

# 2013-2017年中国传媒行业 市场现状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](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2013-2017年中国传媒行业市场现状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/chuanmei1301/D571988M82.html>

【报告价格】纸介版7200元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-01-23

【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《2013-2017年中国传媒行业市场现状分析及投资前景研究报告》共十五章。介绍了传媒行业相关概述、中国传媒产业运行环境、分析了中国传媒行业的现状、中国传媒行业竞争格局、对中国传媒行业做了重点企业经营状况分析及中国传媒产业发展前景与投资预测。您若想对传媒产业有个系统的了解或者想投资传媒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

## 第一章、传媒的定义及相关介绍

### 第一节、传媒行业简介

- 一、行业定义
- 二、传媒分类
- 三、传媒产业的本质
- 四、中国传媒业分类统计标准

### 第二节、行业特点

- 一、相对垄断性
- 二、独特的赢利模式
- 三、良好的赢利能力
- 四、显著的规模效益及多元化效益

### 第三节、新时期传媒产业社会角色定位的特征

- 一、实体组织和事业单位双重地位
- 二、个体和社会双重身份
- 三、传播及经营双重功能
- 四、国内及国际双重领域

### 第四节、传媒业的价值分析

- 一、传媒的产业价值
- 二、媒体公信力具有社会价值
- 三、媒体亲和力蕴含的文化价值
- 四、传媒产品创新价值特征
- 五、传媒产品创新价值效度

## 第二章、世界传媒行业分析

## 第一节、世界传媒业发展概述

- 一、世界传播格局的变化分析
- 二、部分传媒对于利益冲突的规范
- 三、中西方媒体和政府之间的关系
- 四、国际报业发展简况

## 第二节、美国传媒业

- 一、美国传媒业家族企业上市分析
- 二、浅析美国传媒的管理及控制
- 三、美国广播媒体回暖
- 四、美国报业发展战略方向
- 五、美国视频手机及社交媒体迅速崛起

## 第三节、英国传媒业

- 一、英国传媒产业现好转势头
- 二、剖析英国报纸行业的创新趋势
- 三、英国传媒智库基本发展情况概述
- 四、英国数字电视产业发展分析
- 五、英国媒体的自我约束及其法律限制

## 第四节、日本传媒业

- 一、日本传媒体制的传统及其变革分析
- 二、日本传媒企业上市状况综览
- 三、日本报业出现萧条之势
- 四、日本华文传媒发展特点
- 五、日本新闻传媒业的主要调控手段
- 六、日本媒体城市报道的经验分析

## 第五节、法国传媒业

- 一、法国传媒大鳄淡出传统纸媒
- 二、法国报业发展形势堪忧
- 三、法国推出境外消费读物

## 第六节、其他国家传媒产业分析

- 一、东南亚地区华文传媒的发展现况
- 二、新西兰华文传媒发展概况
- 三、加拿大华文传媒发展趋势分析

#### 四、德国期刊业的发展现状

### 第三章、中国传媒产业的发展

#### 第一节、中国传媒业发展总体概况

- 一、改革开放30年国内传媒行业发展轨迹
- 二、中国传媒业发展环境趋好
- 三、中国传媒产业的智库建设
- 四、我国将从媒体大国走向媒体强国

#### 第二节、2009-2011年传媒业发展分析

- 一、2009年传媒业发展回顾
- 二、2010年传媒业产值状况
- 三、2010年传媒业创新成就
- 四、2011年传媒业发展概况

#### 第三节、大众传媒与金融监管

- 一、大众传媒和政府金融监管的关系
- 二、大众传媒在金融监管中的积极影响
- 三、大众传媒对金融监管的负面作用
- 四、发挥大众传媒在金融监管中作用的策略

#### 第四节、中国传媒产业集团化的发展

- 一、传媒集团的模式
- 二、传媒业集团化运作的层次探析
- 三、传媒集团的资源整合及优势
- 四、中国传媒集团经营机构发展瓶颈和职能

#### 第五节、中国区域传媒业的发展分析

- 一、传媒的区域化概念
- 二、传媒区域聚集规律解析
- 三、从多维视角看中国的区域传媒经济
- 四、传媒产业区域发展的战略构画

### 第四章、中国传媒业市场分析

#### 第一节、中国传媒市场发展总体概况

- 一、中国传媒业市场形成

- 二、中国传媒业市场化发展历程
- 三、中国传统媒体面临的市场形势
- 四、影响传媒业市场的关键因素分析
- 五、中国城市传媒业市场的发展模式探析

## 第二节、中国传媒市场上的民资

- 一、民营传媒的发展模式
- 二、民营资本对传媒内容的影响
- 三、民营资本加速移步传媒产业
- 四、民营传媒业的SWOT分析
- 五、我国民营电视传媒企业的经营模式探析
- 六、复合型人才稀缺成民营传媒发展障碍
- 七、中国民营电视产业的发展战略

## 第三节、中国传媒市场上的外资

- 一、海外资本热衷中国传媒市场
- 二、海外资本涉足我国传媒业的法律规制现况剖析
- 三、外资传媒进军中国的策略
- 四、外资传媒试水中国市场遭遇的难题

## 第四节、中国传媒业市场管理和营销

- 一、传媒经营管理和运作
- 二、传媒产业经营模式的转变
- 三、现代传媒业的营销策略
- 四、传媒市场定位方法与应注意的问题
- 五、传媒市场定位效用的优化策略分析
- 六、从企业传播价值链角度看传媒广告营销

# 第五章、电视媒体

## 第一节、电视传媒业的地位

- 一、主导产业
- 二、支柱产业
- 三、基础产业
- 四、先导产业

## 第二节、中国电视传媒业发展总体概述

- 一、2009年中国电视媒体产业发展状况
- 二、2010年我国电视媒体收视状况
- 三、2011年我国电视媒体发展透析
- 四、电视媒体发展的几个措施
- 五、电视媒体的大众化发展态势及其思路

### 第三节、新媒体时代的电视媒体分析

- 一、新媒体时代电视媒体的发展情况分析
- 二、新媒体技术影响下电视媒体的盈利模式探析
- 三、新媒体时代电视新闻媒体的发展对策分析
- 四、新媒体环境下民营电视媒体数字通路发展展望

### 第四节、电视广告产业发展分析

- 一、电视广告概念与特点
- 二、电视广告的表现形式
- 三、中国电视广告产业发展历程
- 四、中国电视广告产业发展现状
- 五、数字化对电视广告产业发展的影响
- 六、电视广告的营销策略分析
- 七、我国电视广告未来发展方向

### 第五节、电视传媒机构的市场发展战略

- 一、品牌战略
- 二、客户和产品战略
- 三、销售战略
- 四、价格战略
- 五、频道战略
- 六、投（融）资战略

## 第六章、网络媒体

### 第一节、相关介绍

- 一、网络媒体的优势
- 二、网络媒体的特性
- 三、网络媒体收入模式
- 四、网络媒体公信力的决定要素

## 五、网络媒体在和谐社会建设中的作用及责任

### 第二节、中国网络媒体产业发展概况

- 一、中国网络媒体产业的发展历程
- 二、网络媒体成大传媒时代领跑者
- 三、中国网络媒体商业化之后的新变化
- 四、中国网络媒体跨文化传播的问题与出路
- 五、中国网络媒体产业的战略定位和对策
- 六、解析中国网络媒体企业的竞争战略

### 第三节、2008-2011年中国网络媒体产业分析

- 一、2008年中国网络媒体与传播盘点
- 二、2009年网络媒体市场发展特点
- 三、2010年网络媒体市场发展综述
- 四、2011年网络媒体市场发展概况

### 第四节、网络媒体广告

- 一、网络广告的本质特征
- 二、2009年网络广告市场规模状况
- 三、2010年网络广告市场规模状况
- 四、2011年网络广告市场发展情况
- 五、制约中国网络广告发展的因素
- 六、中国网络广告监管的问题分析
- 七、中国网络广告的瓶颈及其发展策略

### 第五节、网络媒体与传统媒体

- 一、传统媒体与网络媒体之间的关系
- 二、网络对传统媒体产生的冲击
- 三、网络媒体和传统媒体的互补性
- 四、传统媒体与网络媒体融合之路

## 第七章、中国的广播业

### 第一节、中国广播业发展总体概况

- 一、中国广播产业发展回顾
- 二、广播产业价值链发展分析
- 三、3G时代我国广播业形势解析



#### 四、公共广播市场潜力大将生变局

### 第二节、2008-2011年中国广播产业分析

#### 一、2008年广播业发展回顾

#### 二、2009年广播业发展状况

#### 三、2010年广播业发展简况

#### 四、2011年广播业发展状况

### 第三节、中国广播收听市场分析

#### 一、2008年中国广播收听市场状况

#### 二、2009年广播收听市场状况分析

#### 三、2010年广播收听市场状况分析

#### 四、2011年广播收听市场发展剖析

### 第四节、媒介融合环境下广播业的发展分析

#### 一、媒介融合时代广播业发展面临的局势

#### 二、媒介融合时代广播业的发展措施

#### 三、广播与新媒体融合的发展途径探析

### 第五节、中国广播产业化发展的瓶颈

#### 一、意识形态的制约

#### 二、体制性障碍的制约

#### 三、政策性瓶颈

#### 四、资金与人才等局限性障碍的制约

### 第六节、中国广播产业发展的对策

#### 一、应充分深刻认识广播产业属性

#### 二、发展广播产业的优势与关键点

#### 三、深化广播体制改革及体制创新

#### 四、加快广播政策研究和国际传媒趋势接轨

#### 五、加快广播人才培养以突破人才瓶颈

#### 六、跟上世界广播新技术并大力发展数字广播

## 第八章、其他媒体

### 第一节、户外媒体

#### 一、户外广告媒体的传播特性

#### 二、户外广告媒体的主要优势

- 三、户外LED媒体发展走势剖析
- 四、创意信号灯媒体异军突起
- 五、实现精准营销户外媒体产业将迎新发展
- 六、2011年户外媒体价格走势剖析
- 七、户外媒体市场发展的影响因素
- 八、户外媒体的创新思路分析

## 第二节、报纸

- 一、2009年全国报业走势回看
- 二、2010年国内报业发展综况
- 三、2010年中国报业创新盘点
- 四、2011年中国报业发展概况
- 五、传统报业加快数字化转型步伐
- 六、市场化报纸的发行策略分析
- 七、现代报纸发展须坚持的基本原则
- 八、“十二五”期间报业发展战略

## 第三节、期刊

- 一、中国期刊业发展环境分析
- 二、我国期刊行业“十一五”发展成就回顾
- 三、2011年全国期刊发行状况详述
- 四、国内期刊数字化发展盘点
- 五、期刊业发展中存在的不足
- 六、期刊业做大做强需注意的要点
- 七、我国期刊业发展趋势剖析
- 八、“十二五”期间我国期刊业改革及发展的要求

## 第四节、电影

- 一、2009年国产电影制作全面开花
- 二、2009年中国电影放映市场状况
- 三、2010年中国电影产业发展状况
- 四、2011年中国电影产业发展状况
- 五、中国电影应走市场化运作模式

## 第九章、国外知名传媒企业

## 第一节、时代华纳（TIMEWARNER）

- 一、企业简介
- 二、2010年时代华纳经营状况
- 三、2011年时代华纳经营状况
- 四、2012年第一季度时代华纳经营状况

## 第二节、迪斯尼（THE WALT DISNEY COMPANY GROUP）

- 一、公司简介
- 二、2010财年迪斯尼经营状况
- 三、2011财年迪斯尼经营状况
- 四、2012财年上半年迪斯尼经营状况

## 第三节、维亚康姆（VIACOM）

- 一、公司简介
- 二、2009财年维亚康姆经营状况
- 三、2010财年维亚康姆经营状况
- 四、2011财年维亚康姆经营状况

## 第四节、维旺迪（VIVENDI）

- 一、公司简介
- 二、2010年维旺迪经营状况
- 三、2011年维旺迪经营状况
- 四、2012年第一季度维旺迪经营状况

## 第五节、新闻集团（NEWS CORPORATION）

- 一、企业简介
- 二、2010财年新闻集团经营状况
- 三、2011财年新闻集团经营状况
- 四、2012财年前三季度新闻集团经营状况

## 第六节、贝塔斯曼

- 一、公司简介
- 二、贝塔斯曼的发展史
- 三、2009年贝塔斯曼经营状况
- 四、2010年贝塔斯曼经营状况
- 五、2011年贝塔斯曼经营状况

## 第十章、国内主要的上市传媒企业

### 第一节、中视传媒

- 一、企业简介
- 二、2010年1-12月中视传媒经营状况分析
- 三、2011年1-12月中视传媒经营状况分析
- 四、2012年1-3月中视传媒经营状况分析

### 第二节、歌华有线

- 一、企业简介
- 二、2010年1-12月歌华有线经营状况分析
- 三、2011年1-12月歌华有线经营状况分析
- 四、2012年1-3月歌华有线经营状况分析

### 第三节、东方明珠

- 一、企业简介
- 二、2010年1-12月东方明珠经营状况分析
- 三、2011年1-12月东方明珠经营状况分析
- 四、2012年1-3月东方明珠经营状况分析

### 第四节、广电网络

- 一、企业简介
- 二、2010年1-12月广电网络经营状况分析
- 三、2011年1-12月广电网络经营状况分析
- 四、2012年1-3月广电网络经营状况分析

### 第五节、电广传媒

- 一、企业简介
- 二、2010年1-12月电广传媒经营状况分析
- 三、2011年1-12月电广传媒经营状况分析
- 四、2012年1-3月电广传媒经营状况分析

### 第六节、赛迪传媒

- 一、企业简介
- 二、2010年1-12月赛迪传媒经营状况分析
- 三、2011年1-12月赛迪传媒经营状况分析
- 四、2012年1-3月赛迪传媒经营状况分析

### 第七节、博瑞传播

#### 一、企业简介

#### 二、2010年1-12月博瑞传播经营状况分析

#### 三、2011年1-12月博瑞传播经营状况分析

#### 四、2012年1-3月博瑞传播经营状况分析

### 第八节、皖新传媒

#### 一、企业简介

#### 二、2010年1-12月皖新传媒经营状况分析

#### 三、2011年1-12月皖新传媒经营状况分析

#### 四、2012年1-3月皖新传媒经营状况分析

### 第九节、中南传媒

#### 一、企业简介

#### 二、2010年1-12月中南传媒经营状况分析

#### 三、2011年1-12月中南传媒经营状况分析

#### 四、2012年1-3月中南传媒经营状况分析

### 第十节、分众传媒

#### 一、企业简介

#### 二、2009年分众传媒经营状况

#### 三、2010年分众传媒经营状况

#### 四、2011年分众传媒经营状况

### 第十一节、上市公司财务比较分析

#### 一、盈利能力分析

#### 二、成长能力分析

#### 三、营运能力分析

#### 四、偿债能力分析

## 第十一章、传媒业的竞争分析

### 第一节、传媒业的竞争概况

#### 一、传统媒体面临新竞争的威胁

#### 二、新媒体具备的核心竞争力

#### 三、并购微妙改变传媒产业的竞争局势

#### 四、透析中国男性时尚期刊的竞争环境

#### 五、我国视频寡头竞争局势成型

## 第二节、传媒产业的竞争法则

- 一、核心及非核心竞争力整合成现实竞争力
- 二、兼顾受众、对手及自身的三维竞争
- 三、用经济与出色创造竞争优势
- 四、竞争优势应有媒体内外两部分决定

## 第三节、传媒产业对竞争情报的获取

- 一、信息是竞争情报的基础
- 二、综合竞争情报将成为媒体决策参考的重点
- 三、公开信息依然是媒体获取竞争情报的主要渠道
- 四、媒体在获取竞争情报方面存在的误区

## 第四节、中国传媒打造核心竞争力的战略

- 一、垂直型整合
- 二、组织结构创新
- 三、研发创新
- 四、管理创新

## 第五节、中国传媒的国际化竞争战略探析

- 一、中国传媒跨入国际竞争的战略意义
- 二、中国传媒实施“走出去”战略
- 三、中国传媒国际竞争的主要途径

## 第六节、传媒行业竞争战略的新趋势

- 一、从追求市场占有率走向追求个人占有率
- 二、从“内容为王”走向“产品为王”
- 三、从“巨内容”走向“微内容”

# 第十二章、中国传媒产业的资本运作

## 第一节、资本运营的必要性分析

- 一、传媒业竞争不断加剧的必需选择
- 二、传媒集团深化改革环境下的要求
- 三、盘活传媒资产的重要措施
- 四、有益于传媒业配置资源、融通资金及转换体制

## 第二节、传媒资本运营的可行性分析

- 一、良好的政策环境

二、传媒产业进入资本市场的时机已比较成熟

三、严格的政策管制下传媒资本运营仍有机遇

### 第三节、中国传媒产业的资本市场

一、不同阶段传媒对资本的不同认知

二、传媒业投（融）资政策的变迁

三、论资本市场中政府的管理与调控

四、诱惑与陷阱是资本市场的两重性

五、传媒产业需要资本市场的原因

六、中国传媒产业上市融资的几种方式

### 第四节、传媒无形资本运营解析

一、无形资本运营含义及作用

二、传媒业无形资产评估方法

三、传媒业无形资本运营的方式

四、传媒产业投资式无形资本的运营

## 第十三章、中国传媒产业发展的问题及对策

### 第一节、中国新闻传媒业的法律问题

一、新闻传媒业分类管理存在的法律问题

二、国外传媒分类管理制度对中国的启示

三、国外传媒业的法律规制对中国启示

四、新闻传媒业准入制度的法律问题

五、传媒业集团化整合中存在的法律问题

### 第二节、中国传媒业发展中的问题

一、制约我国传媒产业发展的主要因素

二、中国传媒产业发展存在的危机

三、传媒业区域化发展带来的问题

四、中国传媒产业产权体制上的缺陷

五、中国传媒经济增长面临的问题分析

### 第三节、中国传媒产业发展的策略

一、传媒产业的产权多元化

二、传媒产业解决角色冲突的策略

三、解决东西部传媒经济失衡的对策

#### 四、中国报业集团的发展对策

#### 第四节、浅析今后几年传媒产业的重塑

- 一、传媒创新从改变方式开始
- 二、平台衍生媒介新业态
- 三、重新塑造传媒价值体系
- 四、应对新问题与新挑战

### 第十四章、传媒行业的投资

#### 第一节、传媒业的投资环境

- 一、中国传媒产业的外部环境因素及其影响分析
- 二、中国传媒业风险与产出的投资特性解析
- 三、中国传媒业吸引投资者广泛关注
- 四、后奥运时代政府的扶持将利好我国传媒产业发展

#### 第二节、传媒业市场投资点

- 一、P2P技术为核心的网络电视媒体彰显投资价值
- 二、互动电视提升新媒体产业投资价值
- 三、车载电视媒体成为投资新热点
- 四、互联网经济发展热点分析

#### 第三节、传媒行业整体风险分析

- 一、结构性风险
- 二、市场风险
- 三、政策风险
- 四、财务风险

#### 第四节、传媒投资领域的可行性分析

- 一、媒体核心业务
- 二、传媒经营业务
- 三、传媒咨询整合业务
- 四、传媒技术装备业务

#### 第五节、中国传媒产业的投资策略

- 一、专注细分市场
- 二、延伸传媒产业价值链
- 三、跨行业及跨媒体的整合



四、提供增值服务

五、打造新型媒体巨人

## 第十五章、传媒业的发展前景和趋势

### 第一节、传媒业的发展前景

一、未来全球传媒业发展预测

二、未来我国新媒体市场前景广阔

三、今后两年传媒产业将席卷上市潮

四、2013-2017年中国传媒产业市场规模预测

### 第二节、传媒业的发展趋势

一、传媒媒体读者和受众的八个消费趋势

二、未来传媒产业创新的发展趋势

三、“十二五”期间我国传媒业发展剖析

四、新闻媒介管理模式由资产管理转向资本管理

五、未来传媒行业的发展变局剖析

## 附录

附录一：中华人民共和国广告法

附录二：电影管理条例

附录三：广播电视管理条例

附录四：期刊出版管理规定

附录五：外商投资图书、报纸、期刊分销企业管理办法

附录六：互联网出版管理暂行规定

附录七：新闻出版业“十二五”时期发展规划

## 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 中国传媒产业内部各细分市场规模

图表 中国传媒产业业态

图表 中国移动传媒产业情况统计

图表 手机网民网络应用

图表 中国手机用户数量、手机上网人数与网民总数柱状图

图表 美国主要报纸发行量统计表

图表 中国音像制品经营额统计

图表 中国期刊产业广告、发行收入情况统计

图表 2005-2010年中国传媒产业总产值及增长率

图表 2010年中国传媒产业的行业结构与所占比例

图表 2009-2010年中国传媒产业各行业市场规模及增长率

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 全国电视观众人均日收视时间

图表 历次调查网民平均每周上网小时数

图表 网络新闻的用户规模和使用率

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 不同收听场所的人均日收听分钟数及收听比重

图表 总体收听率分时段走势

图表 主要时段各收听场所的总体收听率

图表 主要目标听众在不同收听场所的收听率

图表 主要广播类别市场份额

图表 各城市本地电台市场份额

图表 主要广播类别在不同收听场所的收听率

图表 不同广播类别在不同目标听众中的市场份额

图表 不同广播类别在主要时段的收听率

图表 城市广播听众特征

图表 国内十城市驾车人士听众构成

图表 2010年全国各地区广播市场的市场份额构成

图表 北京地区主要电台的市场份额

图表 北京地区主要电台频率的平均收听率和市场份额

图表 上海地区主要电台频率的平均收听率和市场占有率

图表 沈阳地区主要电台频率的平均收听率和市场份额

图表 武汉地区主要电台频率的平均收听率和市场份额

图表 广州地区主要电台频率的平均收听率和市场份额

图表 消费者对各类广告的反感率

图表 2010年12类期刊全国40城市零售销量指数总排名

图表 2009-2010年女性高码洋时尚类期刊整体销量变化

图表 2010年下半年女性中码洋期刊12城市市场份额对比

图表 2010年部分男性时尚类期刊市场份额变化

图表 2010年汽车类期刊整体平均销量走势对比图

图表 2010年全国五大区域汽车类期刊整体平均销量走势图

图表 2011年中国影院数和银幕数增长走势

图表 票房3000万元以上影城排名

图表 2009-2010年时代华纳合并损益表

图表 2010年时代华纳不同部门营业收入情况

图表 2010-2011年时代华纳合并损益表

图表 2011年时代华纳不同部门营业收入情况

图表 2010-2011年时代华纳不同地区收入情况

图表 2011-2012年第一季度时代华纳合并损益表（未审计）

图表 2011-2012年第一季度时代华纳不同部门营业收入情况

图表 2011-2012年第一季度时代华纳不同部门分部间收入情况

图表 2011-2012年第一季度时代华纳不同部门营业利润情况

图表 2010财年迪斯尼综合损益表

图表 2010财年迪斯尼不同部门营业收入情况

图表 2010财年迪斯尼不同部门营业利润情况

图表 2009-2011财年迪斯尼综合损益表

图表 2009-2011财年迪斯尼不同部门营业收入情况

图表 2009-2011财年迪斯尼不同部门营业利润情况

图表 2009-2011财年迪斯尼不同地区收入情况

图表 2011-2012财年上半年迪斯尼综合损益表

图表 2011-2012财年上半年迪斯尼不同部门营业收入情况

图表 2011-2012财年上半年迪斯尼不同部门营业利润情况

图表 2008-2009年维亚康姆合并损益表

图表 2008-2009年维亚康姆不同部门收入细分情况

图表 2008-2009年维亚康姆不同地区收入细分情况

图表 2008-2010财年维亚康姆合并损益表

图表 2008-2010财年维亚康姆不同部门收入细分情况

图表 2008-2010财年维亚康姆不同地区收入细分情况

图表 2010-2011财年维亚康姆合并损益表

图表 2010-2011财年维亚康姆不同部门收入细分情况

图表 2009-2010年维旺迪综合损益表

图表 2009-2010年维旺迪不同部门收入细分情况

图表 2009-2010年维旺迪不同地区收入细分情况

图表 2010-2011年维旺迪综合损益表

图表 2010-2011年维旺迪不同部门收入细分情况

图表 2010-2011年维旺迪不同地区收入细分情况

图表 2012年第一季度维旺迪综合损益表

图表 2009-2010财年新闻集团合并损益表

图表 2009-2010财年新闻集团不同部门收入细分情况

图表 2009-2010财年新闻集团不同部门营业损益细分情况

图表 2010-2011财年新闻集团合并损益表

图表 2010-2011财年新闻集团不同部门收入细分情况

图表 2010-2011财年新闻集团不同部门营业损益细分情况

图表 2011-2012财年前三季度新闻集团合并损益表

图表 2011-2012财年前三季度新闻集团不同部门收入细分情况

图表 2011-2012财年前三季度新闻集团不同部门营业损益细分情况

图表 2009年贝塔斯曼综合损益表

图表 2009年贝塔斯曼不同部门不同地区收入

图表 2010年贝塔斯曼综合损益表

图表 2010年贝塔斯曼不同部门不同地区收入

图表 2011年贝塔斯曼综合损益表

图表 2010年1-12月中视传媒主要财务数据

图表 2010年1-12月中视传媒非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年中视传媒主要会计数据

图表 2008年-2010年中视传媒主要财务指标

图表 2010年1-12月中视传媒主营业务分行业情况

图表 2010年1-12月中视传媒主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月中视传媒主要财务数据

图表 2011年1-12月中视传媒非经常性损益项目及金额

图表 2009年-2011年中视传媒主要会计数据

图表 2009年-2011年中视传媒主要财务指标

图表 2011年1-12月中视传媒主营业务分行业、产品情况

图表 2011年1-12月中视传媒主营业务分地区情况

图表 2012年1-3月中视传媒主要会计数据及财务指标

图表 2012年1-3月中视传媒非经常性损益项目及金额

图表 2010年1-12月歌华有线主要财务数据

图表 2010年1-12月歌华有线非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年歌华有线主要会计数据

图表 2008年-2010年歌华有线主要财务指标

图表 2010年1-12月歌华有线主营业务分行业情况

图表 2010年1-12月歌华有线主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月歌华有线主要财务数据

图表 2011年1-12月歌华有线非经常性损益项目及金额

图表 2009年-2011年歌华有线主要会计数据

图表 2009年-2011年歌华有线主要财务指标

图表 2011年1-12月歌华有线主营业务分行业情况

图表 2011年1-12月歌华有线主营业务分地区情况

图表 2012年1-3月歌华有线主要会计数据及财务指标

图表 2012年1-3月歌华有线非经常性损益项目及金额

图表 2010年1-12月东方明珠主要财务数据

图表 2010年1-12月东方明珠非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年东方明珠主要会计数据

图表 2008年-2010年东方明珠主要财务指标

图表 2010年1-12月东方明珠主营业务分行业情况

图表 2010年1-12月东方明珠主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月东方明珠主要财务数据

图表 2011年1-12月东方明珠非经常性损益项目及金额

图表 2009年-2011年东方明珠主要会计数据

图表 2009年-2011年东方明珠主要财务指标

图表 2011年1-12月东方明珠主营业务分行业情况

图表 2011年1-12月东方明珠主营业务分地区情况

图表 2012年1-3月东方明珠主要会计数据及财务指标

图表 2012年1-3月东方明珠非经常性损益项目及金额

图表 2010年1-12月广电网络主要财务数据

图表 2010年1-12月广电网络非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年广电网络主要会计数据

图表 2008年-2010年广电网络主要财务指标

图表 2010年1-12月广电网络主营业务分行业、产品情况

图表 2010年1-12月广电网络主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月广电网络主要财务数据

图表 2011年1-12月广电网络非经常性损益项目及金额

图表 2009年-2011年广电网络主要会计数据

图表 2009年-2011年广电网络主要财务指标

图表 2011年1-12月广电网络主营业务分行业、产品情况

图表 2011年1-12月广电网络主营业务分地区情况

图表 2012年1-3月广电网络主要会计数据及财务指标

图表 2012年1-3月广电网络非经常性损益项目及金额

图表 2010年1-12月电广传媒主要财务数据

图表 2010年1-12月电广传媒非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年电广传媒主要会计数据

图表 2008年-2010年电广传媒主要财务指标

图表 2010年1-12月电广传媒主营业务分行业情况

图表 2010年1-12月电广传媒主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月电广传媒主要财务数据

图表 2011年1-12月电广传媒非经常性损益项目及金额

图表 2009年-2011年电广传媒主要会计数据

图表 2009年-2011年电广传媒主要财务指标

图表 2011年1-12月电广传媒主营业务分行业情况

图表 2011年1-12月电广传媒主营业务分地区情况

图表 2012年1-3月电广传媒主要会计数据及财务指标

图表 2010年1-12月赛迪传媒主要财务数据

图表 2010年1-12月赛迪传媒非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年赛迪传媒主要会计数据

图表 2008年-2010年赛迪传媒主要财务指标

图表 2010年1-12月赛迪传媒主营业务分产品情况

图表 2010年1-12月赛迪传媒主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月赛迪传媒主要财务数据

图表 2011年1-12月赛迪传媒非经常性损益项目及金额

图表 2009年-2011年赛迪传媒主要会计数据

图表 2009年-2011年赛迪传媒主要财务指标

图表 2011年1-12月赛迪传媒主营业务分行业、产品情况

图表 2011年1-12月赛迪传媒主营业务分地区情况

图表 2012年1-3月赛迪传媒主要会计数据及财务指标

图表 2012年1-3月赛迪传媒非经常性损益项目及金额

图表 2010年1-12月博瑞传播主要财务数据

图表 2010年1-12月博瑞传播非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年博瑞传播主要会计数据

图表 2008年-2010年博瑞传播主要财务指标

图表 2010年1-12月博瑞传播主营业务分行业情况

图表 2010年1-12月博瑞传播主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月博瑞传播主要财务数据

图表 2011年1-12月博瑞传播非经常性损益项目及金额

图表 2009年-2011年博瑞传播主要会计数据

图表 2009年-2011年博瑞传播主要财务指标

图表 2011年1-12月博瑞传播主营业务分行业情况

图表 2011年1-12月博瑞传播主营业务分地区情况

图表 2012年1-3月博瑞传播主要会计数据及财务指标

图表 2012年1-3月博瑞传播非经常性损益项目及金额

图表 2010年1-12月皖新传媒主要财务数据

图表 2010年1-12月皖新传媒非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年皖新传媒主要会计数据

图表 2008年-2010年皖新传媒主要财务指标

图表 2010年1-12月皖新传媒主营业务分行业情况

图表 2010年1-12月皖新传媒主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月皖新传媒主要财务数据

图表 2011年1-12月皖新传媒非经常性损益项目及金额

图表 2009年-2011年皖新传媒主要会计数据

图表 2009年-2011年皖新传媒主要财务指标

图表 2011年1-12月皖新传媒主营业务分行业情况

图表 2011年1-12月皖新传媒主营业务分地区情况

图表 2012年1-3月皖新传媒主要会计数据及财务指标

图表 2012年1-3月皖新传媒非经常性损益项目及金额

图表 2010年1-12月中南传媒主要财务数据

图表 2010年1-12月中南传媒非经常性损益项目及金额

图表 2008年-2010年中南传媒主要会计数据

图表 2008年-2010年中南传媒主要财务指标

图表 2010年1-12月中南传媒主营业务分行业、产品情况

图表 2010年1-12月中南传媒主营业务分地区情况

图表 2011年1-12月中南传媒主要财务数据

图表 2011年1-12月中南传媒非经常性损益项目及金额

图表 2009年-2011年中南传媒主要会计数据

图表 2009年-2011年中南传媒主要财务指标

图表 2011年1-12月中南传媒主营业务分行业、产品情况

图表 2011年1-12月中南传媒主营业务分地区情况

图表 2012年1-3月中南传媒主要会计数据及财务指标

图表 2012年1-3月中南传媒非经常性损益项目及金额

图表 2007-2009年分众传媒综合损益表

图表 2007-2009年分众传媒不同业务部门收入

图表 2009-2010年分众传媒综合损益表

图表 2010-2011年分众传媒综合损益表

图表 2012年第一季度传媒行业上市公司盈利能力指标分析

图表 2011年传媒行业上市公司盈利能力指标分析

图表 2010年传媒行业上市公司盈利能力指标分析

图表 2012年第一季度传媒行业上市公司成长能力指标分析

图表 2011年传媒行业上市公司成长能力指标分析



图表 2010年传媒行业上市公司成长能力指标分析

图表 2012年第一季度传媒行业上市公司营运能力指标分析

图表 2011年传媒行业上市公司营运能力指标分析

图表 2010年传媒行业上市公司营运能力指标分析

图表 2012年第一季度传媒行业上市公司偿债能力指标分析

图表 2011年传媒行业上市公司偿债能力指标分析

图表 2010年传媒行业上市公司偿债能力指标分析

图表 2013-2017年中国传媒产业市场规模预测

图表 “十一五”规划主要指标实现情况

图表 “十二五”时期新闻出版业发展主要指标

图表 新闻出版精品生产工程

图表 新闻出版公共服务建设工程

图表 新闻出版产业发展重点

图表 新闻出版产业振兴工程

图表 新闻出版科技创新工程

图表 新闻出版“走出去”工程

图表 新闻出版市场监管工程

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自 国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1301/D571988M82.html>