



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2009年传媒业行业分析与 市场市场分析及发展趋势研究报 告

一、调研说明

《2008-2009年传媒业行业分析与市场市场分析及发展趋势研究报告》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/49395.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

本研究报告主要依据了国家统计局、国家商务部、中国新闻出版总署、中国海关、国务院发展研究中心等公布和提供的大量研究资料，对我国的传媒业进行了全面的分析。报告首先介绍了传媒的定义、行业特点及社会角色定位等，接着分析了国际国内传媒产业及市场的发展概况，然后分别研究了电视媒体、广播及其他媒体的发展情况。随后，报告详细分析了行业的竞争格局情况、资本运作状况、存在问题及对策分析和投资回报情况。报告最后还探讨了传媒产业的发展前景及趋势，是传媒企业、投资机构、相关新闻出版单位等准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

【 目录 】

第一章 传媒行业发展概况

第一节 传媒行业基本概况

一、传媒的定义

二、传媒的特征

第二节 2008年传媒产业发展的宏观经济环境

一、2008年前三季度宏观形势分析及全年预测

二、2008年我国居民消费价格分类指数分析

第三节 2008年中国传媒业发展的政策环境

一、中国传媒业知识产权政策

二、文化传媒业对外开放政策

三、2008年奥运会期间新闻媒体广告发布管理

四、2008年互联网视听节目许可制度施行

五、2008年《电子出版物出版管理规定》正式实施

第二章 全球传媒行业发展概述

第一节 美国传媒行业发展分析

一、2008年美国出版行业发展现状分析

二、美国媒体市场并购分析

第二节 日本传媒行业发展分析

- 一、日本公共广播电视体制分析
- 二、2008年日本数字出版发展现状

第三节 英国传媒行业发展分析

- 一、英国期刊出版业概况
- 二、英国媒体发展概况

第四节 世界传媒企业对中国的启示

- 一、贝塔斯曼对中国的启示
- 二、默多克的传媒战略
- 三、时代华纳对中国的启示

第三章 2008年中国传媒行业发展分析

第一节 中国传媒行业的发展概况

- 一、传媒产业布局的演变分析
- 二、制约传媒业生态链的因素
- 三、传媒业的价值分析

第二节 2008年中国传媒行业的发展现状

- 一、2008年传媒行业优质企业资源整合分析
- 二、奥运和后奥运传媒的发展分析
- 三、我国传媒业发展的制度瓶颈
- 四、传媒变革的主要取向分析
- 五、2008年传媒行业扩张行为分析

第三节 2008年中国传媒产业发展态势

- 一、2008年中国传媒产业的最新发展
- 二、“十七大”确立传媒发展新目标
- 三、“走出去”战略提升软实力
- 四、跨地区、跨媒体发展取得新进展
- 五、2008年媒体资本运营进入新阶段
- 六、2008年传媒竞争重要手段分析
- 七、2008年移动媒体市场竞争分析
- 八、2008年社交网成WEB2.0新宠
- 九、2008年传媒研究实现创新突破

第四章 广播电视媒体发展分析

第一节 2008年电视媒体市场发展分析

- 一、电视媒体发展的新方式
- 二、媒体竞合下的电视业前景分析
- 三、2008年移动电视媒体评估行业标准即将推出
- 四、中国电视传媒发展的方向分析
- 五、2008-2009年中国数字电视用户规模预测

第二节 中国广播媒体市场发展分析

- 一、中国广播栏目的创新分析
- 二、广播热线直播的发展现状

第五章 网络媒体市场发展分析

第一节 2008年中国互联网发展分析

- 一、互联网主流媒体的地位分析
- 二、移动互联网前景看好的业务分析
- 三、2008年互联网消费分析及预测
- 四、2008年中国互联网用户规模预测

第二节 2008年网络媒体的发展分析

- 一、网络媒体的发展与管理
- 二、网络媒体发展的瓶颈
- 三、2008年网络媒体发展趋势

第三节 2008年网络出版发展分析

- 一、网络出版发展现状
- 二、我国数字出版产业发展现状
- 三、网络出版的特征和趋势
- 四、2008年我国数字出版发展态势分析

第六章 报纸期刊媒体发展分析

第一节 2008年报纸媒体的发展分析

- 一、新传媒环境下的报纸分析
- 二、数字报业的商业运作模式

三、2008年我国报业进入转型关键时期

第二节 2008年中国期刊业发展分析

一、2008年期刊广告市场发展现状

二、2008年学术期刊市场发展现状

三、文学期刊经营策略分析

四、2008年幽默漫画期刊市场竞争加剧

五、期刊业的竞争力分析

第三节 2008年报纸期刊的进出口分析

一、2008年书籍、小册子及类似印刷品进出口情况

二、2008年报纸、杂志及期刊进出口情况

三、2008年儿童图书进出口情况

第七章 媒体广告市场分析

第一节 2008年媒体广告市场分析

一、国内新媒体广告发展迅速增势强劲

二、2008年平面媒体广告增长分析

三、2008年新媒体广告统计分析

四、2008年中国网络广告市场规模预测

第二节 2008年广告市场监测分析

一、2008年杂志类广告监测分析

二、2008年报纸广告监测分析

三、2008年各行业广告媒体监测

四、2008年媒体广告投放金额监测分析

第八章 中国传媒行业市场竞争分析

第一节 2008年中国传媒企业的竞争现状

一、传媒行业的综合实力竞争分析

二、传媒竞争现状分析

三、2008年传媒业的奥运竞争分析

四、数字时代传媒竞争发展分析

五、2008年网络广告与广播媒体竞争现状

第二节 2008年奥运传媒业竞争力分析

一、平面媒体竞争力分析

二、电视传媒竞争力分析

三、网络传媒竞争力分析

四、移动传媒竞争力分析

第三节 传统媒体与新媒体的竞争与发展

一、新媒体与传统媒体竞争分析

二、传统媒体与新兴媒体的竞争格局

第四节 我国传媒的国际化竞争战略

一、我国传媒参与国际竞争的战略意义

二、我国传媒实施“走出去”战略

三、我国传媒国际竞争的主要途径

四、中国传媒业竞争走势分析

五、传媒竞争战略的新趋势

第九章 中国传媒行业重点企业分析

第一节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

一、公司概况

二、2008年公司经营情况

三、2008年公司动态

第二节 上海东方明珠（集团）股份有限公司

一、公司概况

二、2008年公司经营情况

三、2008年公司动态

第三节 湖南电广传媒股份有限公司

一、公司概况

二、公司主营业务

三、2008年公司经营情况

四、2008年公司动态

第四节 成都博瑞传播股份有限公司

一、公司概况

二、2008年公司经营情况

第五节 上海新华传媒股份有限公司

一、公司概况

二、2008年公司经营情况

三、2008年公司动态

第六节 北京赛迪传媒投资股份有限公司

一、公司概况

二、2008年公司经营情况

第七节 中信国安集团公司

一、公司概况

二、公司主营业务分析

三、2008年公司经营情况

第八节 中视传媒股份有限公司

一、公司概况

二、2008年公司经营情况

三、2008年公司动态

第九节 华闻传媒投资集团有限公司

一、公司概况

二、2008年公司经营情况

三、2008年公司动态

第十节 陕西广电网络传媒股份有限公司

一、公司概况

二、2008年公司经营情况

第十章 2008-2009年传媒行业趋势分析

第一节 传媒行业的发展走势

一、传媒集团化趋势

二、2008年中国传媒业总产值预测

三、2008-2009年传媒行业上市公司增速预测

四、2012年全球传媒业营收预测

第二节 中国传媒业的改革方向

一、传媒业的全球化

二、跨媒体的资源整合

三、经营管理体制的调整

四、打造优质的内容

五、品牌战略的实施

第三节 中国传媒产业转型趋势

一、产业重心转型趋势

二、营销哲学的转型趋势

三、报网互动的转型趋势

第四节 传媒集团发展趋势预测

一、打造核心竞争力由同质发展向差异化发展转移

二、探寻发展新途径由单一竞争向融合竞争转移

三、培育战略投资者由内容运营向资本运营转移

第五节 2008年中国传媒行业的投资分析

一、2008年媒体的奥运机会及前景分析

二、2008年传媒行业投资机会分析

三、2008年传媒业投资策略

图表目录

图表：2004-2008年9月国内生产总值增长趋势图

图表：2000-2008年9月城镇固定资产投资名义增速及实际增速

图表：2006-2008年9月我国出口累计同比增速对比

图表：2006-2008年9月社会消费品零售总额实际累计同比增速对比

图表：1993-2007年各国GDP增速

图表：2008年1-9月居民消费价格分类指数分析

图表：2007年美国媒体并购次数与交易金额

图表：2007年美国网络媒体交易值排前10名的媒体

图表：2007年美国不同形式广播媒体受众规模

图表：2008年上半年上市媒体公司盈利数据比较

图表：有限电视板块经营数据

图表：2007年与2008年9月有线电视一般用户和数字用户对比

图表：歌华有线和天威视讯数据业务增速显著

图表：有线报纸广告代理收入成本比较

图表：2008年前三季度新闻纸价格走势

图表：2005-2008年9月新闻纸价格上扬

图表：2008年上半年教材教辅比重过高

图表：2008年上半年平面媒体印刷发行业务毛利变动

图表：2008年上半年上市媒体公司证券投资损益

图表：2007年上半年与2008年上半年出版传媒教材业务占其他业务比重

图表：媒体公司通过经营渠道的扩张稳定业绩

图表：2002-2007年中国互联网普及率

图表：与发达国家相比中国互联网既有明显的发展空间

图表：2005-2008年中国互联网用户规模及增长率

图表：2008年1季度中国网络媒体企业市场份额排名一览表

图表：2001-2007年中国电子书出版总量

图表：2007年采购电子书的机构用户增长情况

图表：全国各区域出版数字报纸数量

图表：中国报纸资源全文数据库产品示意图

图表：手机书样例

图表：手机报样例

图表：具有朗读功能的手机报样例

图表：移动数字出版模式

图表：2008年1-9月书籍、小册子及类似印刷品进口情况

图表：2008年1-9月书籍、小册子及类似印刷品出口情况

图表：2008年1-9月报纸、杂志及期刊进口情况

图表：2008年1-9月报纸、杂志及期刊出口情况

图表：2008年1-9月儿童图书进口情况

图表：2008年1-9月儿童图书出口情况

图表：2008年前三季度机动车业杂志广告分布前10强

图表：2008年前三季度财经类杂志广告分布前10强

图表：2008年前三季度服饰美容类杂志广告分布前10名

图表：2008年前三季度城市生活类杂志广告分布前10名

图表：2008年前三季度时事新闻类杂志广告分布前10名

图表：2008年前三季度IT类杂志广告分布前10强

图表：2008年前三季度中国主要城市报纸广告投放

图表：2008年前三季度体育类报纸广告分布前5强

图表：2008年前三季度社会新闻类报纸广告分布前5强

图表：2008年前三季度财经类报纸广告媒体分布前10名

图表：2008年前三季度IT类报纸广告媒体前8强

图表：2008年前三季度通讯行业广告媒体分布前10强

图表：2008年前三季度机动车行业广告媒体分布前10强

图表：2008年前三季度服装服饰业广告媒体分布前10强

图表：2008年前三季度计算机行业广告媒体分布前10强

图表：2008年前三季度家电行业广告媒体分布前10强

图表：2008年前三季度保健食品业广告媒体分布前10强

图表：2008年前三季度药品行业广告媒体分布前10强

图表：2008年前三季度化妆及卫生用品业广告媒体分布前10强

图表：2008年前三季度金融保险业广告媒体分布前10强

图表：2008年前三季度教育行业广告媒体分布前10强

图表：2008年前三季度房地产行业广告分布前8强

图表：2008年前三季度中国电视广告投放金额前十五位品牌排名

图表：2008年前三季度中国平面广告投放金额前十五位品牌排名

图表：2008年前三季度中国电台广告投放金额前十五位品牌排名

图表：2008年前三季度中国户外广告投放金额前十五位品牌排名

图表：2008年前三季度中国全媒体广告投放金额前十五位品牌排名

图表：2008年前三季度中国户外广告投放金额前十位品类

图表：2008年前三季度中国平面广告投放金额前十位品类

图表：2008年前三季度中国电台广告投放金额前十位品类

图表：2008年前三季度中国电视广告投放金额前十位品类

图表：2005-2007年北京歌华有线主要会计数据和财务指标

图表：2007年北京歌华有线主营业务分行业情况

图表：2007年北京歌华有线主营业务分地区情况

图表：2008年上半年北京歌华有线主要会计数据和财务指标

图表：2008年上半年北京歌华有线主营业务分行业情况

图表：2005-2007年上海东方明珠主要会计数据和财务指标

图表：2007年上海东方明珠主营业务分行业情况

图表：2007年上海东方明珠主营业务分地区情况

图表：2008年上半年上海东方明珠主要会计数据和财务指标

图表：2008年上半年上海东方明珠主营业务分行业情况

图表：2005-2007年湖南电广传媒主要会计数据和财务指标

图表：2007年湖南电广传媒主营业务分行业情况

图表：2007年湖南电广传媒主营业务分地区情况

图表：2008年上半年湖南电广传媒主要会计数据和财务指标

图表：2008年上半年湖南电广传媒主营业务分行业情况

图表：2005-2007年成都博瑞传播主要会计数据和财务指标

图表：2007年成都博瑞传播主营业务分行业情况

图表：2007年成都博瑞传播主营业务分地区情况

图表：2008年上半年成都博瑞传播主要会计数据和财务指标

图表：2008年上半年成都博瑞传播主营业务分行业情况

图表：2005-2007年上海新华传媒主要会计数据和财务指标

图表：2007年上海新华传媒主营业务分行业情况

图表：2007年上海新华传媒主营业务分地区情况

图表：2008年上半年上海新华传媒主要会计数据和财务指标

图表：2008年上半年上海新华传媒主营业务分行业情况

图表：2005-2007年北京赛迪传媒主要会计数据和财务指标

图表：2007年北京赛迪传媒主营业务分行业情况

图表：2007年北京赛迪传媒主营业务分地区情况

图表：2008年上半年北京赛迪传媒主要会计数据和财务指标

图表：2008年上半年北京赛迪传媒主营业务分行业情况

图表：2005-2007年中信国安主要会计数据和财务指标

图表：2007年中信国安主营业务分行业情况

图表：2007年中信国安主营业务分地区情况

图表：2008年上半年中信国安主要会计数据和财务指标

图表：2008年上半年中信国安主营业务分行业情况

图表：2005-2007年中视传媒主要会计数据和财务指标

图表：2007年中视传媒主营业务分行业情况

图表：2007年中视传媒主营业务分地区情况

图表：2008年上半年中视传媒主要会计数据和财务指标

图表：2008年上半年中视传媒主营业务分行业情况

图表：2005-2007年华闻传媒主要会计数据和财务指标

图表：2007年华闻传媒主营业务分行业情况

图表：2007年华闻传媒主营业务分地区情况

图表：2008年上半年华闻传媒主要会计数据和财务指标

图表：2008年上半年华闻传媒主营业务分行业情况

图表：2005-2007年陕西广电网络主要会计数据和财务指标

图表：2007年陕西广电网络主营业务分行业情况

图表：2007年陕西广电网络主营业务分地区情况

图表：2008年上半年陕西广电网络主要会计数据和财务指标

图表：2008年上半年陕西广电网络主营业务分行业情况

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/49395.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。