



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国新传媒运行态势及投资前景分析报告

一、调研说明

《2015-2020年中国新传媒运行态势及投资前景分析报告》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/253314.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

第一部分 行业发展分析

第一章 新媒体相关概述 1

第一节 新媒体的概念及特性 1

一、新媒体的定义 1

二、新媒体的特点 1

三、新媒体的经济学特性 2

第二节 新媒体发展模式分析 4

一、新媒体的内涵及传播特征 4

二、新媒体发展条件 5

三、新媒体内容 6

四、运营与赢利模式 7

五、目标群体分析 8

第三节 新媒体传播的特点及对营销传播的影响 9

一、新媒体的传播特点分析 9

二、新媒体传播对营销传播的影响 11

第二章 中国新媒体行业发展环境分析 14

第一节 国际宏观经济环境分析 14

一、2013年世界经济形势与展望 14

二、2014年世界经济形势依然严峻 22

第二节 中国宏观经济环境分析 24

一、2013年我国宏观经济运行形势分析 24

二、2015-2020年中国宏观经济发展展望 37

第三节 2009-2014年中国新媒体行业发展的政策环境 41

一、中国传媒业知识产权政策 41

二、文化传媒业对外开放政策 48

三、2009年互联网视听节目许可制度施行 53

四、《信息网络传播视听节目许可证》申报程序 54

五、2009年《电子出版物出版管理规定》正式实施 57

六、2009年《中央补助地方文化体育与传媒事业发展专项资金管理暂行办法》 69

七、2010年文化产业振兴规划 73

八、2011年九部门发布金融支持文化产业振兴发展指导意见 74

九、2011年国家广电总局加强互联网视听节目发展和管理 84

十、2011年十二五国家重点音像电子出版方向确定 86

第三章 中国新媒体行业发展现状分析 88

第一节 新媒体行业发展概况 88

一、中国新媒体产业发展情况 88

二、中国新媒体发展前景广阔 88

三、新媒体传播研究热点述评 89

四、新媒体的发展优势和隐忧 92

五、中国新媒体广告增长远超传统媒体 95

第二节 2011-2013年新媒体产业发展情况分析 96

一、2011年新媒体产业发展状况分析 96

二、2012年新媒体产业发展状况分析 97

三、2012年中国新媒体发展亮点透析 98

四、2013年新媒体发展盘点与展望 101

五、2013年新媒体产业成为传播主渠道 106

六、2013年新媒体产业商业模式分析 108

第三节 中国新媒体产业受众及需求分析 111

一、用户的需求与使用特点发生改变 111

二、针对需求变化提供新媒体产品 112

三、需求演变带来媒体角色的新变化 114

第四节 新媒体新闻事件话语传播价值解读 115

一、新媒体新闻事件的厘定 115

二、新媒体新闻事件话语传播价值的四个向度 115

三、新媒体新闻事件的变异与思考 117

四、新媒体新闻事件结语 118

第五节 中国新媒体动漫产业发展分析 118

一、网络动漫发展分析 118

二、手机动漫成引擎 123

第二部分 细分行业分析

第四章 移动媒体行业发展概况 125

第一节 移动媒体行业发展分析 125

一、移动新媒体的发展概况	125
二、移动新媒体发展的误区	133
三、移动新媒体的发展趋势	134
四、移动新媒体的商业模式创新	136
第二节 移动媒体市场分析	138
一、移动多媒体应用产业发展分析	138
二、移动新媒体成广告市场的重要力量	140
三、移动媒体发展存在的难题	142
第三节 移动媒体行业投资前景分析	143
一、移动终端的新媒体投资机遇分析	143
二、移动多媒体的投资机遇分析	146
三、移动媒体发展的趋势	146
第五章 移动电视媒体发展分析	148
第一节 移动电视行业发展总体分析	148
一、2014年移动电视行业发展总体分析	148
二、移动电视开通城市数量增长迅速	148
三、中国移动电视市场格局分析	149
四、2013年移动电视技术步入65纳米时代	151
第二节 移动电视营运分析	152
一、数字移动电视运营模式分析	152
二、移动电视的盈利模式分析	155
三、数字移动电视产业化运营的战略分析	156
第三节 车载电视发展分析	159
一、车载电视成投资新宠	159
二、车载移动电视市场发展现状	160
三、车载移动电视的都市传播功能	161
四、2013中国公交移动电视发展分析	165
第四节 移动电视发展预测	166
一、2014年全球移动电视蕴藏巨大商机	166
二、2014年全球移动电视出货量预测	168
三、2014年全球移动电视市场消费预测	169
第六章 手机媒体及其业务发展分析	170

第一节 手机媒体市场发展分析 170

一、手机媒体的形态与内容分析 170

二、手机媒体的用户与需求分析 173

三、手机媒体的机遇与挑战分析 177

四、手机媒体已成"第五媒体" 181

第二节 手机电视发展分析 183

一、中国手机电视市场初具规模 183

二、2010年中国手机电视终端市场迅速扩张 184

三、2011年中国手机电视新媒体的国家责任 186

四、2011年中国手机电视突破垄断进军国外市场 188

五、2011年中国移动手机电视业务G3正式商用 189

六、2014年中国手机电视市场规模预测 190

七、2014年我国手机电视市场发展趋势透析 191

八、2014年3G手机电视用户预测 196

第三节 手机游戏发展分析 197

一、2012年中国手机游戏行业现状 197

二、2012年度手机游戏市场规模分析 199

三、2013年中国手机游戏用户规模 202

四、2013年手机游戏产业经济营收情况分析 203

五、2013年手机游戏的营销模式机遇 204

六、2013年手机游戏用户调查解析 207

七、2014年中国手机游戏复合增长率预测 216

八、2014年中国手机游戏市场预测 217

第四节 手机短信发展分析 219

一、2012年中国手机短信发送量 219

二、2013年中国手机短信发送量 220

三、2014年全球短信业务收入预测 221

第五节 手机广告发展分析 222

一、3G时代中国手机广告发展形势 222

二、手机广告市场发展路径特点分析 224

三、我国手机广告发展存在的问题及对策 228

四、2013年手机广告市场规模预测 230

五、手机广告市场前景看好	231
第七章 中国IPTV产业发展分析	233
第一节 中国IPTV市场发展分析	233
一、我国IPTV发展前景分析	233
二、影响IPTV发展因素	233
三、IPTV应突破传统定价模式	235
四、中国IPTV市场上演激烈竞争	236
第二节 2012-2014年IPTV市场分析及预测	242
一、中国IPTV市场运营商、系统厂商竞争格局	242
二、2012年影响IPTV的九大事件	247
三、2012年中国IPTV市场回顾与展望	250
四、2013年全球及亚洲IPTV发展分析	251
五、2014年IPTV用户数量增长情况预测	253
六、中国IPTV市场发展面临的问题	254
七、中国IPTV市场涌现的五种商业模式	255
八、“三网合一”背景下的IPTV产业研究	260
第三节 未来数字电视与IPTV市场竞争分析	264
一、未来数字电视与IPTV市场竞争总述	264
二、IPTV与数字电视的异同	267
三、数字电视与IPTV市场目标客户分析	268
四、数字电视与IPTV市场业务内容分析	268
五、数字电视与IPTV市场运营系统分析	269
六、其他影响IPTV和数字电视竞争的因素	270
第四节 IPTV发展趋势分析	271
一、2015-2020年IPTV技术发展趋势	271
二、2015-2020年IPTV行业发展情况预测及策略	279
第八章 其它网络媒体及其业务发展分析	284
第一节 网络视频	284
一、网络视频发展概况	284
二、网络视频业助推影视剧产业发展	287
三、网络视频业发展面临的问题	288
四、网络视频良性发展分析	288

五、2014年网络视频业发展预测 290

第二节 网络博客 292

一、中国博客规模发展情况 292

二、2013年中国轻博客发展分析 293

三、中文微型博客的发展现状及对策 294

四、博客发展趋势分析 297

五、未来博客发展方向分析 300

第三节 网络游戏 302

一、2011年中国网络游戏市场发展数据分析 302

二、2012年中国网络游戏市场规模 308

三、2012年中国网络游戏行业盘点 314

四、2013年中国网游市场收入分析 322

五、中国网络游戏市场存在的主要问题 323

六、中国网络游戏业发展的五大走势 324

第四节 网络广告 326

一、网络广告的发展研究综述 326

二、2012年中国网络广告行业发展分析 336

三、2012年中国网络广告市场竞争分析 340

四、2013年我国网络广告市场规模情况 343

五、2013年我国网络广告市场盘点 344

六、2014年中国网络广告市场规模预测 349

第三部分 行业竞争格局

第九章 新媒体竞争格局分析 351

第一节 传统媒体与新媒体的竞争与发展 351

一、新媒体与传统媒体竞争分析 351

二、传统媒体与新兴媒体的竞争格局 352

三、中国新媒体与传统媒体竞争发展 355

第二节 新媒体竞争现状分析 357

一、国内新媒体竞争进入2.0时代 357

二、新媒体同质化竞争加速行业洗牌 358

三、渠道型新媒体混乱的圈地竞争 360

四、外资角逐我国新媒体市场 363

第三节 新媒体竞争策略分析 364

一、三网融合背景下新媒体的竞争策略 364

二、提高新媒体核心竞争力策略 366

第十章 新媒体行业领先企业分析 367

第一节 北京歌华有线电视网络股份有限公司 367

一、公司概况 367

二、2013年企业经营情况分析 368

三、2014年企业经营情况分析 370

四、2013-2014年企业财务数据分析 370

第二节 上海东方明珠（集团）股份有限公司 375

一、公司概况 375

二、2013年企业经营情况分析 376

三、2014年企业经营情况分析 380

四、2013-2014年企业财务数据分析 380

第三节 成都博瑞传播股份有限公司 385

一、公司概况 385

二、2013年企业经营情况分析 386

三、2014年企业经营情况分析 388

四、2013-2014年企业财务数据分析 389

第四节 上海新华传媒股份有限公司 393

一、公司概况 393

二、2013年企业经营情况分析 394

三、2014年企业经营情况分析 396

四、2013-2014年企业财务数据分析 396

第五节 湖南电广传媒股份有限公司 401

一、公司概况 401

二、2013年企业经营情况分析 402

三、2014年企业经营情况分析 406

四、2013-2014年企业财务数据分析 408

第六节 中视传媒股份有限公司 413

一、公司概况 413

二、2013年企业经营情况分析 414

三、2014年企业经营情况分析	416
四、2013-2014年企业财务数据分析	416
第七节 陕西广电网络传媒股份有限公司	421
一、公司概况	421
二、2013年企业经营情况分析	423
三、2014年企业经营情况分析	424
四、2013-2014年企业财务数据分析	424
第四部分 发展趋势及策略	
第十一章 2015-2020年新媒体行业投资及发展趋势	430
第一节 新媒体行业投资分析	430
一、新媒体的盈利方式分析	430
二、理性投资新媒体行业	431
三、投资业看好新媒体概念	433
第二节 2014年新媒体行业发展趋势	434
一、2014年中国新媒体产业十大趋势	434
二、2014年中国新媒体市场发展预测	436
四、2014年中国新媒体市场规模预测	437
第三节 中国电视与网络新媒体融合发展	441
一、电视与新媒体的融合	441
二、市场竞争及优势互补融合	446
第四节 中国报业必将转型为新媒体机构	447
一、传媒环境的变化	448
二、未来的传媒格局	452
三、新媒体环境下的报业发展	455
四、转型之路——“化被动为主动”	457
第十二章 2015-2020年新媒体行业发展策略	459
第一节 新媒体发展模式及策略分析	459
一、新媒体动漫营销的新模式	459
二、户外新媒体的价值创新路径	461
三、户外新媒体的发展策略	463
四、广播电视新媒体的发展策略	464
五、新媒体整合营销传播策略	465

第二节 传统电视的新媒体发展策略 468

一、新媒体对传统电视的影响 468

二、传统电视的新媒体发展策略 471

第三节 英国第四频道新媒体品牌运营策略 474

一、全方位多渠道拓展品牌内涵 474

二、建立新旧媒体融合统一的品牌形象 474

三、实现传统电视节目内容的传播增值 474

四、提升新媒体形态下的品牌核心竞争力 475

五、在互动中提升品牌影响力 475

图表目录：

图表：新媒体的经济学特性 3

图表：2013-2014年美国GDP季度环比增长率 14

图表：2009-2014年美国消费信贷指数 15

图表：2009-2014年美国GDP、消费、投资和出口折年率季度同比增长 15

图表：2013年美国产能利用率对比 16

图表：08年12月-2013年12月美国月度失业率情况 16

图表：1996-2013年欧盟16国GDP季度同比增长率 17

图表：1996-2013年欧盟16国失业率 18

图表：1996-2012年欧洲16国商品与服务季度出口额 18

图表：2013-2014年欧元区零售同比增长情况 21

图表：2006-2013年我国季度GDP增长率 24

图表：2009-2014年我国三产业增加值季度增长率 25

图表：2009-2014年我国CPI、PPI运行趋势 26

图表：2009-2014年进出口走势图 27

图表：2009-2014年固定资产投资走势图 28

图表：2013年我国各地区城镇固定资产投资累计同比增长率 28

图表：2009-2014年我国中央与地方投资累计同比增长率 29

图表：2009-2014年我国社会消费品零售总额走势图 30

图表：2013-2014年我国消费者信心指数走势图 30

图表：2009-2014年我国工业增加值走势图 31

图表：2009-2014年我国货币供应量 32

图表：2009-2014年我国存贷款同比增速走势图 33

图表：2009-2014年我国月度新增贷款量 33

图表：2009-2014年我国外汇储备及美国国债量 34

图表：传统媒体与新媒体收益与成本分析 126

图表：2006-2013年中国手机市场规模及预测 184

图表：2009-2013年中国手机电视用户规模与增长 190

图表：2009 - 2013年中国手机电视业务市场规模增长及预测 190

图表：2006-2013年中国手机游戏行业总体市场规模 200

图表：2006-2013年中国移动手机游戏总体信息费收入 201

图表：2007-2014年中国手机游戏市场规模及增长率 201

图表：2013年中国手机游戏用户年龄分布 208

图表：2013年中国手机游戏用户地区（省份）分布 209

图表：2013年中国手机游戏用户收入分布 210

图表：2013年中国手机游戏用户受教育程度分布 210

图表：2013年中国手机游戏用户包月流量情况分布 211

图表：2013年中国手机游戏用户流失原因分布 212

图表：2013年中国手机游戏用户上网流量花费情况分布 212

图表：2013年中国手机游戏用户参与手机游戏的地点情况分布 213

图表：2013年中国单机手机游戏用户平均下载量分布 214

图表：2011-2014年中国手机游戏用户规模预测 217

图表：2011-2014年中国手机游戏市场规模预测 218

图表：广电运营商的SWOT分析 237

图表：电信运营商的SWOT分析 238

图表：IPTV领域广电和电信的博弈矩阵 239

图表：运营商的SWOT分析 243

图表：IPTV领域广电和电信的博弈矩阵 246

图表：2005-2013年中国IPTV用户数 250

图表：2011年亚洲地区IPTV发展的状况 252

图表：IPTV 五种商业模式基本情况对比 260

图表：2013-2014中国网络视频市场规模 286

图表：2006年1季度-2013年4季度中国网络游戏市场规模 302

图表：2006年4季度-2013年4季度中国网络游戏市场集中度 303

图表：2013年4季度中国网络游戏市场细分份额 303

图表：2013年4季度中国各网络游戏类型比例 303

图表：2013年4季度中国网络游戏产地分布 304

图表：2013年4季度中国网络游戏收费模式占比 304

图表：2013年4季度网络游戏运营商市场规模份额TOP10 305

图表：2013年4季度中国网络游戏运营商市场规模TOP15 305

图表：2013-2014年中国网页游戏用户付费率 308

图表：2009年Q3与2014年Q3中国网络游戏市场季度收入规模对比 309

图表：2009年Q3-2014年Q3中国网络游戏市场收入规模 310

图表：2014年Q3网络游戏运营商市场规模份额TOP10 311

图表：2009年Q3-2014年Q3中国网络游戏市场收入规模 311

图表：2014年Q3网络游戏运营商市场规模份额TOP10 312

图表：2009-2014年3季度中国网游市场规模 312

图表：2005-2014年中国网络广告市场规模 337

图表：2010年中国GDP企业景气指数及品牌网络广告主数量变化趋势 338

图表：2005-2014年中国品牌网络广告细分形式结构趋势预测 339

图表：2013年中国网络广告市场核心媒体市场份额 340

图表：2005-2013年中国网络广告市场核心媒体网络广告营收规模变化趋势 341

图表：2013年中国网络广告市场核心媒体网络广告营收规模 343

图表：2011-2014年中国网络广告市场规模预测 349

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司主营构成表 370

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司流动资产表 370

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司长期投资表 371

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司固定资产表 371

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司无形及其他资产表 371

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司流动负债表 371

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司长期负债表 372

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司股东权益表 372

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司主营业务收入表 372

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司主营业务利润表 372

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司营业利润表 373

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司利润总额表 373

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司净利润表 373

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司每股指标表	373
图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司获利能力表	373
图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司经营能力表	374
图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司偿债能力表	374
图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司资本结构表	374
图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司发展能力表	374
图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司现金流量分析表	375
图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司主营构成表	380
图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司流动资产表	381
图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司长期投资表	381
图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司固定资产表	381
图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司无形及其他资产表	381
图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司流动负债表	381
图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司长期负债表	382
图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司股东权益表	382
图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司主营业务收入表	382
图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司主营业务利润表	383
图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司营业利润表	383
图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司利润总额表	383
图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司净利润表	383
图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司每股指标表	383
图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司获利能力表	384
图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司经营能力表	384
图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司偿债能力表	384
图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司资本结构表	384
图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司发展能力表	385
图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司现金流量分析表	385
图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司主营构成表	389
图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司流动资产表	389
图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司长期投资表	389
图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司固定资产表	389
图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司无形及其他资产表	390

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司流动负债表 390

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司长期负债表 390

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司股东权益表 390

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司主营业务收入表 391

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司主营业务利润表 391

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司营业利润表 391

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司利润总额表 391

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司净利润表 391

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司每股指标表 392

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司获利能力表 392

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司经营能力表 392

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司偿债能力表 392

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司资本结构表 393

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司发展能力表 393

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司现金流量分析表 393

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司主营构成表 396

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司流动资产表 397

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司长期投资表 397

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司固定资产表 397

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司无形及其他资产表 398

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司流动负债表 398

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司长期负债表 398

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司股东权益表 398

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司主营业务收入表 399

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司主营业务利润表 399

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司营业利润表 399

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司利润总额表 399

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司净利润表 399

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司每股指标表 400

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司获利能力表 400

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司经营能力表 400

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司偿债能力表 400

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司资本结构表 401

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司发展能力表 401

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司现金流量分析表 401

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司主营构成表 408

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司流动资产表 408

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司长期投资表 408

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司固定资产表 408

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司无形及其他资产表 409

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司流动负债表 409

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司长期负债表 409

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司股东权益表 410

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司主营业务收入表 410

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司主营业务利润表 410

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司营业利润表 410

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司利润总额表 410

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司净利润表 411

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司每股指标表 411

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司获利能力表 411

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司经营能力表 411

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司偿债能力表 412

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司资本结构表 412

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司发展能力表 412

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司现金流量分析表 412

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司主营构成表 416

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司流动资产表 416

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司长期投资表 417

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司固定资产表 417

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司无形及其他资产表 417

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司流动负债表 417

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司长期负债表 418

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司股东权益表 418

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司主营业务收入表 418

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司主营业务利润表 418

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司营业利润表 418

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司利润总额表 419

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司净利润表 419

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司每股指标表 419

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司获利能力表 419

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司经营能力表 420

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司偿债能力表 420

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司资本结构表 420

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司发展能力表 420

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司现金流量分析表 421

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司主营构成表 424

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司流动资产表 425

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司长期投资表 425

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司固定资产表 425

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司无形及其他资产表 426

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司流动负债表 426

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司长期负债表 426

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司股东权益表 426

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司主营业务收入表 427

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司主营业务利润表 427

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司营业利润表 427

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司利润总额表 427

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司净利润表 427

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司每股指标表 428

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司获利能力表 428

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司经营能力表 428

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司偿债能力表 428

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司资本结构表 429

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司发展能力表 429

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司现金流量分析表 429

图表：受访者关注奥运会的主要渠道 443

图表：受访者上央视看网络视频的频率 444

图表：受访者希望用来收看电视节目的方式 444

图表：受访者认为电视与新媒体之间的未来格局 444

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/253314.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。