



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2012年信息传媒行业运营 态势分析及投资前景预测报告

一、调研说明

《2010-2012年信息传媒行业运营态势分析及投资前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/168469.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

艾凯数据研究中心是专业和专注的产业研究机构，拥有多年的产业研究、市场研究、市场调研、行业研究及项目咨询的专业经验，是中国市场领先的研究报告和竞争情报提供商。网站每天更新大量行业分析报告、图表资料、投资情报、竞争情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利。我们与国内各大数据源，（包括国家统计局、国家信息中心、国家海关总署、地方政府机构、行业协会等权威机构）建立战略合作关系，保障准确、权威、可靠的数据信息服务。本报告为艾凯数据研究中心原创，近期我公司发现一些不良公司及个人将本公司的报告目录原样或改头换面后挂在其网站或一些博客网站进行宣传销售，对不明情况的客户进行欺诈。本产业研究中心郑重声明：本报告为我单位原创，为确保您所购买报告的准确、真实、权威，请直接从本中心购买，我单位没有开展其它代理销售渠道，敬请识别，谨防上当受骗！

目录

第一章 信息传媒行业基本情况 1

第一节 信息传媒行业的定义及分类 1

第二节 2009年信息传媒行业在国民经济中的地位 3

第二章 2009年信息传媒行业发展环境分析 6

第一节 2009年宏观经济环境分析 6

一、宏观经济运行 6

第二节 2009年信息传媒行业政策环境分析 13

一、重点政策汇总 13

二、重点政策及重大事件分析 14

三、政策未来发展趋势 16

第三节 2009年信息传媒行业社会环境分析 18

第三章 2009年信息传媒行业发展情况分析 20

第一节 2009年传媒产业发展分析及预测 20

一、2009年信息传媒产业规模 20

二、2009年信息传媒产业结构 20

三、2010年信息传媒行业发展预测 21

第二节 2009年信息传媒行业投融资情况分析 23

一、行业投融资体制	23
二、传媒投资情况分析	23
三、兼并重组情况分析	24
第三节 2009年信息传媒行业运行主要特点	26
一、图书出版业转企改制，面临新突破	26
二、经济复苏带动广告业上扬	26
三、电影票房取得佳绩，政策推动逆势上扬	26
四、有线网络省网整合，广播电视体制改革取得新进展	26
五、政策扶持动漫产业快速发展	27
六、视频网络面临重整，网游管制更加规范	27
第四节 信息传媒产业的发展趋势	28
一、新媒体位居核心地位	28
二、传统媒体不断升级	28
第四章 信息传媒行业竞争状况分析	30
第一节 2009年信息传媒行业集中度情况分析	30
一、新闻出版业	30
二、电影业	30
三、广播电视业	30
四、互联网	31
第二节 信息传媒产业竞争特点分析	33
一、报业的竞争特点分析	33
二、网络电视业的SWOT分析	35
第三节 进入和退出壁垒分析	38
一、电影业	38
二、新闻出版业	38
三、互联网业	39
四、移动媒体业	39
五、广告业	39
第三节 2009信息传媒行业竞争结构分析	40
一、新闻出版业	40
二、电影业	41

第四节 2009年信息传媒行业生命周期分析 43

- 一、出版行业进入成熟期 43
- 二、广播电视行业进入成长期 43
- 三、互联网行业处于成熟期 44
- 四、移动媒体行业处于成长期 44
- 五、广告行业处于成熟期 45

第五章 世界传媒产业发展与概述 46

第一节 世界传媒产业发展现状 46

- 一、2009年全球传媒市场 46
- 二、全球传媒市场未来预测 47

第二节 美国传媒产业发展现状 49

- 一、广告业 49
- 二、新闻出版业 49
- 三、互联网业 50
- 四、电视业 50
- 五、总结 51

第三节 欧洲传媒产业发展现状 52

- 一、媒体并购倾向于向新媒体领域发展扩张 52
- 二、电视广播产业集中趋势愈加明显 52
- 三、巩固国内媒体集团的势力，支持积极向外扩张 52
- 四、总结 53

第六章 2009年信息传媒行业产业链分析 54

第一节 信息传媒行业产业链介绍 54

第二节 2009年信息传媒行业相关产业分析 54

- 一、通信行业 54
- 二、汽车业 56
- 三、房地产业 57

第三节 上游行业对信息传媒行业的影响分析 59

- 一、通信行业对信息传媒行业的影响 59
- 二、汽车行业对信息传媒行业的影响 59

三、房地产行业对信息传媒行业的影响 59

第七章 信息传媒产业细分地区分析及预测 61

第一节 北京市传媒产业发展现状 61

一、北京市传媒产业 61

二、北京传媒业发展特点 64

第二节 上海市传媒产业发展现状 65

一、上海传媒产业总体情况 65

二、上海出版业 65

三、上海动漫业 65

四、IPTV 66

五、CMMB 66

六、地铁电视 67

第八章 信息传媒产业细分子行业分析 68

第一节 新闻出版业分析 68

一、报业 68

二、期刊业 71

三、图书业 72

四、数字出版业 73

五、总结 75

第二节 广播电视电影业分析 76

一、广播电视产业 76

二、电影产业 77

三、影视业出口情况 79

四、动漫业 79

五、发展趋势 80

第三节 互联网媒体分析 81

一、网络经济规模 81

二、网民规模 81

三、网络应用 82

四、发展趋势 85

第四节 移动媒体分析 87

一、手机媒体 87

二、户外媒体 88

第五节 广告业分析 91

一、2009年广告业总体规模 91

二、广告投放产业 92

三、广告业未来发展预测 93

第九章 2009年信息传媒行业企业发展情况分析 94

第一节 行业内上市公司综合排名及各项指标排名 94

一、获利能力排名 94

二、经营能力排名 94

三、偿债能力排名 95

四、发展能力排名 96

五、综合排名 96

第二节 华谊兄弟发展情况分析 98

一、企业简介 98

二、股权关系结构图 98

三、经营状况分析 99

四、主导产品分析 100

五、企业经营策略和发展战略分析 101

六、SWOT分析 102

七、企业竞争力评价 102

第三节 博瑞传播发展情况分析 103

一、企业简介 103

二、股权关系结构图 103

三、经营状况分析 104

四、主导产品分析 105

五、企业经营策略和发展战略分析 106

六、SWOT分析 107

七、企业竞争力评价 107

第四节 中信国安发展情况分析 109

- 一、企业简介 109
- 二、股东关系结构图 109
- 三、经营状况分析 110
- 四、主导产品分析 111
- 五、企业经营策略和发展战略分析 112
- 六、SWOT分析 112
- 七、企业竞争力评价 113
- 第五节 北巴传媒发展情况分析 114
 - 一、企业简介 114
 - 二、股权关系结构图 114
 - 三、经营状况分析 115
 - 四、主导产品分析 116
 - 五、企业经营策略和发展战略分析 117
 - 六、SWOT分析 118
 - 七、企业竞争力评价 118
- 第六节 时代出版发展情况分析 119
 - 一、企业简介 119
 - 二、股权关系结构图 119
 - 三、经营状况分析 119
 - 五、企业经营策略和发展战略分析 122
 - 六、SWOT分析 123
 - 七、企业竞争力评价 123
- 第十章 信息传媒行业风险分析 124
 - 第一节 宏观经济环境风险 124
 - 第二节 产业政策风险 125
 - 一、优惠政策的取消 125
 - 二、政策对行业的严格监管 125
 - 第三节 经营环境风险 126
 - 第四节 企业风险 126
 - 一、信息失误风险 126
 - 二、财务风险 126

三、人力资源风险 127

四、直接市场风险 127

五、法律风险 127

第五节 技术风险 127

第六节 其他风险因素 128

一、关注通货膨胀风险 128

二、关注主权债务危机 128

第十一章 2009年信息传媒产业信贷建议 129

第一节 行业整体授信机会及建议 129

第二节 子行业授信机会及建议 130

一、出版业谨慎授信 130

二、有线电视业积极授信 130

三、电影行业积极授信 131

四、网游业谨慎授信 131

第三节 区域授信机会及建议 132

一、北京和上海将作为重点授信区域 132

二、西北、东北地区加大关注 132

附表

表1 信息传媒产业分类表 1

表2 2005-2010年中国信息传媒产业规模与预测 3

表3 信息传媒行业对国民经济的作用和贡献 5

表4 2009年信息传媒行业相关政策汇总 13

表5 信息传媒行业社会因素分析 18

表6 信息传媒产业细分市场规模 21

表7 2009年信息传媒行业兼并重组情况 24

表8 2009年全国电视收视市场收视份额排名 31

表9 2009年网络经济形态市场份额TOP5 32

表10 出版行业生命周期判断 43

表11 广播电视行业生命周期判断 44

表12 互联网行业生命周期判断 44

表13 移动媒体行业生命周期判断 44

表14 广告行业生命周期判断 45

表15 2005-2009年北京市报业出版情况 61

表16 2005-2009年北京市期刊出版情况 61

表17 2005-2009北京市图书出版情况 61

表18 2005-2009年北京市广播业情况 62

表19 2005-2009年北京市电视播出情况 62

表20 2005-2009年北京市电影业情况 63

表21 2005-2009年中国内地电影故事片产量表 77

表22 2005-2009年中国内地历年院线规模一览 78

表23 信息传媒行业上市公司获利能力排名 94

表24 信息传媒行业上市公司经营能力排名 94

表25 信息传媒行业上市公司偿债能力排名 95

艾凯数据研究中心发布的《2010-2012年信息传媒行业运营态势分析及投资前景预测报告》，内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

表26 信息传媒行业上市公司发展能力排名 96

表27 信息传媒行业上市公司综合排名 96

表28 华谊兄弟有限公司前十大股东 98

表29 2006年—2009年9月华谊兄弟财务情况分析 100

表30 2006年—2009年6月华谊兄弟主营业务构成情况 101

表31 博瑞传播前十大流通股股东 103

表32 2005年—2009年9月博瑞传播财务状况 105

表33 2005年—2009年6月博瑞传播主营业务构成情况 106

表34 中信国安前十大股东 109

表35 2005年—2009年9月中信国安财务情况 111

表36 2005年—2009年6月中信国安主营业务收入情况 112

表37 北巴传媒前十大股东 114

表38 2005年—2009年9月北巴传媒财务情况 116

表39 2005年—2009年6月北巴传媒主营业务收入构成情况 117

表40 时代出版前十大股东 119

表41 2005年—2009年9月时代传媒财务情况 121

表42 2005年—2009年时代传媒主营构成情况 122

附图

图1 2005-2009年信息传媒产业规模增长情况 3

图2 2005-2009年中国信息传媒产业占国民生产总值比重情况 4

图3 2005-2009年中国GDP增长情况 6

图4 2005-2009年中国固定资产投资总额 7

图5 2005-2009年工业增加值及其增长速度 8

图6 2005-2009年中国社会消费品零售总额情况 8

图7 2005-2009年中国进出口情况 9

图8 2005-2009年我国CPI、PPI变化情况 10

图9 2005-2009年M1、M2同比增速情况 10

图10 2005-2009年中国机构机构信贷情况 11

图11 2000-2009年我国人均GDP 19

图12 2005-2009年信息传媒产业规模增长情况 20

图13 2009年中国传媒产业细分市场规模 21

图14 2005-2009年报纸广告营业额及其增长速度 68

图15 2005-2009年我国出版报纸种数（种） 69

图16 2005-2009年新闻纸用纸量情况 70

图17 2005-2009年我国出版期刊总印数（亿册） 71

图18 2005—2009年中国内地电影票房收入 77

图19 2005—2009年中国内地院线影院及银幕增长情况 78

图20 2005-2010中国网络经济规模情况 81

图21 2005—2009年网民情况 82

图22 2005—2009年宽带网民情况 82

图23 2005—2009年网络游戏市场规模情况 83

图24 2009年网游市场份额情况 83

图25 2005—2008年B2B电子商务市场规模情况 84

图26 2005年—2008年中国网络招聘市场规模情况 84

图27 2005-2009年网络预订市场规模及增长情况 85

图28 2005-2009年中国广告增长情况 91

图29 2009年中国网络广告市场份额 92

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/168469.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。