

2015-2020年中国电视广播 行业深度调研与投资前景研究报告

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

《2015-2020年中国电视广播行业深度调研与投资前景研究报告》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/chuanmei1507/P74380QWVT.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-07-01

【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《2015-2020年中国电视广播行业深度调研与投资前景研究报告》共九章。报告介绍了电视广播行业相关概述、中国电视广播产业运行环境、分析了中国电视广播行业的现状、中国电视广播行业竞争格局、对中国电视广播行业做了重点企业经营状况分析及中国电视广播产业发展前景与投资预测。您若想对电视广播产业有个系统的了解或者想投资电视广播行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

新中国成立以来，我国广播电视事业从小到大，从弱小到繁荣，目前已建成世界上覆盖人口最多，无线、有线、卫星、互联网等多种技术手段并用，中央与地方、城市与农村、国内与国外并重的规模庞大的广播影视覆盖网，广播影视的传播能力、覆盖水平、服务质量大大提高。2013年7月最新发布的《中国广播电影电视发展报告（2013）》（广电蓝皮书）显示，2012年全国广播电视总收入（含财政补助收入）首次突破3000亿元，达到3268.79亿元，同比增长20.29%。此外截至2012年年底，互联网电视终端用户数接近3000万。

我国广播电视事业的发展，我国广播电视设备制造行业也得以迅速发展，而随着我国“三网融合”及“村村通”工程的持续推进，我国广播电视事业将呈现出新媒体强势崛起、传统媒体顺势转型升级的协同发展态势，我国广播电视设备行业也必将朝着数字化、智能化、系统化和网络化的方向挺进。2012年12月末，我国广播电视设备制造行业规模以上企业数410家，较2011年年底增加89家；从业人员14.08万人，较2011年年底增加3万人；2012年1-12月，实现销售收入790.63亿元，同比增长15.08%。

“十二五”期间，我国将加快三网融合的步伐，积极推进“村村通”工程，根据国家相关规划，我国将在2015年之前关闭模拟电视信号，将给广播电视设备制造行业带来巨大的市场空间。未来5年，受益于广播电视“村村通”工程的持续推进和城市数字电视更新换代的提速，以及文化产业的快速发展，在宏观利好环境下，广播电视设备市场将会保持整体平稳增长。与此同时，新媒体强势崛起已是全球大趋势，我国新媒体行业在近年来的优异表现，这也为我国广播电视行业的持续发展创造了良好的机遇。

本行业报告主要依据国家统计局、国家发改委、国家商务部、中国广电总局、国内外相关刊物的基础信息以及电视、广播行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，对中国电视、广播行业的发展情况、经济运行数据、主要细分市场、重点企业经营状况等进行了分析及预测，并对未来电视、广播行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了电视、广播行业今后的发展与投资策

略，为电视、广播企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，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了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

第一章 中国电视、广播行业发展分析 1

第一节 广播电视概述 1

一、广播电视经济的概念 1

二、广播电视产品的商品属性 1

三、广播电视传播的经济目的 1

四、广播电视业的产业定位 2

第二节 广播电视行业产业背景分析 3

一、“十一五”时期广播电视发展回顾 3

二、2013年广播电视数字化进程 7

三、三网融合数字化时代的广播电视 9

第三节 2011-2013年中国电视、广播行业发展概况 13

一、2011年我国电视、广播业发展综述 13

二、2012年国内电视、广播业平稳发展 14

三、2013年我国广播电视收入持续增长 14

四、2013年我国电视、广播业发展综述 15

第四节 2013年广电产业发展综合分析及2014年展望 19

一、2013年广播电视整体稳步快速增长 20

二、2013年广播电视行业营收状况分析 21

三、2013年广电科技与事业成绩突出，重点项目提前完成 24

四、2013年度中国广播电视行业十大科技关键词 37

五、2014年广电发展趋势展望 40

第五节 广电行业发展存在问题对策分析 43

一、广电运营商面临挑战 43

二、广播电视数字化面临的挑战与机遇 47

三、广播电视业转型拓展求发展 49

四、广播电视网络在三网融合中的对策研究 51

- 五、高清电视是未来必然选择 59
- 六、科技时代背景下的广播电视发展探究 59

第二章 中国电视业 62

第一节 中国电视产业总体概述 62

- 一、中国电视产业的发展概况 62
- 二、2013年我国出产电视剧创历史新高 64
- 三、2014年中国电视产业发展状况 64
- 四、2011-2014年中国彩色电视产品产量分析 66

第二节 电视广告 69

- 一、电视广告概念及表现形式 69
- 二、2013年中国电视广告产业发展分析 70
- 三、2014中国电视广告市场分析与展望 73
- 四、2014年有线数字电视广告联盟欲制定行业标准 75
- 五、有线电视广告的主要趋势 76
- 六、消费文化影响下的电视广告策划 77
- 七、从中国好声音看中国电视广告的价值 79
- 八、数字化时代电视广告运作的创新策略 81

第三节 中国数字电视发展分析 85

- 一、中国数字电视发展及带来的变化 85
- 二、三网融合下中国数字电视的发展 86
- 三、2014年中国有线数字电视用户市场规模 87
- 四、2014年六部委推动普及地面数字电视 89
- 五、2014年有线电视数字化整体转换悄然进行 89
- 六、2014年我国地面数字电视接收机将有统一标识 91
- 七、2014年我国首套超高清异构网络无线数字电视系统研制成功 91

第四节 手机电视行业发展 92

- 一、手机电视的内容链建设 92
- 二、手机电视市场状况 99
- 三、手机电视的发展模式 100
- 四、手机电视发展中的若干问题探讨 105
- 五、手机电视的营销推广策略 106

六、2013年CMMB手机电视业务发展现状调查及SWOT分析 107

七、2014年我国智能电视渗透率 112

第五节 网络电视行业发展分析 115

一、IPTV产业链分析 115

二、网络视频——电视购物的互联网应用 117

三、电信运营商IPTV业务发展新思路 118

四、2014年中国网络电视业发展分析 123

五、2014年电商试水视频购物新模式 124

六、网络电视台的发展模式与市场策略 126

第三章 中国广播业 134

第一节 中国广播产业分析 134

一、广播传播形态 134

二、延伸广播公共服务职能 135

三、“走出去”能力不断增强 135

四、类型化广播：经10年发展，转型成功 136

五、广告经营：实践和理论水平提升 136

第二节 移动互联时代广播应用创新的方向选择 137

一、从网络广播到移动终端 137

二、基于用户位置的定位服务——广播应用创新方向 138

三、手机广播——传统广播网络化的新方向 140

第三节 从广播类APP看移动互联网时代广播的发展 144

一、广播在移动互联网时代的新发展 144

二、当前我国广播APP类型分析 145

三、广播APP的思考与展望 147

第四节 “云传播”视域下网络广播的发展与展望 148

一、广播的历史现状及其发展局限 148

二、网络广播在媒介融合的全媒体语境下应运而生 148

三、“云传播”视域下网络广播的革新优势与挑战 150

四、“云”时代网络广播的未来定位与展望 155

第五节 中国农村广播的发展与策略 156

一、伴随性成为广播的主要竞争优势：156

二、强化伴随性打造广播的核心竞争力 157

三、农村广播节目如何强化伴随性优势 158

第四章 中国电视、广播业的区域发展 160

第一节 山东省 160

一、2013年山东广电局新媒体建设取得较快发展 160

二、2013年山东广播电视台大力推进节目创新创优 160

三、2014年山东广电局：加大整治广播电视虚假违法医药广告 160

四、2014年山东广电局产业发展思路 161

第二节 江苏省 162

一、江苏局提出2014年广播电视科技工作重点 162

二、2014年江苏广播影视服务纳入营改增试点范围 162

三、江苏省“十二五”广播影视发展规划 163

（一）现状和形势 163

（二）指导思想、基本原则和发展目标 165

（三）主要任务 166

（四）重点工程 170

（五）保障措施 172

第三节 浙江省 173

一、“十一五”浙江省广播影视业发展回顾 174

二、“十二五”浙江省广播影视业发展背景 175

三、“十二五”浙江省广播影视业指导思想和总体目标 176

四、“十二五”浙江省广播影视业主要任务 177

五、“十二五”浙江省广播影视业重点工程 180

六、“十二五”浙江省广播影视业保障措施 182

第四节 陕西省 183

一、陕西省广播影视发展现状 183

二、编制全省广播影视发展“十二五”规划的指导思想、基本原则 186

三、“十二五”时期全省广播影视业发展的总体目标和主要任务 186

四、实施“十二五”规划的保障措施 191

第五节 黑龙江省广播影视“十二五”发展规划 192

一、“十一五”规划完成情况 192

- 二、“十二五”期间广播影视业发展面临的形势 195
- 三、“十二五”规划的指导思想、总体目标和基本原则 196
- 四、“十二五”时期的主要任务 197
- 五、保障措施 205

第五章 中国电视、广播业的运营及竞争 208

第一节 电视、广播行业运营分析 208

- 一、电视、广播产业的经营特点 208
- 二、城市广电产业经营体制重构 209
- 三、中国广播电视产业经营发展趋势分析 211

第二节 电视、广播行业竞争态势 212

- 一、中国电视、广播行业竞争形势 212
- 二、中国电视、广播行业升级到全产业链竞争 213
- 三、2014年国外运营商布局电视业 213
- 四、多种广播电视传输手段加剧电视市场竞争 215
- 五、数字电视不怕IPTV竞争将全面推广 216

第三节 广电传媒集团的核心竞争力 218

- 一、广播影视集团以内容为王 218
- 二、广播影视集团以网络为本 219
- 三、广播影视集团拓展产品链与产业链 220
- 四、广播影视集团的品牌铸造 221

第四节 媒介融合背景下电视业竞争策略研究 223

- 一、媒介融合的定义、表现形式及其对媒介产生的影响 224
- 二、媒介融合给电视业带来的机遇与挑战 225
- 三、当前电视业发展的可行性策略 227
- 四、进一步加强与其他媒介的融合发展 234
- 五、结论 235

第五节 媒介融合背景下广播媒体的品牌战略管理 235

- 一、广播媒体的品牌作用 235
- 二、广播媒体品牌战略管理存在的问题 236
- 三、广播媒体品牌战略管理的对策建议 237

第六节 我国广播电视业资本运营的核心问题与优化策略 239

一、当前我国广播电视资本运营的核心问题 240

二、对广播电视资本运营优化的策略建议 241

第六章 广播电视设备行业分析 244

第一节 广播电视设备业发展综合分析 244

一、我国广电设备发展现状 244

二、广电设备产业链分析 245

三、广电设备竞争格局分析 246

（一）前端设备竞争结构分析 247

（二）接入网竞争结构分析 248

（三）广电终端设备竞争结构分析 249

四、我国广播电视设备行业技术水平 251

第二节 广播电视设备业细分市场分析 252

一、网络改造推动前端设备持续增长 252

二、接入网改造市场规模 256

三、机顶盒市场规模 260

第三节 2013-2014年广播电视设备业发展分析 261

一、2013年广电设备制造领域发展状况分析 261

二、2013年国家广电成立设备制造商迎来成长契机 262

三、2013年工信部力促广播接收设备产业转型 266

四、2014年至2015年三网融合规划将出对广电设备需求的影响 266

第七章 2012-2013年中国广播电视设备制造业经济运行数据 269

第一节 2012-2013年全国广播电视设备制造业主要经济指标 269

一、2012年全国广播电视设备制造业主要经济指标 269

二、2013年全国广播电视设备制造业主要经济指标 270

第二节 2012-2013年全国及各省市广播电视设备制造业产销数据分析 271

一、2012年全国及各省市广播电视设备制造业产销数据分析 271

二、2013年全国及各省市广播电视设备制造业产销数据分析 279

第三节 2012-2013年全国及各省市广播电视设备制造业资产负债分析 286

一、2012年全国及各省市广播电视设备制造业资产负债分析 286

二、2013年全国及各省市广播电视设备制造业资产负债分析 291

第四节 2012-2013年全国及中国各省市广播电视设备制造业行业规模分析 297

一、2012年全国及各省市广播电视设备制造业行业规模分析 297

二、2013年全国及各省市广播电视设备制造业行业规模分析 300

第五节 2012-2013年全国及各省市广播电视设备制造业盈利能力分析 303

一、2012年全国及各省市广播电视设备制造业盈利能力分析 303

二、2013年全国及各省市广播电视设备制造业盈利能力分析 307

第八章 中国电视、广播行业重点企业分析 312

第一节 中视传媒股份有限公司 312

一、公司概况 312

二、2013年企业经营情况分析 313

三、2014年企业经营情况分析 313

四、2011-2014年企业财务数据分析 313

五、2014年公司发展展望及策略 315

第二节 上海东方明珠（集团）股份有限公司 317

一、公司概况 317

二、2013年企业经营情况分析 318

三、2014年企业经营情况分析 319

四、2011-2014年企业财务数据分析 319

五、2014年公司发展展望及策略 321

第三节 北京歌华有线电视网络股份有限公司 322

一、企业概况 322

二、2013年企业经营情况分析 323

三、2014年企业经营情况分析 324

四、2011-2014年企业财务数据分析 324

五、2014年公司发展展望及策略 326

第四节 深圳市天威视讯股份有限公司 328

一、公司概况 328

二、2013年企业经营情况分析 329

三、2014年企业经营情况分析 329

四、2011-2014年企业财务数据分析 330

五、2014年公司发展展望及策略 332

第五节 湖南电广传媒股份有限公司 333

一、公司概况 333

二、2013年企业经营情况分析 334

三、2014年企业经营情况分析 334

四、2011-2014年企业财务数据分析 334

五、2014年公司发展展望及策略 336

第六节 陕西广电网络传媒股份有限公司 339

一、企业概况 339

二、2013年企业经营情况分析 339

三、2014年企业经营情况分析 340

四、2011-2014年企业财务数据分析 340

五、2014年公司发展展望及策略 343

第九章 博思数据关于中国电视、广播产业投资分析及前景预测 345

第一节 “十二五”期间中国电视、广播产业发展展望 345

一、十二五规划力在三网融合 345

二、下一代广播电视网：实现有线网络互联互通 346

三、高清与3D：未来影视的方向 347

四、内容生产：以质量提高为主 347

五、体制改革：以制度为抓手 348

六、科技创新能力：将会显著提高 348

第二节 广电行业投资热点分析 349

一、大力推进台内数字化 349

二、大力推进有线电视数字化 350

三、大力推进无线广播电视的数字化 353

四、加快发展移动多媒体广播电视 355

五、大力推广直播卫星户户通 356

六、NGB关键技术布局 358

第三节 中国电视业发展趋势与策略 365

一、智能电视引领广电产业大变革 365

二、2014年电视产业将真正迎来智能时代 365

三、2015-2020年电视产业发展趋势 366

四、新媒体背景下电视地面频道发展探析	369
五、电视媒体进入“二次传播”新时代	373
第四节 中国数字电视业发展趋势与策略	377
一、中国数字电视行业发展影响因素分析	377
二、十二五我国数字电视产业发展形势分析	378
三、2016年全球配备数字电视的家庭数量	381
四、2020年我国地面数字电视广播覆盖网基本建成	382
第五节 中国广播产业发展新机遇与对策	382
一、当前广播发展面临的新机遇	382
二、不利于广播发展的障碍分析	384
三、把握和利用广播发展新机遇的思路	384

图表目录：

图表：2006-2013年我国广播电视覆盖率变化情况	20
图表：2006-2013年我国广播电视行业总收入变化情况	21
图表：2013年我国广播电视行业收入分布图	22
图表：2006-2013年我国广播电视广告收入变化情况	23
图表：2006-2013年有线电视网络收入变化情况	23
图表：2006-2013年全国有线电视用户情况	25
图表：2006-2013年数字电视用户增长情况	26
图表：2011年1-12月全国及各省市彩色电视机产量	66
图表：2012年1-12月全国及各省市彩色电视机产量	66
图表：2013年1-12月全国及各省市彩色电视机产量	67
图表：2014年1-2月全国及各省市彩色电视机产量	68
图表：2006-2013年中国有线数字电视用户市场规模	88
图表：2013-2015年中国有线数字电视用户市场规模预测	88
图表：“广电+移动运营商”手机产业模式	101
图表：“移动运营商+SP”手机电视产业模式	102
图表：手机电视运营商盈利模式	103
图表：手机电视超市型运营模式	104
图表：手机电视独立运营模式	104
图表：手机电视混合运营模式	105

图表：中国IPTV发展产业链示意图 115

图表：IPTV产业链示意图 121

图表：视频推送节点的主要功能图 123

图表：江苏省“十一五”广播影视发展主要成绩 164

图表：江苏省广播影视“十二五”发展主要指标 166

图表：“十二五”全省广电重点工程项目一览表 172

图表：广电设备产业链 246

图表：广电设备行业的波特五力分析 247

图表：中国数字电视前端硬件市场各厂商占有率情况 248

图表：不同EOC方案的主要设备生产商 249

图表：国内有线数字机顶盒各厂商占有率情况 250

图表：国内有线电视CA卡各厂商占有率情况 250

图表：广电网络构成 252

图表：前端设备主要功能 253

图表：我国数字前端设备市场份额 253

图表：我国高清数字电视用户规模预测 254

图表：互动电视平台的主要技术方案 255

图表：我国数字前端设备市场规模预测 255

图表：广电网络宽带接入三种方案比较 256

图表：我国双向网络改造技术方案市场份额 257

图表：我国广电网络双向改造EOC设备市场规模预测 258

图表：CCMTS网络架构 259

图表：“户户通”发展计划 261

图表：2013年中国广播电视设备制造行业主要生产企业 262

图表：三网融合阶段发展重要事件 263

图表：电信运营商与国家广电注册资本比较 265

图表：2012年1-12月广播电视设备制造业主要经济指标全国统计数据 269

图表：2013年1-12月广播电视设备制造业主要经济指标全国统计数据 270

图表：2012年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业销售产值统计数据 271

图表：2012年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业销售产值同比增长 272

图表：2012年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业主营业务收入统计数据 273

图表：2012年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业主营业务收入同比增长 274

图表：2012年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业产成品统计数据 275

图表：2012年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业产成品同比增长 276

图表：2012年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业存货统计数据 277

图表：2012年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业存货同比增长 278

图表：2013年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业销售产值统计数据 279

图表：2013年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业销售产值同比增长 280

图表：2013年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业主营业务收入统计数据 280

图表：2013年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业主营业务收入同比增长 281

图表：2013年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业产成品统计数据 282

图表：2013年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业产成品同比增长 283

图表：2013年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业存货统计数据 284

图表：2013年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业存货同比增长 285

图表：2012年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业资产合计 286

图表：2012年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业资产合计同比增长 287

图表：2012年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业流动资产合计 288

图表：2012年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业流动资产合计同比增长 289

图表：2012年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业负债合计 289

图表：2012年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业负债合计同比增长 290

图表：2013年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业资产合计 291

图表：2013年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业资产合计同比增长 292

图表：2013年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业流动资产合计 293

图表：2013年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业流动资产合计同比增长 294

图表：2013年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业负债合计 295

图表：2013年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业负债合计同比增长 296

图表：2012年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业企业单位数统计数据 297

图表：2012年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业从业人员平均人数统计数据 298

图表：2012年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业从业人员平均人数同比增长 299

图表：2013年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业企业单位数统计数据 300

图表：2013年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业从业人员平均人数统计数据 301

图表：2013年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业从业人员平均人数同比增长 301

图表：2012年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业利润总额统计数据 303

图表：2012年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业利润总额同比增长 304

图表：2012年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业亏损企业单位数统计数据 304

图表：2012年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业亏损企业亏损总额统计数据 305

图表：2012年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业亏损企业亏损总额同比增长 306

图表：2013年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业利润总额统计数据 307

图表：2013年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业利润总额同比增长 308

图表：2013年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业亏损企业单位数统计数据 309

图表：2013年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业亏损企业亏损总额统计数据 310

图表：2013年1-12月全国及各省市广播电视设备制造业亏损企业亏损总额同比增长 311

图表：2013年中视传媒股份有限公司主营构成数据分析表 313

图表：2011-2014年中视传媒股份有限公司主要财务数据分析表 314

图表：2011-2014年中视传媒股份有限公司利润构成与盈利能力分析表 314

图表：2011-2014年中视传媒股份有限公司经营能力分析表 314

图表：2011-2014年中视传媒股份有限公司发展能力分析表 315

图表：2011-2014年中视传媒股份有限公司资产与负债分析表 315

图表：2013年上海东方明珠（集团）股份有限公司主营构成数据分析表 319

图表：2011-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司主要财务数据分析表 319

图表：2011-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司利润构成与盈利能力分析 319

图表：2011-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司经营能力分析表 320

图表：2011-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司发展能力分析表 320

图表：2011-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司资产与负债分析表 320

图表：2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司主营构成数据分析表 324

图表：2013年北京歌华有线电视网络股份有限公司主营构成数据分析表 324

图表：2011-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司主要财务数据分析表 324

图表：2011-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司利润构成与盈利能力分析 325

图表：2011-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司经营能力分析表 325

图表：2011-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司发展能力分析表 325

图表：2011-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司资产与负债分析表 325

图表：2013年深圳市天威视讯股份有限公司主营构成数据分析表 330

图表：2011-2014年深圳市天威视讯股份有限公司主要财务数据分析表 330

图表：2011-2014年深圳市天威视讯股份有限公司利润构成与盈利能力分析表 330

图表：2011-2014年深圳市天威视讯股份有限公司经营能力分析表 331

图表：2011-2014年深圳市天威视讯股份有限公司发展能力分析表 331

图表：2011-2014年深圳市天威视讯股份有限公司资产与负债分析表 331

图表：2013年湖南电广传媒股份有限公司主营构成数据分析表 334

图表：2011-2014年湖南电广传媒股份有限公司主要财务数据分析表 335

图表：2011-2014年湖南电广传媒股份有限公司利润构成与盈利能力分析表 335

图表：2011-2014年湖南电广传媒股份有限公司经营能力分析表 336

图表：2011-2014年湖南电广传媒股份有限公司发展能力分析表 336

图表：2011-2014年湖南电广传媒股份有限公司资产与负债分析表 336

图表：2012年陕西广电网络传媒(集团)股份有限公司主营构成数据分析表 340

图表：2013年陕西广电网络传媒(集团)股份有限公司主营构成数据分析表 341

图表：2011-2014年陕西广电网络传媒(集团)股份有限公司主要财务数据分析表 341

图表：2011-2014年陕西广电网络传媒(集团)股份有限公司利润构成与盈利能力分析 341

图表：2011-2014年陕西广电网络传媒(集团)股份有限公司经营能力分析表 342

图表：2011-2014年陕西广电网络传媒(集团)股份有限公司发展能力分析表 342

图表：2011-2014年陕西广电网络传媒(集团)股份有限公司资产与负债分析表 342

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/chuanmei1507/P74380QWVT.html>