年北京歌华有线电视网络股份有限公司营业收入和净利润

图表 2014年1-6月北京歌华有线电视网络股份有限公司营业收入和净利润

图表 2012-2013年北京歌华有线电视网络股份有限公司现金流量

图表 2014年1-6月北京歌华有线电视网络股份有限公司现金流量

图表 2013年北京歌华有线电视网络股份有限公司主营业务收入分行业

图表 2013年北京歌华有线电视网络股份有限公司主营业务收入分区域

图表 2012-2013年北京歌华有线电视网络股份有限公司成长能力

图表 2014年1-6月北京歌华有线电视网络股份有限公司成长能力

图表 2012-2013年北京歌华有线电视网络股份有限公司短期偿债能力

图表 2014年1-6月北京歌华有线电视网络股份有限公司短期偿债能力

图表 2012-2013年北京歌华有线电视网络股份有限公司长期偿债能力

图表 2014年1-6月北京歌华有线电视网络股份有限公司长期偿债能力

图表 2012-2013年北京歌华有线电视网络股份有限公司运营能力

图表 2014年1-6月北京歌华有线电视网络股份有限公司运营能力

图表 2012-2013年北京歌华有线电视网络股份有限公司盈利能力

图表 2014年1-6月北京歌华有线电视网络股份有限公司盈利能力

图表 2012-2014年6月末上海东方明珠（集团）股份有限公司总资产和净资产

图表 2012-2013年上海东方明珠（集团）股份有限公司营业收入和净利润

图表 2014年1-6月上海东方明珠（集团）股份有限公司营业收入和净利润

图表 2012-2013年上海东方明珠（集团）股份有限公司现金流量

图表 2014年1-6月上海东方明珠（集团）股份有限公司现金流量

图表 2013年上海东方明珠（集团）股份有限公司主营业务收入分行业

图表 2013年上海东方明珠（集团）股份有限公司主营业务收入分区域

图表 2012-2013年上海东方明珠（集团）股份有限公司成长能力

图表 2014年1-6月上海东方明珠（集团）股份有限公司成长能力

图表 2012-2013年上海东方明珠（集团）股份有限公司短期偿债能力

图表 2014年1-6月上海东方明珠（集团）股份有限公司短期偿债能力

图表 2012-2013年上海东方明珠（集团）股份有限公司长期偿债能力

图表 2014年1-6月上海东方明珠（集团）股份有限公司长期偿债能力

图表 2012-2013年上海东方明珠（集团）股份有限公司运营能力

图表 2014年1-6月上海东方明珠（集团）股份有限公司运营能力

图表 2012-2013年上海东方明珠（集团）股份有限公司盈利能力

图表 2014年1-6月上海东方明珠（集团）股份有限公司盈利能力

图表 2012-2014年6月末陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司总资产和净资产

图表 2012-2013年陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司营业收入和净利润

图表 2014年1-6月陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司营业收入和净利润

图表 2012-2013年陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司现金流量

图表 2014年1-6月陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司现金流量

图表 2013年陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司主营业务收入分行业

图表 2013年陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司主营业务收入分区域

图表 2012-2013年陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司成长能力

图表 2014年1-6月陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司成长能力

图表 2012-2013年陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司短期偿债能力

图表 2014年1-6月陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司短期偿债能力

图表 2012-2013年陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司长期偿债能力

图表 2014年1-6月陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司长期偿债能力

图表 2012-2013年陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司运营能力

图表 2014年1-6月陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司运营能力

图表 2012-2013年陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司盈利能力

图表 2014年1-6月陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司盈利能力

图表 2012-2014年6月末北京赛迪传媒投资股份有限公司总资产和净资产

图表 2012-2013年北京赛迪传媒投资股份有限公司营业收入和净利润

图表 2014年1-6月北京赛迪传媒投资股份有限公司营业收入和净利润

图表 2012-2013年北京赛迪传媒投资股份有限公司现金流量

图表 2014年1-6月北京赛迪传媒投资股份有限公司现金流量

图表 2013年北京赛迪传媒投资股份有限公司主营业务收入分行业、产品、地区

图表 2012-2013年北京赛迪传媒投资股份有限公司成长能力

图表 2014年1-6月北京赛迪传媒投资股份有限公司成长能力

图表 2012-2013年北京赛迪传媒投资股份有限公司短期偿债能力

图表 2014年1-6月北京赛迪传媒投资股份有限公司短期偿债能力

图表 2012-2013年北京赛迪传媒投资股份有限公司长期偿债能力

图表 2014年1-6月北京赛迪传媒投资股份有限公司长期偿债能力

图表 2012-2013年北京赛迪传媒投资股份有限公司运营能力

图表 2014年1-6月北京赛迪传媒投资股份有限公司运营能力

图表 2012-2013年北京赛迪传媒投资股份有限公司盈利能力

图表 2014年1-6月北京赛迪传媒投资股份有限公司盈利能力

图表 2012-2014年6月末成都博瑞传播股份有限公司总资产和净资产

图表 2012-2013年成都博瑞传播股份有限公司营业收入和净利润

图表 2014年1-6月成都博瑞传播股份有限公司营业收入和净利润

图表 2012-2013年成都博瑞传播股份有限公司现金流量

图表 2014年1-6月成都博瑞传播股份有限公司现金流量

图表 2013年成都博瑞传播股份有限公司主营业务收入分行业

图表 2013年成都博瑞传播股份有限公司主营业务收入分区域

图表 2012-2013年成都博瑞传播股份有限公司成长能力

图表 2014年1-6月成都博瑞传播股份有限公司成长能力

图表 2012-2013年成都博瑞传播股份有限公司短期偿债能力

图表 2014年1-6月成都博瑞传播股份有限公司短期偿债能力

图表 2012-2013年成都博瑞传播股份有限公司长期偿债能力

图表 2014年1-6月成都博瑞传播股份有限公司长期偿债能力

图表 2012-2013年成都博瑞传播股份有限公司运营能力

图表 2014年1-6月成都博瑞传播股份有限公司运营能力

图表 2012-2013年成都博瑞传播股份有限公司盈利能力

图表 2014年1-6月成都博瑞传播股份有限公司盈利能力

图表 2012-2014年6月末安徽新华传媒股份有限公司总资产和净资产

图表 2012-2013年安徽新华传媒股份有限公司营业收入和净利润

图表 2014年1-6月安徽新华传媒股份有限公司营业收入和净利润

图表 2012-2013年安徽新华传媒股份有限公司现金流量

图表 2014年1-6月安徽新华传媒股份有限公司现金流量

图表 2013年安徽新华传媒股份有限公司主营业务收入分行业

图表 2013年安徽新华传媒股份有限公司主营业务收入分区域

图表 2012-2013年安徽新华传媒股份有限公司成长能力

图表 2014年1-6月安徽新华传媒股份有限公司成长能力

图表 2012-2013年安徽新华传媒股份有限公司短期偿债能力

图表 2014年1-6月安徽新华传媒股份有限公司短期偿债能力

图表 2012-2013年安徽新华传媒股份有限公司长期偿债能力

图表 2014年1-6月安徽新华传媒股份有限公司长期偿债能力

图表 2012-2013年安徽新华传媒股份有限公司运营能力

图表 2014年1-6月安徽新华传媒股份有限公司运营能力

图表 2012-2013年安徽新华传媒股份有限公司盈利能力

图表 2014年1-6月安徽新华传媒股份有限公司盈利能力

图表 2012-2014年6月末中南出版传媒集团股份有限公司总资产和净资产

图表 2012-2013年中南出版传媒集团股份有限公司营业收入和净利润

图表 2014年1-6月中南出版传媒集团股份有限公司营业收入和净利润

图表 2012-2013年中南出版传媒集团股份有限公司现金流量

图表 2014年1-6月中南出版传媒集团股份有限公司现金流量

图表 2013年中南出版传媒集团股份有限公司主营业务收入分行业

图表 2013年中南出版传媒集团股份有限公司主营业务收入分产品

图表 2013年中南出版传媒集团股份有限公司主营业务收入分区域

图表 2012-2013年中南出版传媒集团股份有限公司成长能力

图表 2014年1-6月中南出版传媒集团股份有限公司成长能力

图表 2012-2013年中南出版传媒集团股份有限公司短期偿债能力

图表 2014年1-6月中南出版传媒集团股份有限公司短期偿债能力

图表 2012-2013年中南出版传媒集团股份有限公司长期偿债能力

图表 2014年1-6月中南出版传媒集团股份有限公司长期偿债能力

图表 2012-2013年中南出版传媒集团股份有限公司运营能力

图表 2014年1-6月中南出版传媒集团股份有限公司运营能力

图表 2012-2013年中南出版传媒集团股份有限公司盈利能力

图表 2014年1-6月中南出版传媒集团股份有限公司盈利能力

图表 2012-2014年6月末湖南电广传媒股份有限公司总资产和净资产

图表 2012-2013年湖南电广传媒股份有限公司营业收入和净利润

图表 2014年1-6月湖南电广传媒股份有限公司营业收入和净利润

图表 2012-2013年湖南电广传媒股份有限公司现金流量

图表 2014年1-6月湖南电广传媒股份有限公司现金流量

图表 2013年湖南电广传媒股份有限公司主营业务收入分行业、地区

图表 2012-2013年湖南电广传媒股份有限公司成长能力

图表 2014年1-6月湖南电广传媒股份有限公司成长能力

图表 2012-2013年湖南电广传媒股份有限公司短期偿债能力

图表 2014年1-6月湖南电广传媒股份有限公司短期偿债能力

图表 2012-2013年湖南电广传媒股份有限公司长期偿债能力

图表 2014年1-6月湖南电广传媒股份有限公司长期偿债能力

图表 2012-2013年湖南电广传媒股份有限公司运营能力

图表 2014年1-6月湖南电广传媒股份有限公司运营能力

图表 2012-2013年湖南电广传媒股份有限公司盈利能力

图表 2014年1-6月湖南电广传媒股份有限公司盈利能力

图表 2014年上半年传媒产业上市公司盈利能力指标分析

图表 2013年传媒产业上市公司盈利能力指标分析

图表 2012年传媒产业上市公司盈利能力指标分析

图表 2014年上半年传媒产业上市公司成长能力指标分析

图表 2013年传媒产业上市公司成长能力指标分析

图表 2012年传媒产业上市公司成长能力指标分析

图表 2014年上半年传媒产业上市公司营运能力指标分析

图表 2013年传媒产业上市公司营运能力指标分析

图表 2012年传媒产业上市公司营运能力指标分析

图表 2014年上半年传媒产业上市公司偿债能力指标分析

图表 2013年传媒产业上市公司偿债能力指标分析

图表 2012年传媒产业上市公司偿债能力指标分析

图表 传媒行业上市公司

图表 广播电视业参与者及监管机构

图表 文化传媒产业并购交易代表性案例溢价统计

图表 蓝色光标并购案

图表 蓝色光标收购分时传媒对赌协议内容

图表 2014-2020年中国传媒产业市场规模预测

本研究报告数据主要来自于国家统计局、商务部、财政部、新闻出版总署、国家广播电影电视总局市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对传媒产业有个系统深入的了解、或者想投资传媒相关行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1410/W450437UTE.html>