



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国传媒业上市公司研究分析报告 (2008版)

一、调研说明

《中国传媒业上市公司研究分析报告（2008版）》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/49502.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

【 描述 】

中国经济的高速发展和人均GDP的增长推动着传媒业的蓬勃发展。目前，中国传媒产业发展环境逐步优化，平面媒体政策相对宽松、广电媒体市场准入大门渐启、市场拓新先机开始显现、科技含量不断提高，传媒业正呈现出强劲的产业化发展趋势。

2006年，中国传媒产业总产值达到了4236亿元，比2005年增长了32.1%，传媒产业已占到我国GDP的2.1%-2.2%。专家预测，我国近几年传媒产业的产值将保持每年10%-15%的速度增长，到2008年将增长40%左右，总产值将达到6000亿元人民币。并在2008年后，还将继续保持10%—15%速度稳步增长。

中国目前已经成为全球第六大广告市场。未来几年，广告业将继续保持较高的增长速度。据摩根士丹利预测，2007年我国广告市场将保持15%的增幅，广告收入将达到2000亿元。同时，受惠于北京奥运会的带动效应，2008年我国广告市场将出现一个增长高峰，较2007年大幅增加25%，达到2450亿元。

2007年一季度，传媒上市公司净利增长提速。歌华有线和博瑞传播净利润增长分别达到24%和9%。传媒业产业资本的快速增长，资本市场无疑将是其资本的一个重要归向。由于受限于传媒业上市政策的严苛，并购重组将是这些产业资本进入资本市场的基本途径，预计2007年将有更多的公司通过重组进入传媒业，并购重组产生的投资机会将贯穿于2007年全年，并成为超额投资收益的重要来源。

本报告具体研究了中国传媒业11家上市公司的整体对比分析、业绩表现、运营情况和投资情况等，并对主营构成和最新市场动向作了详细分析。

【 目录 】

第一章 2006 - 2007年中国传媒业发展概述

第一节 中国传媒业发展概况

一、中国传媒业上市风潮分析

二、制约传媒业生态链的因素

第二节 宏观环境和法律法规

第三节 外资和中国传媒业

一、美国传媒行业发展分析

二、日本传媒行业发展分析

三、世界传媒企业对中国的启示

第二章 2006-2007年中国传媒业上市公司总体数据分析

第一节 运营和财务指标分析

第二节 传媒业上市公司主营构成分析

第三节 传媒业上市公司股市表现分析

第三章 2006 - 2007年传媒业上市公司分析

第一节 歌华有线

一、公司简介

二、2002 - 2007年的运营和营收情况

三、2006 - 2007年的投资情况

四、2006 - 2007年的主营构成分析

五、最新市场动向和未来发展走势

第二节 中视传媒

一、公司简介

二、2002 - 2007年的运营和营收情况

三、2006 - 2007年的投资情况

四、2006-2007年的主营构成分析

五、最新市场动向和未来发展走势

第三节 新华传媒

一、公司简介

二、2002 - 2007年的运营和营收情况

三、2006 - 2007年的投资情况

四、2006 - 2007年的主营构成分析

五、最新市场动向和未来发展走势

第四节 广电网络

一、 公司简介

二、 2002 - 2007年的运营和营收情况

三、 2006 - 2007年的投资情况

四、 2006 - 2007年的主营构成分析

五、最新市场动向和未来发展走势

第五节 东方明珠

一、 公司简介

二、 2002 - 2007年的运营和营收情况

三、 2006 - 2007年的投资情况

四、 2006 - 2007年的主营构成分析

五、最新市场动向和未来发展走势

第六节 博瑞传播

一、 公司简介

二、 2002 - 2007年的运营和营收情况

三、 2006 - 2007年的投资情况

四、 2006 - 2007年的主营构成分析

五、最新市场动向和未来发展走势

第七节 赛迪传媒

一、 公司简介

二、 2002 - 2007年的运营和营收情况

三、 2006 - 2007年的投资情况

四、 2006 - 2007年的主营构成分析

五、最新市场动向和未来发展走势

第八节 华闻传媒

一、 公司简介

二、 2002 - 2007年的运营和营收情况

三、 2006 - 2007年的投资情况

四、 2006 - 2007年的主营构成分析

五、最新市场动向和未来发展走势

第九节 中信国安

- 一、 公司简介
- 二、 2002 - 2007年的运营和营收情况
- 三、 2006 - 2007年的投资情况
- 四、 2006 - 2007年的主营构成分析
- 五、 最新市场动向和未来发展走势

第十节 电广传媒

- 一、 公司简介
- 二、 2002 - 2007年的运营和营收情况
- 三、 2006 - 2007年的投资情况
- 四、 2006 - 2007年的主营构成分析
- 五、 最新市场动向和未来发展走势

第四章 2008年中国传媒业发展趋势预测

- 第一节 传媒行业的发展走势
- 第二节 中国传媒业的改革方向
- 第三节 中国传媒产业转型趋势

第五章 未来五年中国传媒行业相关政策分析

附 表

表1.1 2000-2006年美国广告市场规模占GDP比例

表2.1 2007年传媒业上市公司总资产排名表

表2.2 2006 - 2007年传媒业上市公司营业额排名表

表2.3 2007年传媒业上市公司利润排名表

表2.4 2007年传媒业上市公司资产负债率排名表

表2.5 2007年中国传媒行业上市公司主营情况统计

表2.6 2007年传媒业上市公司市值排名表

表2.7 2007年传媒业上市公司每股收益(EPS)排名表

表2.8 2007年传媒业上市公司净资产收益率 (ROE) 排名表

表2.9 2007年传媒业上市公司每股净资产排名表

表2.10 2007年传媒业上市公司市盈率(PE)排名表

表2.11 2007年传媒业上市公司市净率排名表

表3.1 2007年歌华有线十大股东及持有股份一览表

表3.2 2006 - 2007年歌华有线按产品(或行业)的销售收入与利润情况

表3.3 2008-2009年歌华有线资产负债预测表

表3.4 2008-2009年歌华有线利润预测表

表3.5 2008-2009年歌华有线现金流量预测表

表3.6 2008-2009年歌华有线成长性预测表

表3.7 2008-2009年歌华有线盈利性预测表

表3.8 2007年中视传媒十大股东及持有股份一览表

表3.9 2007年1-6月中视传媒按产品(或行业)的销售与利润统计情况

表3.10 2006年中视传媒按产品(或行业)的销售与利润统计情况

表3.11 2007年新华传媒十大股东及持有股份一览表

表3.12 2007年1-6月新华传媒按产品(或行业)的销售及利润统计表

表3.13 2006年新华传媒按产品(或行业)的销售及利润分布图

表3.14 2007年广电网络十大股东及持有股份一览表

表3.15 2007年1-6月广电网络按产品(或行业)的销售及利润统计情况

表3.16 2006年广电网络按产品(或行业)的销售及利润统计情况

表3.17 2007年东方明珠十大股东及持有股份一览表

表3.18 2007年1-6月东方明珠按产品(或行业)的销售及利润统计情况

表3.19 2006年东方明珠按产品(或行业)的销售及利润统计情况

表3.20 2007年博瑞传播十大股东及持有股份一览表

表3.21 2007年1-6月博瑞传播按产品(或行业)的销售及利润统计情况

表3.22 2006年博瑞传播按产品(或行业)的销售及利润统计情况

表3.23 2007年赛迪传媒十大股东及持有股份一览表

表3.24 2007年1-6月赛迪传媒按产品(或行业)的销售及利润统计情况

表3.25 2006年赛迪传媒按产品(或行业)的销售及利润统计情况

表3.26 2007年华闻传媒十大股东及持有股份一览表

表3.27 2007年1-6月华闻传媒按产品(或行业)的销售及利润统计情况

表3.28 2006年华闻传媒按产品(或行业)的销售及利润统计情况

表3.29 2007年中信国安十大股东及持有股份一览表

表3.30 2007年1-6月中信国安按产品(或行业)的销售及利润统计情况

表3.31 2006年中信国安按产品(或行业)的销售及利润统计情况

表3.32 2007年电广传媒十大股东及持有股份一览表

表3.33 2007年1-6月电广传媒按产品(或行业)的销售及利润统计情况

表3.34 2006年电广传媒按产品(或行业)的销售及利润统计情况

表4.1 手机短信的用途分类

附 图

图1.1 2000-2006年美国广告市场规模及增长率

图1.2 1996-2009年美国主要媒体广告额增速预测

图1.3 2001-2007年美国分类广告市场规模及增长率

图1.4 美国分类广告市场规模及增长率

图1.5 2006-2011年美国网络广告市场规模

图1.6 2003-2006年美国游戏内置广告市场情况

图1.7 2003-2009年美国游戏内置广告市场情况

图3.1 2002 - 2007年歌华有线的营业额和利润走势图

图3.2 2002 - 2007年歌华有线的总资产和货币资金走势图

图3.3 2002 - 2007年中视传媒的营业额和利润走势图

图3.4 2002 - 2007年中视传媒的总资产和货币资金走势图

图3.5 2002 - 2007年新华传媒的营业额和利润走势图

图3.6 2002 - 2007年新华传媒的总资产和货币资金走势图

图3.7 2002 - 2007年广电网络的营业额和利润走势图

图3.8 2002 - 2007年广电网络的总资产和货币资金走势图

图3.9 2002 - 2007年东方明珠的营业额和利润走势图

图3.10 2002 - 2007年东方明珠的总资产和货币资金走势图

图3.11 2002 - 2007年博瑞传播的营业额和利润走势图

图3.12 2002 - 2007年博瑞传播的总资产和货币资金走势图

图3.13 2002 - 2007年赛迪传媒的营业额和利润走势图

图3.14 2002 - 2007年赛迪传媒的总资产和货币资金走势图

图3.15 2002 - 2007年华闻传媒的营业额和利润走势图

图3.16 2002 - 2007年华闻传媒的总资产和货币资金走势图

图3.17 2002 - 2007年中信国安的营业额和利润走势图

图3.18 2002 - 2007年中信国安的总资产和货币资金走势图

图3.19 2002 - 2007年电广传媒的营业额和利润走势图

图3.20 2002 - 2007年电广传媒的总资产和货币资金走势图

图4.1 “碎片化”对中国传媒产业的影响

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/49502.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。