



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2017年新媒体市场监测及 前景预测研究报告

一、调研说明

《2013-2017年新媒体市场监测及前景预测研究报告》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/219783.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

第一章、新媒体相关知识

第一节、新媒体定义及主要形式

一、新媒体定义

二、新媒体的主要形式

第二节、新媒体的特点分析

一、新媒体具有的主要特点

二、新媒体的传播特征及要求

三、新媒体的经济学特性

第二章、新媒体行业发展分析

第一节、新媒体行业综述

一、世界主要国家新媒体发展综述

二、中国新媒体行业发展概况

三、新媒体盈利模式探析

四、新媒体对国家软实力的建构与传播意义重大

第二节、2008-2011年中国新媒体发展分析

一、2008年中国新媒体产业发展情况

二、2009年国内新媒体发展特点

三、2010年新媒体行业发展概况

四、2011年中国新媒体产业的发展

第三节、三网融合带给新媒体行业重大变化

一、三网融合简介

二、我国三网融合推进状况

三、三网融合助推新旧媒体联动合作

四、三网融合下新媒体需与新媒介融合发展

第四节、3G产业环境下新媒体的机遇及发展策略

一、中国3G产业链发展逐渐成熟

二、3G产业发展获国家鼎力支持

三、3G技术推动新媒体向纵深发展

四、3G时代激发新媒体平台的融合化发展趋势

五、3G时代新媒体价值链的重组与提升

第五节、新媒体受众分析

- 一、新媒体目标群体分析
- 二、新媒体受众需求研究
- 三、新媒体受众媒介接触与消费情况调研
- 四、新媒体受众对"强制性"传播的反应分析

第六节、新媒体行业发展思考

- 一、中国新媒体产业发展的瓶颈
- 二、视听新媒体产业发展还需解决的问题
- 三、新媒体发展趋向及措施分析
- 四、中国新媒体未来发展战略探讨
- 五、新媒体业以差异化与精准化突围

第三章、网络新媒体

第一节、网络新媒体行业整体发展情况

- 一、中国互联网用户数量高速增长
- 二、互联网新媒体的突出特征
- 三、互联网新媒体主要分类
- 四、2010年中国网络媒体发展状况
- 五、2011年中国网络媒体发展状况

第二节、新闻网站

- 一、中国新闻网站发展历程
- 二、国内重点新闻网站简介
- 三、新闻网站市场化改革势在必行
- 四、新闻网站上市的实力及机遇分析
- 五、新闻网站改制上市策略分析
- 六、新华网转企改制案例研究
- 七、地方新闻网站转企改制案例分析

第三节、网络视频

- 一、网络视频发展概述
- 二、2010年中国网络视频市场分析
- 三、2011年中国网络视频市场分析

- 四、网络视频盈利模式全面透析
- 五、中国网络视频呈现主流化发展趋向
- 六、网络视频行业发展趋势展望

第四节、搜索引擎

- 一、搜索引擎传媒功能日益凸显
- 二、2010年中国搜索引擎市场分析
- 三、2011年中国搜索引擎市场分析
- 四、搜索引擎行业应加强自律和公众监督
- 五、中国搜索引擎市场的发展趋势

第五节、博客

- 一、中国博客市场发展现状
- 二、中国博客经济发展解析
- 三、微型博客的起源及优势分析
- 四、中美微型博客发展对比分析
- 五、微型博客价值与商业模式分析
- 六、微型博客发展前景探析

第六节、社交网站

- 一、中国社交网站发展概况
- 二、国内社交网站主流品牌发展状况
- 三、社交网站潜藏的问题分析
- 四、社交网站亟需走出盈利困境
- 五、社交网站商业价值有待深入挖掘

第四章、交互式网络电视（IPTV）

第一节、国际IPTV发展状况

- 一、IPTV行业概述
- 二、全球IPTV用户数量概况
- 三、亚太地区IPTV市场运行综况
- 四、未来全球IPTV市场利润预测

第二节、中国IPTV产业整体状况

- 一、中国IPTV产业链分析
- 二、国内IPTV行业现状分析

三、试点城市IPTV发展情况对比

四、非试点地区IPTV发展尚难确定

第三节、2008-2011年中国IPTV行业发展分析

一、2008年国内IPTV行业盘点

二、2009年我国IPTV行业发展回顾

三、2010年我国IPTV行业发展进入新阶段

四、2011年中国IPTV发展动态

第四节、中国IPTV用户分析

一、2003-2008年IPTV用户数量稳定增长

二、2009年我国IPTV用户数据分析

三、2010年我国IPTV用户数据概况

四、2011年我国IPTV用户数据分析

五、IPTV用户使用行为分析

第五节、中国IPTV市场存在的问题及对策分析

一、我国IPTV发展存在的问题及其原因分析

二、IPTV面临标准、市场及政策三重制约

三、电信运营商发展网络电视的五大障碍

四、中国IPTV发展策略探讨

五、进一步促进中国IPTV发展的建议

第六节、IPTV行业发展前景分析

一、中国IPTV市场前景广阔

二、IPTV市场发展趋势分析

三、IPTV四大增值业务发展预测

第五章、车载移动电视

第一节、移动数字电视行业总体分析

一、移动数字电视的分类

二、国内外移动电视行业概述

三、移动电视关键技术进展迅速

四、中国移动电视市场呈两极分化态势

五、移动电视市场广告效应分析

第二节、车载移动电视市场分析

- 一、中国车载移动电视市场发展迅猛
- 二、车载移动电视的SWOT分析
- 三、车载移动电视发展应加大力度
- 四、提升车载移动电视经营水平的建议
- 五、车载移动电视市场前景明朗

第三节、中国公交移动电视发展状况

- 一、公交移动电视与传统电视的特点比较
- 二、公交移动电视影响力持续上升
- 三、公交移动电视受众及收视率评估
- 四、中国公交移动电视市场格局解析

第四节、部分地区公交移动电视发展状况

- 一、广东公交移动电视经营状况
- 二、杭州公交移动电视发展情况
- 三、湖北公交移动电视运营分析

第五节、公交移动电视发展思考

- 一、公交移动电视行业制约因素分析
- 二、公交移动电视节目内容应注重原创性
- 三、公交移动电视行业精耕细作开拓新市场

第六节、其他车载移动电视

- 一、地铁电视成市场新增长点
- 二、出租车移动电视遭遇困境
- 三、铁路列车电视发展前景看好

第六章、手持电视（CMMB）行业分析

第一节、手持电视概述

- 一、手持电视简介
- 二、手持电视系统发展概述
- 三、手持电视主要业务形态
- 四、手持电视终端发展情况分析

第二节、CMMB市场分析

- 一、中国CMMB市场特点分析
- 二、CMMB商业应用迈出关键步伐

三、CMMB业务商用正式启动

四、区域市场CMMB发展动态

第三节、CMMB市场发展思考

一、CMMB发展尚存悬念

二、中国CMMB发展症结分析

三、CMMB内容创新是关键

四、CMMB盈利策略分析

第四节、手持电视发展前景分析

一、三网融合背景下CMMB的发展趋势

二、TD-CMMB收费业务前景有待观察

三、中国CMMB行业未来展望

第七章、手机媒体

第一节、手机媒体行业总体情况

一、手机功能进化助推手机媒体强势崛起

二、中国手机媒体取得长足发展

三、2010年中国手机媒体行业发展概况

四、2011年中国手机媒体行业发展状况

五、中国手机媒体的未来发展趋势

第二节、手机报

一、手机报传播方式分析

二、手机报产业链及运营模式分析

三、中国手机报市场进入高速成长期

四、手机报的用户特性分析

五、手机报用户消费行为分析

六、行业手机报的特点及发展思路

第三节、手机电视

一、手机电视概述

二、手机电视产业链及业务模式浅析

三、手机电视用户特征分析

四、手机电视用户行为分析

五、手机电视内容生产及监管分析

六、手机电视行业发展趋势

第四节、手机视频

- 一、手机视频概述
- 二、中国手机视频市场迅猛发展
- 三、中国手机视频用户行为研究
- 四、手机视频业务仍处于市场培育期
- 五、手机视频业务贴近用户的策略构想
- 六、三大动力促进手机视频市场推广

第五节、手机音频广播

- 一、手机广播的媒介特性
- 二、手机音频广播产业链及业务模式分析
- 三、手机音频广播用户特征
- 四、手机音频广播用户行为分析
- 五、广播业进入手机收听阶段
- 六、农村市场手机音频广播业务发展分析
- 七、手机音频广播面临难题
- 八、手机音频广播前景展望

第六节、手机小说

- 一、手机小说传播形式
- 二、手机小说的媒介特性分析
- 三、手机小说产业链及业务模式解析
- 四、国内手机小说市场蓬勃兴起
- 五、手机小说用户特征研究
- 六、手机小说用户行为分析
- 七、手机小说市场存在隐患

第七节、手机媒体行业前景分析

- 一、手机媒体社会影响日益增强
- 二、中国手机媒体呈现的几大态势
- 三、浅析手机媒体与微博客融合发展
- 四、手机媒体化发展前景广阔
- 五、手机媒体业务的发展趋势

第八章、其他新媒体

第一节、多媒体数字报

- 一、国外数字报纸发展特点及经验分析
- 二、数字报纸发展势不可挡
- 三、中国数字报行业现状
- 四、国内数字报发展案例研究
- 五、数字报收费问题发展探析
- 六、数字报价值提升策略分析

第二节、多媒体数字杂志

- 一、数字杂志新锐力量崛起
- 二、数字杂志消费者需求心理分析
- 三、数字杂志盈利机会与策略分析
- 四、数字杂志平台ZCOM经营之道解析

第三节、电子书

- 一、中国电子书产业发展迅速
- 二、电子书发展面临的三大挑战
- 三、电子书产业版权问题解析
- 四、电子书产业发展模式辨析
- 五、电子书技术发展方向

第四节、楼宇电视

- 一、楼宇电视传播特点概述
- 二、楼宇电视生存状态分析
- 三、楼宇电视行业遭遇诸多难题
- 四、楼宇电视行业可采取的发展策略

第九章、新媒体行业竞争分析

第一节、新媒体与传统媒体的竞争概况

- 一、传统媒体仍具竞争优势
- 二、新媒体具有的竞争优势分析
- 三、中国新媒体增长速度远超传统媒体
- 四、多形态新媒体对传统媒体形成强烈冲击

第二节、传统媒体在竞争中加快转型

- 一、传统媒体行业另辟蹊径谋发展
- 二、传统媒体积极介入新媒体领域
- 三、传统媒体转型策略及前景分析

第三节、新媒体行业的竞争对策

- 一、新媒体核心竞争力分析
- 二、新媒体竞争仍以内容为重点
- 三、新媒体行业综合竞争力提升策略

第四节、新媒体与传统媒体在竞争中融合

- 一、新媒体与传统媒体合作意义重大
- 二、新媒体与传统媒体跨界整合的障碍简述
- 三、传统电视媒体与网络媒体成行业合作先锋
- 四、中国广电行业新旧媒体融合案例研究

第十章、新媒体营销

第一节、新媒体营销综述

- 一、市场环境变化凸显新媒体营销价值
- 二、新媒体推动营销方式和思维变革
- 三、新媒体广告市场扩容
- 四、新媒体冲击下广告营销应采取的策略

第二节、网络媒体营销

- 一、网络媒体催生软化营销方式
- 二、搜索引擎营销现状及发展趋势探析
- 三、社交网站营销价值及模式分析
- 四、门户网站博客营销全面解析
- 五、微博迅速发展成为新兴营销工具

第三节、网络广告

- 一、多媒体广告在网络营销中的应用分析
- 二、中国网络广告核心媒体市场分析
- 三、2011年中国网络广告市场分析
- 四、长尾网络广告市场潜力巨大
- 五、中国网络广告市场趋势预测

第四节、手机媒体营销

- 一、手机媒体成营销价值新高地
- 二、手机报颠覆传统广告营销传播方式
- 三、手机杂志成广告营销重要平台
- 四、手机微博营销优势日益显现
- 五、手机媒体开启互动体验营销新时代

第五节、手机广告

- 一、手机媒体广告的模式
- 二、手机媒体广告的特性与优势
- 三、手机媒体广告形式及效果评估
- 四、中国手机广告市场发展分析
- 五、手机媒体广告的SWOT分析
- 六、手机媒体广告发展的制约因素及对策
- 七、3G手机广告业务的市场推广策略

第十一章、新媒体行业在重大事件活动中迅速发展

第一节、2008年奥运会期间新媒体发展分析

- 一、2008年新媒体首次大规模参与奥运会传播
- 二、新媒体奥运报道四大突出亮点
- 三、网络视频借力奥运取得飞跃性发展
- 四、2008年奥运期间新媒体版权保护经验及启示
- 五、奥运报道带给新媒体行业重大影响

第二节、2010年世界杯期间新媒体发展情况

- 一、新媒体全方位参与世界杯赛事播报
- 二、门户网站世界杯报道表现突出
- 三、视频网站借力世界杯大幅增收
- 四、世界杯期间微博成新媒体行业亮点
- 五、世界杯激活手机媒体潜在市场

第三节、2010年世博会期间新媒体分析

- 一、新媒体参与世博会走向成熟
- 二、中国新媒体行业组建世博报道联盟
- 三、世博会期间新媒体行业展开多屏联动
- 四、网上世博会取得巨大成功

第十二章、新媒体行业重点上市公司分析

第一节、上海东方明珠（集团）股份有限公司

- 一、公司简介
- 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

第二节、中视传媒股份有限公司

- 一、公司简介
- 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

第三节、成都博瑞传播股份有限公司

- 一、公司简介
- 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

第四节、湖南电广传媒股份有限公司

- 一、公司简介
- 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

第五节、北京歌华有线电视网络股份有限公司

- 一、公司简介
- 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

第六节、陕西广电网络传媒股份有限公司

- 一、公司简介
- 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

第七节、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

第十三章、新媒体行业投资及前景分析

第一节、新媒体行业投资机遇及建议

- 一、新媒体成传媒行业的投资新热点
- 二、数字新媒体业面临宽带业务投资机遇
- 三、新媒体产业盈利模式浅析
- 四、新兴媒体行业投资建议
- 五、新媒体VC投资策略分析

第二节、中国新媒体投资领域的问题思考

- 一、新媒体过度资本化
- 二、国际资本的跨国控制
- 三、国有资本和民营资本的平衡发展
- 四、专业属性和资本属性

第三节、新媒体行业前景分析

- 一、中国新媒体行业发展前景广阔
- 二、2013-2017年中国新媒体行业预测分析
- 三、未来新媒体的总体趋势
- 四、我国新媒体行业发展的趋势
- 五、中国新媒体市场发展趋势预测

附录

附录一：互联网信息服务管理办法

附录二：互联网等信息网络传播视听节目管理办法

附录三：广电总局关于加强移动数字电视试验管理有关问题的通知

图表目录：

图表 媒体成本收益曲线图对比

图表 受众接收垃圾邮件态度和行为评分

图表 接收不同数量垃圾邮件的用户态度行为评分

图表 受众对公交电视的认知和行为评分情况

图表 受众对楼宇电视认知与态度评分

图表 受众接触频率与认知行为对比

图表 受众接触时长与认知行为比较

图表 新媒体产业价值链

图表 动漫产业链

图表 2002-2010年中国网民规模与普及率

图表 2009-2010年中国手机上网网民规模

图表 四大媒体典型特征比较

图表 五大互联网新媒体典型特征比较

图表 人民网舆情监测室发布的2010年20大热点事件

图表 2010年突发公共事件领域分布

图表 中国网络视频市场总体收入规模变化情况

图表 中国网页搜索请求量规模

图表 中国搜索引擎用户人均搜索请求量

图表 搜索请求量规模增长驱动分析模型

图表 中国搜索引擎市场营收份额

图表 中国网页搜索请求量市场份额

图表 2010年中国搜索引擎市场营收份额

图表 2005-2014年中国搜索引擎市场规模及预测

图表 2002-2014年中国搜索引擎用户覆盖率

图表 中美微型博客处于不同发展阶段

图表 中美微型博客市场表现的差异

图表 微型博客价值的体现

图表 个人用户市场微型博客商业模式

图表 企业微型博客商业价值的体现

图表 主流SNS网站用户使用频次每周2次以上比例统计

图表 51.com用户品牌消费分享状况与渠道统计

图表 51.com用户品牌消费价值观统计

图表 十大试点城市IPTV发展情况（一）

图表 十大试点城市IPTV发展情况（二）

图表 十大试点城市IPTV发展情况（三）

图表 十大试点城市IPTV发展情况（四）

图表 我国IPTV用户数量及增长情况

图表 网络电视IPTV的内容及应用示意图

图表 网络电视IPTV产业链示意图

图表 中国车载公交移动电视终端发展及增长率

图表 中国车载公交视听系统市场品牌结构（已装车辆和播放终端）

图表 "过去一个月的媒体接触"调查结果

图表 乘坐公交车出行的主要目的

图表 收看公交移动电视与传统电视的时间段

图表 国内16城市公交移动电视平均收视率

图表 广东电视台移动电视频道的节目版式

图表 移动多媒体广播总体架构

图表 三种不同形式新闻报纸的特点比较

图表 手机报产业链结构图

图表 "半年内使用过手机报"用户调查结果

图表 手机报用户与非手机报用户的年龄比较

图表 手机报用户与非手机报用户的性别比较

图表 手机报用户与非手机报用户学历比较

图表 手机报用户与非手机报用户从业性质比较

图表 手机报用户与非手机报用户地区比较

图表 用户对手机报业务的了解渠道

图表 用户不使用手机报业务的原因

图表 不考虑阻碍因素而愿意使用手机报的用户比例

图表 影响用户订阅手机报的阻碍因素比较

图表 用户对手机报提供商的认知程度

图表 用户对手机报业务的重视程度

图表 用户对手机报内容量的看法

图表 用户对手机报新闻内容详细程度的看法

图表 手机报的阅读操作方便性的看法

图表 手机报与普通报纸相比较的优点

图表 手机报将对普通报纸的替代性判断

图表 非手机报用户关注纸质报纸的内容

图表 被访者在互联网上阅读新闻信息的频度比较

图表 手机电视产业链结构

图表 半年内使用过手机电视的用户比例

图表 手机电视用户与非手机电视用户的年龄比较

图表 手机电视用户与非手机电视用户的性别比较

图表 手机电视用户与非手机电视用户学历比较

图表 手机电视用户与非手机电视用户从业性质比较

图表 手机电视用户与非手机电视用户地区比较

图表 用户对手机电视业务的了解渠道

图表 用户没有使用过手机电视服务的原因分析

图表 不考虑阻碍因素而愿意定制手机电视的用户比例

图表 影响用户订阅手机电视的阻碍因素比较

图表 用户关注的手机电视节目内容

图表 用户对手机电视操作便利性认知

图表 手机电视发展的内容影响因素

图表 用户对手机电视的使用场景

图表 用户平均每天观看手机电视节目时长

图表 手机视频产业链结构

图表 2010年手机视频用户性别分布状况

图表 2010年手机视频用户年龄分布

图表 2010年手机视频用户上网时长

图表 2010年手机上网用户不使用手机视频的原因

图表 2010年手机视频用户使用的手机视频业务

图表 2010年手机视频用户经常访问的手机视频网站类型

图表 2010年手机视频用户愿意付费的手机视频节目

图表 2010年手机视频用户对手机视频广告的态度

图表 手机视频目前存在的问题

图表 手机音频广播的产业链结构

图表 "半年内使用过手机音频广播服务的用户比例"调查结果

图表 手机音频广播用户与非手机音频广播用户年龄比较

图表 手机音频广播用户与非手机音频广播用户性别比较

图表 手机音频广播用户与非手机音频广播用户学历比较

图表 手机音频广播用户与非手机音频广播用户从业性质比较

图表 手机音频广播用户与非手机音频广播用户的地区比较

图表 用户对手机音频广播的了解渠道

图表 用户没有使用过手机音频广播服务的原因

图表 不考虑阻碍因素而愿意使用手机音频广播服务的用户比例

图表 影响用户使用手机音频广播的阻碍因素比较

图表 用户对手机音频广播的关注内容

图表 手机音频广播与普通音频广播相比较的优点

图表 手机音频广播与普通音频广播相比较的不足

图表 手机音频广播用户关注的互联网广播内容

图表 非手机音频广播用户使用收音机广播的频率

图表 非手机音频广播用户使用互联网广播的比例

图表 非手机音频广播用户的互联网广播使用内容

图表 三种不同形式小说的特点比较

图表 手机小说产业链结构

图表 "半年内使用过手机小说服务"的用户调查结果

图表 手机小说用户与非手机小说用户的年龄比较

图表 手机小说用户与非手机小说用户性别比较

图表 手机小说用户与非手机小说用户学历比较

图表 手机小说用户与非手机小说用户从业性质比较

图表 手机小说用户与非手机小说用户地区比较

图表 用户对手机小说业务的认知渠道

图表 用户没有使用过手机小说服务的原因分析

图表 不考虑阻碍因素而愿意使用手机小说的用户比例

图表 影响用户使用手机小说的阻碍因素比较

图表 用户关注手机小说的类型

图表 手机小说相对于纸面小说的优点

图表 手机小说的不足之处

图表 用户通过手机直接上网来下载小说的比例

图表 用户通过手机上网来下载小说的频率

图表 非手机小说用户使用的阅读载体

图表 用户在互联网寻找并阅读小说的方式

图表 网民对各种媒体广告的信任程度

图表 重点新媒体与传统媒体广告收入增长速度比较

图表 重点新媒体与传统媒体市场份额

图表 国内三大门户网站奥运博客比较分析

图表 互联网广告投放月度走势

图表 互联网广告增长率

图表 互联网广告投放变化趋势

图表 互联网广告投放增长率

图表 各行业互联网广告市场价值

图表 汽车类互联网广告主Top10

图表 计算机及电子产品互联网广告主Top10

图表 时尚类互联网广告主Top10

图表 快速消费品分类互联网广告主Top10

图表 财经类互联网广告主Top10

图表 娱乐类互联网广告主Top10

图表 房地产类互联网广告主Top10

图表 招聘类互联网广告主Top10

图表 交友聊天类互联网广告主Top10

图表 中国网络广告市场核心媒体市场份额

图表 中国核心媒体网络广告营收规模变化趋势

图表 核心媒体网络广告市场营收规模

图表 传统网络广告和两类长尾网络广告的特征比较

图表 手机WAPUSH助力康师傅冰红茶冰力先锋乐队全国选拔大赛

图表 手机互动助力北京三里屯VILLAGE商场

图表 长安奔奔彩信体验营销执行策略

图表 长安奔奔彩信体验营销效果

图表 手机媒体广告SWOT分析

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、产品情况

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、产品情况

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、产品情况

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、产品情况

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 2012年1-3月电广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、产品情况

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、产品情况

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 2012年第一季度新媒体行业上市公司盈利能力指标分析

图表 2011年新媒体行业上市公司盈利能力指标分析

图表 2010年新媒体行业上市公司盈利能力指标分析

图表 2012年第一季度新媒体行业上市公司成长能力指标分析

图表 2011年新媒体行业上市公司成长能力指标分析

图表 2010年新媒体行业上市公司成长能力指标分析

图表 2012年第一季度新媒体行业上市公司营运能力指标分析

图表 2011年新媒体行业上市公司营运能力指标分析

图表 2010年新媒体行业上市公司营运能力指标分析

图表 2012年第一季度新媒体行业上市公司偿债能力指标分析

图表 2011年新媒体行业上市公司偿债能力指标分析

图表 2010年新媒体行业上市公司偿债能力指标分析

图表 2013-2017年中国新媒体行业市场规模预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/219783.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提供专业投资咨询报告、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。