



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008-2010年中国传媒行业调研 及投资咨询报告

## 一、调研说明

《2008-2010年中国传媒行业调研及投资咨询报告》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/49472.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

2008年中国传媒业全面驶入发展快车道，传媒行业实现了整体稳定增长。2008上半年15家传媒上市公司同比增长35%，高于2007年5.3%的增速。预测2008年中国传媒产业的总产值约为5440亿元，比2007年增长13.1%。同期，连续10年保持10%增长的广告业，2008年的预估增长将攀升至19%，产值将突破2000亿。不过，在爆炸式增长和过量增长后，2009年将成为传媒业的收缩期。受宏观经济气候影响，终端消费品市场萎靡已经开始向传媒业蔓延。同时，奥运期间过度的广告营销投入与牛奶门事件使2009年的预期更加不明朗。行业的冬天伴随着全球性经济周期如约而至。

在面对危机的同时，传媒行业也面临着并购契机。当前，传媒行业正在席卷一股并购风潮，2009年将成为整个行业的并购年。就目前情况而言，很多境外公司市值已经较低，相比以前，跨国并购对于中国希望走出去的企业而言，将是一个非常好的机遇。对于希望“走出去”的中国企业，目前是进行跨国并购的有利时机，将可以花较小代价来获得参与全球竞争，改变缺乏核心技术、国际和品牌以及全球化渠道的机会。在并购的同时，媒介间更应该联合起来共同发展。随着竞争越来越激烈，需要的资源和市场规模就越大，媒介间彼此联手的意愿就越强烈。“合竞时代”的到来将是发展的必然。预测2009年及未来几年，大媒体市场即将现身：单纯的报业市场将越来越淡出，媒介之间的联合、特别是传统媒体和新兴媒体的融合也将成为潮流。

从宏观环境来看，2008年为应对金融危机中国政府采取了下调贷款和存款准备金利率、降低住房交易税、提高3486项商品出口退税率等一系列举措。金融危机席卷全球并向中国袭来时，中国媒体行业会有怎样的表现以及受到的影响是怎样的呢？目前正值中国传媒大变革、大发展的时代，在当前金融危机的局势下认识局势掌控方向，对传媒界所受到的影响和未来的发展态势予以翔实的剖析，无论是对于中国传媒的长远发展，还是对媒体在具体工作中的突破都具有积极的指导作用。那么，在当前传媒行业发展形势下，我国传媒企业该如何分析当前传媒行业的形势、把握未来市场发展方向，及时调整结构，根据行业趋势制定发展战略呢？

本报告主要依据国家工商总局、国家商务部、国家统计局、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、国民经济景气监测中心、中国消费者协会、国内外相关刊物的基础信息以

及传媒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，立足于世界传媒行业整体发展大势，对中国传媒行业的运行情况、主要细分市场、竞争格局、领先企业等进行了分析及预测，并对未来中国传媒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，研究了中国传媒行业今后的发展投资策略，为传媒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，具有极大的参考价值。

## 【 目录 】

### 第一部分 行业发展概述

#### 第一章 传媒行业发展概述 1

##### 第一节 传媒行业基本概况 1

###### 一、传媒的定义 1

###### 二、传媒的功能 2

##### 第二节 传媒经济活动的基本模式分析 2

###### 一、产品市场与传媒商业模式 3

###### 二、要素市场与传媒制度模式 4

###### 三、经济活动中的传媒组织 5

#### 第二章 全球传媒行业发展概述 7

##### 第一节 美国传媒行业发展分析 7

###### 一、2008年美国出版行业发展现状分析 7

###### 二、美国媒体市场并购分析 11

##### 第二节 日本传媒行业发展分析 15

###### 一、日本公共广播电视体制分析 15

###### 二、2008年日本数字出版发展现状 19

##### 第三节 英国传媒行业发展分析 20

###### 一、英国期刊出版业概况 20

###### 二、英国媒体发展概况 23

##### 第四节 世界传媒企业对中国的启示 28

- 一、贝塔斯曼对中国的启示 28
- 二、默多克的传媒战略 31
- 三、时代华纳对中国的启示 40

## 第二部分 行业发展分析

### 第三章 中国传媒行业发展环境分析 45

#### 第一节 我国新闻传媒产业管理模式的变革 45

- 一、改革开放之前我国新闻传媒产业的管理模式 45
- 二、改革开放以来我国新闻传媒产业管理模式的变革 46
- 三、当前我国新闻传媒产业管理模式的特点 48
- 四、我国新闻传媒产业管理模式的变革趋势 50

#### 第二节 我国传媒集团发展的生态环境 53

- 一、我国传媒集团的政治生态环境 53
- 二、我国传媒集团的经济生态环境 54
- 三、我国传媒集团的文化生态环境 55

#### 第三节 2008年传媒产业发展的宏观经济环境 56

- 一、2008年宏观形势分析及预测 56
- 二、2008年我国居民消费价格分类指数分析 66
- 三、我国宏观经济正面临严峻考验 77

#### 第四节 2008年金融危机对传媒业的影响 78

- 一、金融危机对传媒业的影响 78
- 二、传媒业借机掀起并购潮 80
- 三、金融危机下的中国新媒体发展探讨 84

#### 第五节 2008年中国传媒业发展的政策环境 92

- 一、中国传媒业知识产权政策 92
- 二、文化传媒业对外开放政策 100
- 三、2008年奥运会期间新闻媒体广告发布管理 102
- 四、2008年互联网视听节目许可制度施行 105
- 五、《信息网络传播视听节目许可证》推动市场洗牌 106
- 六、2008年《电子出版物出版管理规定》正式实施 107
- 七、2008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》 121

第四章 中国传媒行业发展分析	126
第一节 中国传媒行业的发展概况	127
一、传媒产业布局的演变分析	127
二、制约传媒业生态链的因素	130
三、传媒业的价值分析	133
第二节 2008年中国传媒行业的发展现状	135
一、2008年传媒行业优质企业资源整合分析	135
二、奥运和后奥运传媒的发展分析	142
三、我国传媒业发展的制度瓶颈	143
四、传媒变革的主要取向分析	146
第三节 2008年中国传媒产业发展态势	155
一、2008年中国传媒产业的最新发展	155
二、2008年传媒竞争重要手段分析	158
三、2008年移动媒体市场竞争分析	159
四、2008年社交网成WEB2.0新宠	160
五、2008年传媒研究实现创新突破	161
六、“十七大”确立传媒发展新目标	161
七、“走出去”战略提升软实力	162
八、跨地区、跨媒体发展取得新进展	163
第四节 2008年中国传媒产业扩张情况分析	165
一、2008年传媒行业扩张行为分析	165
二、传媒业的新“圈地运动”即将展开	167
三、2008年传媒企业扩张情况分析	171
第五节 2008年中国传媒产业资本运营情况分析	172
一、2008年媒体资本运营进入新阶段	172
二、我国出版传媒上市进程步伐加快	174
三、中国传媒企业上市蹊径	177
四、2008年传媒行业计划上市企业分析	180

### 第三部分 细分行业分析

第五章 广播电视媒体发展分析	185
第一节 2008-2009年电视媒体市场发展分析	185

一、电视媒体发展的新方式	185
二、媒体竞合下的电视业前景分析	193
三、手机电视产业发展现状与趋势分析	197
四、2008年移动电视媒体评估行业标准即将推出	200
五、中国电视传媒发展的方向分析	201
六、2008-2009年中国数字电视用户规模预测	206
第二节 新媒体语境下电视节目生产的发展空间	208
一、新媒体的五种影响	209
二、新媒体与传统电视的关系	210
三、新媒体语境下电视节目生产的潮流与趋势	212
四、新媒体语境下各类电视节目的发展趋势	213
第三节 中国广播媒体市场发展分析	215
一、2007年中国广播收听市场回顾	215
二、中国广播栏目的创新分析	225
三、广播热线直播的发展现状	226
四、广播热线直播发展启示	228
第六章 网络媒体市场发展分析	230
第一节 2008年中国互联网发展分析	230
一、互联网主流媒体的地位分析	230
二、移动互联网前景看好的业务分析	231
三、2008年互联网消费分析及预测	236
四、2008年中国互联网用户规模预测	238
五、中国互联网将呈现三大趋势	240
第二节 2008年网络媒体的发展分析	242
一、网络媒体的发展与管理	242
二、网络媒体发展的瓶颈	248
三、2008年网络媒体发展趋势	250
第三节 2008年网络出版发展分析	252
一、网络出版发展现状	252
二、我国数字出版产业发展现状	255
三、网络出版的特征和趋势	267

#### 四、2008年我国数字出版发展态势分析 269

### 第七章 报纸期刊媒体发展分析 273

#### 第一节 2008年报纸媒体的发展分析 273

- 一、新传媒环境下的报纸分析 273
- 二、数字报业的商业运作模式 277
- 三、2008年我国报业进入转型关键时期 282

#### 第二节 2008年中国期刊业发展分析 284

- 一、2008年期刊广告市场发展现状 284
- 二、2008年学术期刊市场发展现状 288
- 三、文学期刊经营策略分析 289
- 四、2008年幽默漫画期刊市场竞争加剧 291
- 五、期刊业的竞争力分析 293
- 六、重视新兴媒体给传统期刊产业带来的冲击和转型挑战 299

#### 第三节 2008年报纸期刊的进出口分析 300

- 一、2008年书籍、小册子及类似印刷品进出口情况 300
- 二、2008年报纸、杂志及期刊进出口情况 304
- 三、2008年儿童图书进出口情况 308

### 第八章 媒体广告市场分析 314

#### 第一节 2008年媒体广告市场分析 314

- 一、国内新媒体广告发展迅速增势强劲 314
- 二、2008年平面媒体广告增长分析 314
- 三、2008年新媒体广告统计分析 315
- 四、2008年中国网络广告市场规模预测 318

#### 第二节 2008年广告市场监测分析 320

- 一、2008年杂志类广告监测分析 320
- 二、2008年报纸广告监测分析 337
- 三、2008年各行业广告媒体监测 367
- 四、2008年媒体广告投放金额监测分析 382

## 第四部分 行业竞争格局



第九章 中国传媒行业市场竞争分析	398
第一节 2008年中国传媒企业的竞争现状	398
一、传媒行业的综合实力竞争分析	398
二、传媒竞争现状分析	402
三、2008年传媒业的奥运竞争分析	405
四、数字时代传媒竞争发展分析	408
五、2008年网络广告与广播媒体竞争现状	412
第二节 2008年奥运传媒业竞争力分析	416
一、平面媒体竞争力分析	417
二、电视传媒竞争力分析	417
三、网络传媒竞争力分析	417
四、移动传媒竞争力分析	418
第三节 传统媒体与新媒体的竞争与发展	419
一、新媒体与传统媒体竞争分析	419
二、传统媒体与新兴媒体的竞争格局	420
第四节 我国传媒的国际化竞争战略	424
一、我国传媒参与国际竞争的战略意义	424
二、我国传媒实施“走出去”战略	426
三、我国传媒国际竞争的主要途径	427
四、中国传媒业竞争走势分析	429
五、传媒竞争战略的新趋势	434
第十章 重点企业分析	441
第一节 北京歌华有线电视网络股份有限公司	441
一、公司介绍	441
二、2008年公司经营情况分析	442
三、2008年公司财务数据分析	442
四、公司最新发展动态	447
五、公司发展策略及未来展望	448
第二节 上海东方明珠(集团)股份有限公司	449
一、公司介绍	449
二、2008年公司经营情况分析	451

三、2008年公司财务数据分析	452
四、公司最新发展动态	457
五、公司发展策略及未来展望	459
第三节 湖南电广传媒股份有限公司	460
一、公司介绍	460
二、2008年公司经营情况分析	461
三、2008年公司财务数据分析	462
四、公司最新发展动态	468
五、公司发展策略及未来展望	469
第四节 成都博瑞传播股份有限公司	470
一、公司介绍	470
二、2008年公司经营情况分析	471
三、2008年公司财务数据分析	472
四、公司最新发展动态	477
五、公司发展策略及未来展望	478
第五节 上海新华传媒股份有限公司	478
一、公司介绍	478
二、2008年公司经营情况分析	480
三、2008年公司财务数据分析	480
四、公司最新发展动态	485
五、公司发展策略及未来展望	487
第六节 北京赛迪传媒投资股份有限公司	487
一、公司介绍	487
二、2008年公司经营情况分析	488
三、2008年公司财务数据分析	489
四、公司最新发展动态	494
五、公司发展策略及未来展望	495
第七节 中信国安集团公司	495
一、公司介绍	495
二、2008年公司经营情况分析	496
三、2008年公司财务数据分析	498
四、公司最新发展动态	504

五、公司发展策略及未来展望	505
第八节 中视传媒股份有限公司	506
一、公司介绍	506
二、2008年公司经营情况分析	507
三、2008年公司财务数据分析	508
四、公司最新发展动态	513
五、公司发展策略及未来展望	514
第九节 华闻传媒投资集团有限公司	514
一、公司介绍	514
二、2008年公司经营情况分析	516
三、2008年公司财务数据分析	517
四、公司最新发展动态	523
五、公司发展策略及未来展望	524
第十节 陕西广电网络传媒股份有限公司	525
一、公司介绍	525
二、2008年公司经营情况分析	527
三、2008年公司财务数据分析	527
四、公司最新发展动态	533
五、公司发展策略及未来展望	534

## 第五部分 行业发展趋势及战略

第十一章 2008-2012年传媒行业趋势分析	535
第一节 传媒行业的发展趋势及预测	535
一、传媒集团化趋势	535
二、2008传媒行业发展趋势分析	536
三、2008年中国传媒业总产值预测	547
四、2009年中国传媒业发展预测	548
五、2008-2009年传媒行业上市公司增速预测	554
六、2012年全球传媒业营收预测	555
第二节 中国传媒业的改革方向	556
一、传媒业的全球化	556
二、跨媒体的资源整合	558

三、经营管理体制的调整 559

四、打造优质的内容 559

五、品牌战略的实施 560

第三节 中国传媒产业转型趋势 561

一、产业重心转型趋势 562

二、营销哲学的转型趋势 565

三、报网互动的转型趋势 568

第十二章 中国传媒行业发展战略 574

第一节 中国传媒行业的发展策略 574

第二节 传媒品牌的核心价值及定位 576

一、传媒品牌的定义 576

二、传媒品牌定位的基点 577

三、传媒品牌定位的步骤 579

第三节 传媒集团实施区域化扩张战略分析 581

一、实施区域化发展战略的利益 582

二、实施区域化扩张战略的原则 583

三、实施区域化扩张战略的难点 584

第四节 传媒集团竞争战略 587

一、打造核心竞争力由同质发展向差异化发展转移 587

二、探寻发展新途径由单一竞争向融合竞争转移 589

三、培育战略投资者由内容运营向资本运营转移 591

第五节 传媒类上市公司跨媒体经营研究 593

一、成都传媒集团的成立为“博瑞传播”带来长期发展空间 593

二、“超级竞争”导向下的战略定位风险分析 594

三、经营状况与新增业务分析 595

四、寻找报业、广电业两条价值链联结点 598

第十三章 中国传媒行业投资及资本运作策略 601

第一节 2008年中国传媒行业的投资分析 601

一、2008年媒体的奥运机会及前景分析 601

二、2008年传媒行业投资机会分析 602

三、2008年传媒业投资策略	603
第二节 新华传媒的资本运作及其启示	614
一、新华传媒的资本运作之路	614
二、资本运作带来了什么?	615
三、我国出版行业的资本运营之路	616
四、新华传媒资本运作的启示	617

## 图表目录

图表：2201-2007年美国媒体并购交易金额	12
图表：2006与2007年美国出版业各类信息并购情况变化图	12
图表：2007年美国各年龄段受众每周阅听媒体平均时间	13
图表：2007年美国网络媒体交易值排前10名的媒体	15
图表：2007年美国不同形式广播媒体受众规模	15
图表：2004-2008年6月国内生产总值增长趋势图	57
图表：2000-2008年6月城镇固定资产投资名义增速及实际增速	58
图表：2006-2008年5月我国出口累计同比增速对比	59
图表：2006-2008年5月社会消费品零售总额实际累计同比增速对比	59
图表：1993-2007年各国GDP增速	61
图表：2008年1月居民消费价格分类指数分析	73
图表：2008年2月居民消费价格分类指数分析	74
图表：2008年3月居民消费价格分类指数分析	74
图表：2008年4月居民消费价格分类指数分析	75
图表：2008年5月居民消费价格分类指数分析	75
图表：2008年6月居民消费价格分类指数分析	76
图表：2008年7月居民消费价格分类指数分析	76
图表：中国新媒体在美国NASDAQ上市市值与国内比较	85
图表：户外新媒体NASDAQ上市企业的广告营收占有所有户外广告营收份额	85
图表：主要媒体上市公司在NASDAQ半年来股价走势图	85
图表：2004-2008年中国户外新媒体市场资本融资情况变化	86
图表：1996-2007年广告市场变化与经济发展周期的关联	87
图表：金融危机对传统媒体和新媒体可能造成的影响	88
图表：新媒体逐渐被大型广告主认可	88

图表：2009年对新媒体发展趋势的三大观点 89

图表：途中媒体共有四种层次 90

图表：媒体的内在价值标准 91

图表：媒体的外部环境 92

图表：2008年上半年上市媒体公司盈利数据比较 136

图表：有限电视板块经营数据 137

图表：2007年与2008年6月有线电视一般用户和数字用户对比 137

图表：歌华有线和天威视讯数据业务增速显著 137

图表：有线报纸广告代理收入成本比较 138

图表：2008年上半年新闻纸价格走势 138

图表：2008年上半年平面媒体印刷发行业务毛利变动 139

图表：2008年上半年上市媒体公司证券投资损益 139

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 140

图表：媒体公司通过经营渠道的扩张稳定业绩 141

图表：2006-2010年数字电视用户预测 208

图表：2007年国内各城市听众人均每日收听广播时间 216

图表：2007年不同目标听众人均每日收听广播时间 217

图表：2007年北京、上海、广州三地全天收听率走势比较 219

图表：2007年不同年龄听众的全天收听率走势比较 220

图表：2007年各城市主要频率类型市场份额 221

图表：2007年25城市全天平均市场份额排名第一的广播频率 222

图表：2007年25城市各类型频率在北京、上海、广州三个城市的市场份额 223

图表：2007年主要节目类型在高峰时段的市场份额 224

图表：2008年上半年中国网民月收入结构图 238

图表：2005-2008年中国互联网用户规模及增长率 238

图表：2005-2008年6月中国互联网普及率 239

图表：与发达国家相比中国互联网既有明显的发展空间 239

图表：2008年1季度中国网络媒体企业市场份额排名一览表 240

图表：2008年1-8月互联网用户 240

图表：2001-2007年中国电子出版总量 256

图表：2007年采购电子书的机构用户增长情况 256

图表：2006-2007年中国电子图书收入 257

图表：2006-2007年电子图书阅读终端分布	257
图表：2006-2007年电子书阅读年龄分布	257
图表：2002-2008年电子图书的用户增长情况	257
图表：全国各区域出版数字报纸数量	261
图表：中国报纸资源全文数据库产品示意图	263
图表：手机书样例	265
图表：手机报样例	265
图表：具有朗读功能的手机报样例	266
图表：移动数字出版模式	266
图表：2008年1月书籍、小册子及类似印刷品进口情况	300
图表：2008年2月书籍、小册子及类似印刷品进口情况	300
图表：2008年3月书籍、小册子及类似印刷品进口情况	300
图表：2008年1季度书籍、小册子及类似印刷品进口情况	300
图表：2008年4月书籍、小册子及类似印刷品进口情况	301
图表：2008年5月书籍、小册子及类似印刷品进口情况	301
图表：2008年6月书籍、小册子及类似印刷品进口情况	301
图表：2008年2季度书籍、小册子及类似印刷品进口情况	301
图表：2008年7月书籍、小册子及类似印刷品进口情况	301
图表：2008年8月书籍、小册子及类似印刷品进口情况	301
图表：2008年1-8月书籍、小册子及类似印刷品进口情况	302
图表：2008年1月书籍、小册子及类似印刷品出口情况	302
图表：2008年2月书籍、小册子及类似印刷品出口情况	302
图表：2008年3月书籍、小册子及类似印刷品出口情况	302
图表：2008年1季度书籍、小册子及类似印刷品出口情况	302
图表：2008年4月书籍、小册子及类似印刷品出口情况	303
图表：2008年5月书籍、小册子及类似印刷品出口情况	303
图表：2008年6月书籍、小册子及类似印刷品出口情况	303
图表：2008年2季度书籍、小册子及类似印刷品出口情况	303
图表：2008年7月书籍、小册子及类似印刷品出口情况	303
图表：2008年8月书籍、小册子及类似印刷品出口情况	304
图表：2008年1-8月书籍、小册子及类似印刷品出口情况	304
图表：2008年1月报纸、杂志及期刊进口情况	304

图表：2008年2月报纸、杂志及期刊进口情况	304
图表：2008年3月报纸、杂志及期刊进口情况	305
图表：2008年1季度报纸、杂志及期刊进口情况	305
图表：2008年4月报纸、杂志及期刊进口情况	305
图表：2008年5月报纸、杂志及期刊进口情况	305
图表：2008年6月报纸、杂志及期刊进口情况	305
图表：2008年2季度报纸、杂志及期刊进口情况	305
图表：2008年7月报纸、杂志及期刊进口情况	306
图表：2008年8月报纸、杂志及期刊进口情况	306
图表：2008年1-8月报纸、杂志及期刊进口情况	306
图表：2008年1月报纸、杂志及期刊出口情况	306
图表：2008年2月报纸、杂志及期刊出口情况	306
图表：2008年3月报纸、杂志及期刊出口情况	307
图表：2008年1季度报纸、杂志及期刊出口情况	307
图表：2008年4月报纸、杂志及期刊出口情况	307
图表：2008年5月报纸、杂志及期刊出口情况	307
图表：2008年6月报纸、杂志及期刊出口情况	307
图表：2008年2季度报纸、杂志及期刊出口情况	308
图表：2008年7月报纸、杂志及期刊出口情况	308
图表：2008年8月报纸、杂志及期刊出口情况	308
图表：2008年1-8月报纸、杂志及期刊出口情况	308
图表：2008年1月儿童图书进口情况	308
图表：2008年2月儿童图书进口情况	309
图表：2008年3月儿童图书进口情况	309
图表：2008年1季度儿童图书进口情况	309
图表：2008年4月儿童图书进口情况	309
图表：2008年5月儿童图书进口情况	309
图表：2008年6月儿童图书进口情况	310
图表：2008年2季度儿童图书进口情况	310
图表：2008年7月儿童图书进口情况	310
图表：2008年8月儿童图书进口情况	310
图表：2008年1-8月儿童图书进口情况	310



图表：2008年1月儿童图书出口情况	311
图表：2008年2月儿童图书出口情况	311
图表：2008年3月儿童图书出口情况	311
图表：2008年1季度儿童图书出口情况	311
图表：2008年4月儿童图书出口情况	311
图表：2008年5月儿童图书出口情况	312
图表：2008年6月儿童图书出口情况	312
图表：2008年2季度儿童图书出口情况	312
图表：2008年7月儿童图书出口情况	312
图表：2008年8月儿童图书出口情况	312
图表：2008年1-8月儿童图书出口情况	313
图表：2006-2008年中国网络广告市场规模	318
图表：2008年1月机动车行业杂志广告状况前10名	320
图表：2008年1月城市生活类杂志广告状况前10名	321
图表：2008年1月时事新闻类杂志广告状况前10名	321
图表：2008年1月财经类杂志广告状况前10名	321
图表：2008年1月服饰美容类杂志广告状况前10名	322
图表：2008年1月IT类杂志广告状况前10名	215 322
图表：2008年2月机动车业杂志广告分布前10强	322
图表：2008年2月财经类杂志广告分布前10强	323
图表：2008年2月服饰美容类杂志广告分布前10名	323
图表：2008年2月城市生活类杂志广告分布前10名	323
图表：2008年2月时事新闻类杂志广告分布前10名	324
图表：2008年2月IT类杂志广告分布前10强	324
图表：2008年3月时尚杂志广告投放量前10名	324
图表：2008年3月平面媒体广告杂志分布前10名	325
图表：2008年3月机动车业杂志广告分布前10名	325
图表：2008年3月城市生活类杂志广告分布前10名	325
图表：2008年3月时事新闻类杂志广告分布前8名	326
图表：2008年3月服饰美容类杂志广告分布前10名	326
图表：2008年3月IT类杂志广告分布前10强	326
图表：2008年3月财经类杂志广告分布前10名	327

图表：2008年4月杂志广告总量行业分布前10名 327

图表：2008年4月机动车业杂志广告分布前8强 327

图表：2008年4月城市生活类杂志广告分布前10名 328

图表：2008年4月IT类杂志广告分布前10强 328

图表：2008年4月服饰美容类杂志广告分布前10名 328

图表：2008年4月财经类杂志广告分布前10名 329

图表：2008年5月城市生活类杂志广告分布前10名 329

图表：2008年5月机动车行业杂志广告分布前10名 329

图表：2008年5月时事新闻类杂志广告分布前8名 330

图表：2008年5月IT类杂志广告分布前10名 330

图表：2008年5月财经类杂志广告分布前10名 330

图表：2008年5月服饰美容类杂志广告分布前10名 331

图表：2008年6月城市生活类杂志广告媒体前10强 331

图表：2008年6月财经类杂志广告状况前10名 331

图表：2008年6月服饰美容类杂志广告分布前8名 332

图表：2008年6月机动车业杂志广告分布前8强 332

图表：2008年6月时事新闻类杂志广告前8强 332

图表：2008年7月服饰美容类杂志广告分布前10名 333

图表：2008年7月财经类杂志广告分布前10名 333

图表：2008年7月城市生活类杂志广告分布前10名 333

图表：2008年7月机动车业杂志广告分布前10名 334

图表：2008年7月时事新闻类杂志广告前8强 334

图表：2008年7月IT类杂志广告分布前10名 334

图表：2008年8月财经类杂志广告分布前10名 335

图表：2008年8月机动车业杂志广告分布前10名 335

图表：2008年8月服饰美容类杂志广告分布前10名 335

图表：2008年8月城市生活类杂志广告分布前10名 336

图表：2008年8月IT类杂志广告分布前10名 336

图表：2008年8月平面媒体广告分布前10名 336

图表：2008年1月杭州市报纸广告状况排名前10强 337

图表：2008年1月郑州市报纸广告状况排名前10名 337

图表：2008年2月财经类报纸广告状况前10强 338

图表：2008年2月西安市报纸广告状况前8强	338
图表：2008年2月上海市报纸广告分布前10强	338
图表：2008年2月北京市报纸广告分布前10强	339
图表：2008年2月济南市报纸广告状况前8强	339
图表：2008年2月哈尔滨市报纸广告状况前8强	339
图表：2008年3月IT类报纸广告状况前8强	340
图表：2008年3月杭州市报纸广告状况前8强	340
图表：2008年3月南京市报纸广告状况前8强	340
图表：2008年3月上海市报纸广告分布前10强	341
图表：2008年4月财经类报纸广告媒体分布前10强	341
图表：2008年4月青岛市报纸广告前5强	341
图表：2008年4月合肥市报纸广告前5强	342
图表：2008年4月太原市报纸广告分布前8强	342
图表：2008年4月沈阳市报纸广告分布前8强	342
图表：2008年4月北京市报纸广告状况分布前10强	343
图表：2008年5月IT类报纸广告媒体分布前8强	343
图表：2008年5月社会新闻类报纸广告前5强	343
图表：2008年5月财经类报纸广告分布前10强	344
图表：2008年5月青岛市报纸广告前5强	344
图表：2008年5月郑州市报纸广告分布前10强	344
图表：2008年5月石家庄市报纸广告分布前8强	345
图表：2008年5月济南市报纸广告分布前8强	345
图表：2008年5月重庆市报纸广告分布前8强	345
图表：2008年5月杭州市报纸广告分布前8强	346
图表：2008年5月哈尔滨市报纸广告分布前5强	346
图表：2008年5月深圳市报纸广告分布前5强	346
图表：2008年5月太原市报纸广告分布前8强	346
图表：2008年5月武汉市报纸广告分布前5强	347
图表：2008年5月沈阳市报纸广告分布前8强	347
图表：2008年5月成都市报纸广告前5强	347
图表：2008年5月西安市报纸广告前5强	347
图表：2008年5月北京市报纸广告分布前10名	348

图表：2008年5月上海市报纸广告分布前10名 348

图表：2008年6月IT类报纸广告媒体前8强 348

图表：2008年6月社会新闻类报纸广告分布前5强 349

图表：2008年6月财经类报纸广告媒体前10名 349

图表：2008年6月西安市报纸广告分布前5强 349

图表：2008年6月成都市报纸广告分布前5强 349

图表：2008年6月石家庄市报纸广告分布前8强 350

图表：2008年6月郑州市报纸广告状况前10名 350

图表：2008年6月重庆市报纸广告分布前8强 350

图表：2008年6月济南市报纸广告分布前8强 351

图表：2008年6月杭州市报纸广告分布前8强 351

图表：2008年6月哈尔滨市报纸广告分布前8强 351

图表：2008年6月南京市报纸广告分布前8强 352

图表：2008年6月太原市报纸广告分布前8强 352

图表：2008年6月沈阳市报纸广告分布前4强 352

图表：2008年6月上海市报纸广告状况前10名 353

图表：2008年上半年中国主要城市报纸广告投放 353

图表：2008年7月体育类报纸广告分布前5强 353

图表：2008年7月社会新闻类报纸广告分布前5强 354

图表：2008年7月财经类报纸广告媒体分布前10名 354

图表：2008年7月IT类报纸广告媒体前8强 354

图表：2008年7月长春市报纸广告分布前5强 355

图表：2008年7月深圳市报纸广告分布前5强 355

图表：2008年7月武汉市报纸广告分布前5强 355

图表：2008年7月长沙市报纸广告分布前5强 355

图表：2008年7月西安市报纸广告分布前5强 356

图表：2008年7月成都市报纸广告分布前5强 356

图表：2008年7月郑州市报纸广告前8强 356

图表：2008年7月石家庄市报纸广告前8强 356

图表：2008年7月济南市报纸广告前8强 357

图表：2008年7月哈尔滨市报纸广告前8强 357

图表：2008年7月杭州市报纸广告前8强 357

图表：2008年7月太原市报纸广告前8强 358  
图表：2008年7月沈阳市报纸广告前8强 358  
图表：2008年7月南京市报纸广告前8强 358  
图表：2008年7月北京市报纸广告分布前10名 359  
图表：2008年7月上海市报纸广告分布前10名 359  
图表：2008年8月社会新闻类报纸广告分布前5名 359  
图表：2008年8月IT类报纸广告分布前8名 360  
图表：2008年8月财经类报纸广告分布前10名 360  
图表：2008年8月青岛市报纸广告分布前5名 360  
图表：2008年8月合肥报纸广告分布前5名 361  
图表：2008年8月兰州市报纸广告分布前5名 361  
图表：2008年8月天津市报纸广告分布前5名 361  
图表：2008年8月重庆市报纸广告分布前5名 361  
图表：2008年8月哈尔滨市报纸广告分布前5名 362  
图表：2008年8月长春市报纸广告分布前5名 362  
图表：2008年8月长沙市报纸广告分布前5名 362  
图表：2008年8月武汉市报纸广告分布前8名 362  
图表：2008年8月沈阳市报纸广告分布前8名 363  
图表：2008年8月西安市报纸广告分布前5名 363  
图表：2008年8月成都市报纸广告分布前5名 363  
图表：2008年8月郑州市报纸广告分布前10名 363  
图表：2008年8月石家庄市报纸广告分布前8名 364  
图表：2008年8月济南市报纸广告分布前8名 364  
图表：2008年8月杭州市报纸广告分布前8名 364  
图表：2008年8月太原市报纸广告分布前8名 365  
图表：2008年8月南京市报纸广告分布前8名 365  
图表：2008年8月上海市报纸广告分布前10名 365  
图表：2008年8月北京市报纸广告分布前10名 366  
图表：2008年9月北京市报纸广告分布前10名 366  
图表：2008年1月通讯行业广告媒体分布前10强 367  
图表：2008年1月机动车行业广告媒体分布前10强 367  
图表：2008年1月服装服饰业广告媒体分布前10强 368

图表：2008年1月计算机行业广告媒体分布前10强 368

图表：2008年1月家电行业广告媒体分布前10强 368

图表：2008年2月保健食品业广告媒体分布前10强 369

图表：2008年2月药品行业广告媒体分布前10强 369

图表：2008年2月化妆及卫生用品业广告媒体分布前10强 369

图表：2008年2月通讯行业广告媒体分布前10强 370

图表：2008年2月机动车行业广告媒体分布前10强 370

图表：2008年3月保健食品业广告媒体分布前10强 370

图表：2008年3月金融保险业广告媒体分布前10强 371

图表：2008年3月教育行业广告媒体分布前10强 371

图表：2008年4月计算机行业广告媒体分布前10强 371

图表：2008年4月房地产行业广告分布前8强 372

图表：2008年5月药品行业广告媒体分布前10强 372

图表：2008年5月化妆卫生用品业广告分布前10强 372

图表：2008年5月服装服饰业广告媒体分布前10强 373

图表：2008年5月金融保险业广告媒体分布前10强 373

图表：2008年5月计算机行业广告媒体分布前8强 373

图表：2008年5月家电行业广告媒体分布前10强 374

图表：2008年5月保健食品业广告媒体分布前10强 374

图表：2008年5月房地产行业广告媒体分布前5强 374

图表：2008年6月保健食品业广告媒体分布前10名 375

图表：2008年6月药品行业广告媒体分布前10名 375

图表：2008年6月金融保险业广告媒体分布前10名 375

图表：2008年6月化妆卫生用品业广告媒体前10名 376

图表：2008年6月服装服饰业广告媒体分布前10名 376

图表：2008年6月家电行业广告媒体分布前10名 376

图表：2008年6月教育行业广告媒体分布前10名 377

图表：2008年6月计算机业广告媒体分布前10名 377

图表：2008年6月房地产行业广告媒体分布前10名 377

图表：2008年7月服装服饰业广告媒体分布前10名 378

图表：2008年7月金融保险业广告媒体分布前10名 378

图表：2008年7月家电业广告媒体分布前10名 378

图表：2008年7月教育业广告主要媒体分布前10名	379
图表：2008年7月通讯业广告主要媒体分布前10名	379
图表：2008年1月中国电台广告投放金额前十五位品牌	382
图表：2008年1月中国全媒体广告投放金额前十五位品牌	382
图表：2008年2月中国电台广告投放金额前十五位品牌	383
图表：2008年2月中国电视广告投放金额前十五位品牌	383
图表：2008年2月中国平面广告投放金额前十位品类	383
图表：2008年2月中国电视广告投放金额前十位品类	384
图表：2008年3月中国电视广告投放金额前十位品类排名	384
图表：2008年3月中国平面广告投放金额前十位品类排名	384
图表：2008年3月中国电台广告投放金额前十位品类排名	384
图表：2008年3月中国户外广告投放金额前十位品类排名	385
图表：2008年3月中国电视广告投放金额前十五位品牌排名	385
图表：2008年3月中国平面广告投放金额前十五位品牌排名	385
图表：2008年3月中国电台广告投放金额前十五位品牌排名	386
图表：2008年3月中国户外广告投放金额前十五位品牌排名	386
图表：2008年3月中国全媒体广告投放金额前十五位品牌排名	386
图表：2008年4月中国全媒体广告投放金额前十五位品牌	387
图表：2008年4月中国户外广告投放金额前十五位品牌	387
图表：2008年4月中国电台广告投放金额前十五位品牌	387
图表：2008年4月中国平面广告投放金额前十五位品牌	388
图表：2008年4月中国电视广告投放金额前十五位品牌	388
图表：2008年4月中国户外广告投放金额前十位品类	388
图表：2008年4月中国平面广告投放金额前十位品类	388
图表：2008年4月中国电台广告投放金额前十位品类	389
图表：2008年4月中国电视广告投放金额前十位品类	389
图表：2008年5月中国户外广告投放金额前十位品类	389
图表：2008年5月中国平面广告投放金额前十位品类	389
图表：2008年5月中国电台广告投放金额前十位品类	390
图表：2008年5月中国电视广告投放金额前十位品类	390
图表：2008年5月中国平面广告投放金额前十五位品牌	390
图表：2008年5月中国媒体广告投放金额前十五位品牌	391

图表：2008年5月中国户外广告投放金额前十五位品牌	391
图表：2008年5月中国电台广告投放金额前十五位品牌	391
图表：2008年5月中国电视广告投放金额前十五位品牌	392
图表：2008年6月中国电视广告投放金额前十位品类	392
图表：2008年6月中国电台广告投放金额前十位品类	392
图表：2008年6月中国平面广告投放金额前十位品类	393
图表：2008年6月中国户外广告投放金额前十位品类	393
图表：2008年6月中国电视广告投放金额前十五位品牌	393
图表：2008年6月中国平面广告投放金额前十五位品牌	394
图表：2008年6月中国电台广告投放金额前十五位品牌	394
图表：2008年6月中国全媒体广告投放金额前十五位品牌	394
图表：2008年6月中国户外广告投放金额前十五位品牌	395
图表：2008年7月中国户外广告投放金额前十五位品牌	395
图表：2008年7月中国全媒体广告投放金额前十五位品牌	395
图表：2008年7月中国电台广告投放金额前十五位品牌	396
图表：2008年7月中国平面广告投放金额前十五位品牌	396
图表：2008年7月中国电视广告投放金额前十五位品牌	396
图表：2008年7月中国户外广告投放金额前十位品类	397
图表：2008年7月中国平面广告投放金额前十位品类	397
图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司主营构成表	442
图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司流动资产表	443
图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司长期投资表	443
图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司固定资产表	443
图表：2007-2008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	443
图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司流动负债表	444
图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司长期负债表	444
图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司股东权益表	444
图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司主营业务收入表	445
图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司主营业务利润表	445
图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司营业利润表	445
图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司利润总额表	445
图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司净利润表	445



图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司每股指标表	446
图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司获利能力表	446
图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司经营能力表	446
图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司偿债能力表	446
图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司资本结构表	447
图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司发展能力表	447
图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司现金流量分析表	447
图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司主营构成表	452
图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司流动资产表	452
图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司长期投资表	452
图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司固定资产表	453
图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司无形及其他资产表	453
图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司流动负债表	453
图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司长期负债表	454
图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司股东权益表	454
图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司主营业务收入表	454
图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司主营业务利润表	454
图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司营业利润表	455
图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司利润总额表	455
图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司净利润表	455
图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司每股指标表	455
图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司获利能力表	455
图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司经营能力表	456
图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司偿债能力表	456
图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司资本结构表	456
图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司发展能力表	456
图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司现金流量分析表	457
图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司主营构成表	462
图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司流动资产表	463
图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司长期投资表	463
图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司固定资产表	463
图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司无形及其他资产表	464

图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司流动负债表	464
图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司长期负债表	464
图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司股东权益表	465
图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司主营业务收入表	465
图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司主营业务利润表	465
图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司营业利润表	465
图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司利润总额表	466
图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司净利润表	466
图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司每股指标表	466
图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司获利能力表	466
图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司经营能力表	466
图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司偿债能力表	467
图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司资本结构表	467
图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司发展能力表	467
图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司现金流量分析表	467
图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司主营构成表	472
图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司流动资产表	472
图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司长期投资表	473
图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司固定资产表	473
图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司无形及其他资产表	473
图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司流动负债表	473
图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司长期负债表	474
图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司股东权益表	474
图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司主营业务收入表	474
图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司主营业务利润表	474
图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司营业利润表	474
图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司利润总额表	475
图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司净利润表	475
图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司每股指标表	475
图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司获利能力表	475
图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司经营能力表	476
图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司偿债能力表	476

图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司资本结构表 476

图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司发展能力表 476

图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司现金流量分析表 477

图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司主营构成表 480

图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司流动资产表 481

图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司长期投资表 481

图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司固定资产表 481

图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司无形及其他资产表 482

图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司流动负债表 482

图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司长期负债表 482

图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司股东权益表 482

图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司主营业务收入表 483

图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司主营业务利润表 483

图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司营业利润表 483

图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司利润总额表 483

图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司净利润表 483

图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司每股指标表 483

图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司获利能力表 484

图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司经营能力表 484

图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司资本结构表 484

图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司发展能力表 484

图表：2007-2008年北京赛迪传媒投资股份有限公司主营构成表 489

图表：2007-2008年北京赛迪传媒投资股份有限公司流动资产表 490

图表：2007-2008年北京赛迪传媒投资股份有限公司长期投资表 490

图表：2007-2008年北京赛迪传媒投资股份有限公司固定资产表 490

图表：2007-2008年北京赛迪传媒投资股份有限公司无形及其他资产表 490

图表：2007-2008年北京赛迪传媒投资股份有限公司流动负债表 490

图表：2007-2008年北京赛迪传媒投资股份有限公司长期负债表 491

图表：2007-2008年北京赛迪传媒投资股份有限公司股东权益表 491

图表：2007-2008年北京赛迪传媒投资股份有限公司主营业务收入表 491

图表：2007-2008年北京赛迪传媒投资股份有限公司主营业务利润表 492

图表：2007-2008年北京赛迪传媒投资股份有限公司营业利润表 492

图表：2007-2008年北京赛迪传媒投资股份有限公司利润总额表	492
图表：2007-2008年北京赛迪传媒投资股份有限公司净利润表	492
图表：2007-2008年北京赛迪传媒投资股份有限公司每股指标表	492
图表：2007-2008年北京赛迪传媒投资股份有限公司获利能力表	493
图表：2007-2008年北京赛迪传媒投资股份有限公司经营能力表	493
图表：2007-2008年北京赛迪传媒投资股份有限公司偿债能力表	493
图表：2007-2008年北京赛迪传媒投资股份有限公司资本结构表	493
图表：2007-2008年北京赛迪传媒投资股份有限公司发展能力表	494
图表：2007-2008年北京赛迪传媒投资股份有限公司现金流量分析表	494
图表：2007-2008年中信国安信息产业股份有限公司主营构成表	498
图表：2007-2008年中信国安信息产业股份有限公司流动资产表	499
图表：2007-2008年中信国安信息产业股份有限公司长期投资表	500
图表：2007-2008年中信国安信息产业股份有限公司固定资产表	500
图表：2007-2008年中信国安信息产业股份有限公司无形及其他资产表	500
图表：2007-2008年中信国安信息产业股份有限公司流动负债表	500
图表：2007-2008年中信国安信息产业股份有限公司长期负债表	501
图表：2007-2008年中信国安信息产业股份有限公司股东权益表	501
图表：2007-2008年中信国安信息产业股份有限公司主营业务收入表	501
图表：2007-2008年中信国安信息产业股份有限公司主营业务利润表	501
图表：2007-2008年中信国安信息产业股份有限公司营业利润表	502
图表：2007-2008年中信国安信息产业股份有限公司利润总额表	502
图表：2007-2008年中信国安信息产业股份有限公司净利润表	502
图表：2007-2008年中信国安信息产业股份有限公司每股指标表	502
图表：2007-2008年中信国安信息产业股份有限公司获利能力表	503
图表：2007-2008年中信国安信息产业股份有限公司经营能力表	503
图表：2007-2008年中信国安信息产业股份有限公司偿债能力表	503
图表：2007-2008年中信国安信息产业股份有限公司资本结构表	503
图表：2007-2008年中信国安信息产业股份有限公司发展能力表	504
图表：2007-2008年中信国安信息产业股份有限公司现金流量分析表	504
图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司主营构成表	508
图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司流动资产表	508
图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司固定资产表	509

图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司无形及其他资产表 509

图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司流动负债表 509

图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司长期负债表 510

图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司股东权益表 510

图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司主营业务收入表 510

图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司主营业务利润表 510

图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司营

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/49472.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](http://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。