



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2010年中国广播行业应对 金融危机影响及发展策略咨询报 告

一、调研说明

《2009-2010年中国广播行业应对金融危机影响及发展策略咨询报告》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/99318.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

→内容简介

2008年，美国华尔街危机不仅迅速波及全球金融市场，而且已由虚拟经济向实体经济蔓延。金融危机可能会向美元危机甚至经济危机发展，全球经济陷入衰退的风险日益加大。受美国金融危机冲击，全球各大金融机构已经历了连续几个季度的利润下滑和越来越大的资产减记和信贷损失。更为严重的是，目前主要经济体经济增速下滑，世界经济衰退迹象明显。受全球金融危机的影响，中国经济出现了增速放缓的现象，加上成本上升、效益下滑等因素，已影响到部分企业的投资意愿和能力，进而对消费增长构成制约。为抵御国际经济环境对中国的不利影响，必须采取灵活审慎的宏观经济政策，以应对复杂多变的形势。

由于我国仍存在一定的资本管制，金融危机通过金融渠道对我国经济的直接影响比较有限。但由于我国与美国、全球经济之间的联系日益密切，金融危机对我国经济长期发展的间接影响不可低估。2009年以来，国际金融危机对我国经济社会的影响也正在加深和蔓延：对我国外向型企业的影响持续加深，东南部地区大批企业订单持续减少，接不到订单的企业越来越多；从虚拟经济向实体经济延伸；由东部沿海向中西部地区扩展；从经济层面向社会生活传导，表现最明显的是就业。尽管我国经济发展的基本态势没有改变，但国际金融危机还没有见底，加上危机传导需要一个过程，2009年我国经济所受影响可能更加严重，不可掉以轻心。

在中央的宏观调控之下，全国打响了一场声势浩大的“扩大内需、促进增长”保卫战。中国政府2008年11月公布的两年投资总额达4万亿元人民币的经济刺激方案在全球引起了热烈反应。此举将提振市场信心，有助于保持中国经济的持续稳定增长。在当前全球金融危机的形势下，中国加大对基础设施建设的投资可有效扩大内需，弥补金融危机导致的外需不足。到2010年底，中国政府将投资4万亿元人民币，用于包括基础设施、公共交通、生态环境建设和灾后建设、民生工程以及提高城乡居民，特别是低收入群体收入水平等在内的10大措施。同时，中国的财政政策和货币政策双双转向，财政政策从“稳健”转为“积极”，货币政策从“从紧”转为“适度宽松”。

全国各地政府纷纷以重大建设项目为抓手，以投资拉动经济增长，2008年全国社会总投资将超过16万亿元。在当前形势下，如何准确判断金融危机的发展趋势，如何深入了解中国实体经济发展现状及面临的风险因素，如何全面分析我国各类行业的发展现状及经营趋势，是广播行业在金融危机形势下十分关注的课题。那么，在当前金融危机爆发形势下，我国广播行业会受到怎样的影响？而我国广播企业又该如何分析当前发展形势、制定应对策略呢？最

重要的，又如何在危机中寻找机遇，获得更大的发展呢？

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国海关总署、国家广播电影电视总局、新闻出版总署、中国广播电视协会、国内外相关刊物的基础信息以及广播专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，立足于当前世界金融危机整体发展局势，总结出金融危机的一般规律，进而分析了当前金融危机对全球及中国经济、政策、主要行业的影响。报告然后重点探讨了当前金融危机对广播行业的影响，并对未来广播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，研究了广播行业今后的应对策略，为广播企业在当前环境下，激烈的市场竞争中洞察先机，根据行业环境及时调整经营策略，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，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

→报告目录

目录

CONTENTS

第一部分 金融危机的规律与起因

第一章 金融危机基本规律与研究 1

第一节 金融危机概述 1

一、金融危机定义 1

二、金融危机类型 1

三、金融危机特征 1

四、此次金融危机的新特征 1

第二节 金融危机分类 2

一、货币危机 2

二、银行危机 10

三、债务危机 11

四、次贷危机 12

第三节 金融危机爆发的原因 13

一、金融危机爆发的原因分析 13

二、金融危机爆发的深层次原因 15

第四节 危机发生前的典型特征与规律总结 16

- 一、经济快速持续增长 16
- 二、国外游资大量流入 16
- 三、普遍的过度投资 16
- 四、楼市股市快速上涨 17
- 五、货币普遍被高估 17
- 第五节 历次金融危机分析 17
 - 一、1929-1939年美国大萧条时期 17
 - 二、20世纪90年代北欧三国银行危机 18
 - 三、1990-2003年日本银行危机 19
 - 四、历次危机处理方式比较 20

第二章 目前的金融危机形成分析 21

第一节 美国次债机制的形成 21

- 一、次贷的定义 21
- 二、次贷的形成、传递及放大 21

第二节 美国次债形成的根源 23

- 一、宽松的货币政策 23
- 二、从全球经济失衡的角度看次贷危机 24
- 三、金融创新带来的大量衍生产品 25

第三节 世界金融危机的形成 26

- 一、金融危机向全球的传导和蔓延情况 26
- 二、2008年世界各国救市政策分析 29
- 三、2008年欧美中救市政策对比分析 33

第三章 金融危机导火线——次贷危机 37

第一节 美国次贷危机原因 37

- 一、美国次贷危机的直接原因 37
- 二、美国次贷危机原因的深层分析 38

第二节 次贷危机的作用机制 40

- 一、次贷危机的触发 40
- 二、危机从信贷市场传导至资本市场 41
- 三、危机从资本市场传导至信贷市场 41

四、危机虚拟经济领域传导至实体经济领域 42

第三节 金融危机的四个发展阶段 42

一、流动性危机阶段 42

二、信用违约危机阶段 43

三、利率市场危机阶段 43

四、美元地位危机阶段 44

第二部分 金融危机对全球经济的影响

第四章 金融危机下的全球经济2009-2010年走势分析 45

第一节 2009-2012年全球经济走势与预测 45

一、2009年以来全球经济局势分析 45

二、2009年全球经济发展预测 47

三、2009-2010年全球经济复苏要具备的条件 53

四、2009-2012年世界经济形势分析 55

五、2009-2012年全球经济的特点 56

第二节 2009-2010年美国经济发展趋势分析 58

一、美国经济发展现状分析 58

二、2009年美国经济发展趋势分析 65

三、2009-2010年美国经济发展趋势预测 66

第三节 2009-2012年欧盟经济走势分析 66

一、欧盟经济增长情况 66

二、2009-2010年欧盟经济发展预测 69

三、2009-2012年欧盟经济形势分析 69

第四节 2009-2010年亚洲经济走势分析 74

一、2008-2009年亚洲经济增长分析 74

二、2009年亚洲经济走势分析预测 74

三、2009-2010年亚洲对全球经济的影响 76

四、2009-2012年亚洲经济形势分析 77

第五节 2009-2010年日本经济走势分析 78

一、国际金融危机冲击日本经济 78

二、2008年日本经济发展形势分析 79

三、2009年日本经济走势分析预测 80

第五章 金融危机对全球经济、政策影响分析 81

第一节 金融危机对全球经济的影响 81

- 一、金融危机对各国实体经济的影响 81
- 二、国际金融危机发展趋势及其国际影响 83

第二节 金融危机对全球经济的影响分析 89

- 一、金融危机对全球经济走势的影响 89
- 二、金融危机对美国经济走势的影响 91
- 三、金融危机对欧洲经济走势的影响 92
- 四、金融危机对澳洲经济走势的影响 92
- 五、金融危机对中国经济走势的影响 93
- 六、全球政策对各国经济的影响分析 93

第三节 各经济体应对金融危机的措施 94

- 一、北美应对金融危机的措施 94
- 二、欧盟应对金融危机的措施 99
- 三、亚洲应对金融危机的措施 103
- 四、拉美应对金融危机的措施 104

第三部分 金融危机对我国经济的影响

第六章 金融危机下的中国经济2008-2012年走势分析 107

第一节 2008年国民经济发展情况 107

- 一、2008年国民经济发展情况 107
- 二、2008年工业生产情况 112
- 三、2008年城镇人员就业状况 120
- 四、2008年存贷款利率变化 121
- 五、2008年财政收支状况 128
- 六、2008年我国对外贸易情况 129
- 七、2008年我国宏观经济景气指数 146

第二节 2008年中国经济走势分析 148

- 一、2008年前三季度中国经济走势分析 148
- 二、2008年第四季度中国经济走势分析 159
- 三、2008年中国经济增长情况 160
- 四、2008年中国对外贸易进出口形势 161

第三节 2009年我国经济走势分析	165
一、2009年我国居民消费情况	165
二、2009年我国宏观经济发展情况与预测	171
三、2009年一季度全国企业景气指数情况	172
四、2009年我国经济走势和发展特点	172
第四节 2009-2012年我国经济形势分析	176
一、2009-2012年中国宏观经济影响因素分析	176
二、2009-2012年我国宏观经济形势分析	182
三、2009-2012年我国宏观经济新特点	184
四、2009-2012年中国经济面临的问题	186
五、2009-2012年我国经济前景与预测	191
第五节 2009-2012年中国经济走向预测	191
一、2009-2012年中国经济增长分析预测	191
二、2009-2012年出口趋势及其影响预测	196
三、2009-2012年投资趋势及其影响预测	199
四、2009-2012年我国消费趋势与预测	201
第七章 金融危机对我国经济、政策影响分析	203
第一节 国际金融危机下的中国经济运行分析	203
一、2008年金融危机下我国的经济运行	203
二、金融危机对实体经济的影响分析	206
三、2009年中国经济发展预测	211
第二节 国际金融危机下的中国政策选择	214
一、如何把握金融危机提供的机遇	214
二、我国应对金融危机各项措施	215
三、求解中小企业发展的难题	217
第三节 国际全球金融危机下的中国经济应对策略	223
一、调整经济结构	223
二、扩大内需	225
三、保持政策的及时、灵活与有效	228
第四节 金融危机下我国经济发展机会分析	230
一、金融危机中的中国机会分析	230

- 二、经济结构调整中投资机会分析 231
- 三、扩内需、保增长形势下我国经济发展机会分析 233
- 四、2009年中国企业"走出去"的危与机 236
- 第五节 2009年我国宏观经济政策取向分析 237
 - 一、2009年财政政策取向分析 238
 - 二、2009年货币政策取向分析 239
 - 三、2009年投资政策取向分析 240
 - 四、2009年消费政策取向分析 241
 - 五、2009年外贸政策取向分析 242
 - 六、2009年价格政策取向分析 243
 - 七、2009年农村政策取向分析 244
 - 八、2009年就业政策取向分析 244
 - 九、2009年区域经济政策取向分析 245
 - 十、2009年经济改革政策取向分析 246

第四部分 金融危机对行业的影响

第八章 2008年广播行业运行情况分析 249

第一节 2008年广播收听市场整体情况 249

- 一、广播频率整体收听情况 249
- 二、广播频率听众特征 250
- 三、区域市场广播频率收听情况 251

第二节 2008年主要广播收听市场创新点分析 252

- 一、频率资源集约经营与广告创收破亿 252
- 二、专业化、类型化的频率定位 253
- 三、区隔听众人群的对象性广播 253
- 四、广播媒体跨区域联合支撑收听联动 254
- 五、内容优势跨媒体融合 255

第三节 2008年广播电视广告收入与产品出口分析 257

- 一、2008年全国广播电视综合人口覆盖及广播影视业的收入情况 257
- 二、2008年我国影视文化产品和服务出口成绩 257

第四节 2008年我国广播影视业发展成效分析 258

- 一、新闻宣传发展成效 258

二、农村公共服务体系建设成效	259
三、广播影视数字化发展成效	260
四、广播影视业走出去发展成效	261
五、广播影视改革发展成效	262
六、广播影视产业发展成绩	264
七、广播影视产业管理发展成效	266
第五节 2008年我国广播媒体发展荣耀与辉煌	267
一、突发事件凸显广播价值	268
二、众电台打造全新听觉奥运盛宴	269
三、对农广播异军突起	270
四、奋起直追新媒体业务	271
五、怀旧范儿的广播剧卷土重来	272
六、广播媒体登陆贺岁片市场	273
第六节 2009年我国广播电视发展思路与重点	273
一、2009年广播影视工作的总体思路	273
二、2009年广播影视工作的重点	274
第七节 中国移动多媒体广播发展瓶颈分析	275
一、政策瓶颈	275
二、网络瓶颈	275
三、运营瓶颈	276
第八节 我国卫星广播事业发展回顾与展望	277
一、我国卫星广播事业发展现状与回顾	277
二、未来我国卫星广播事业发展展望	283
第九节 媒介融合与中国广播电视的发展分析	284
第九章 金融危机对广播行业发展的影响分析	294
第一节 金融危机对全球广播电视业的影响分析	294
一、从世界经济总体走向上看影响	294
二、从盈利模式上看影响	295
三、从广告经营的具体内容上看影响	296
第二节 金融危机对国外广播行业的影响	297
一、金融危机对美国广播行业的影响	297

- 二、金融危机对欧洲广播行业的影响 297
- 三、金融危机对亚洲广播行业的影响 298
- 第三节 金融危机对国内广播电视行业的影响 299
 - 一、对节目制作的影响 299
 - 二、对广告招标的影响 301
 - 三、对数字化技术和新媒体的影响 302
 - 四、对上市公司的影响 303
 - 五、对新媒体产生的影响 303

第十章 金融危机对中国企业的影响分析 305

第一节 金融危机引发中国部分行业出现调整 305

- 一、部分行业产能潜在过剩风险凸现 305
- 二、出口导向型产业遭受重大冲击 305
- 三、周期性敏感产业受经济周期下行拖累 306
- 四、耐用消费类产业出现负增长 306

第二节 金融危机引发中国产业格局变化 307

- 一、金融危机有利于西方制造业向中国转移 307
- 二、金融危机显著减轻了企业的生产成本压力 308
- 三、金融危机加速了中国出口产业结构调整和优化进程 308

第三节 金融危机对我国广播企业的影响 308

第四节 广播电视企业应对金融危机影响的措施分析 309

- 一、追踪金融危机 309
- 二、提升节目制作水平 309
- 三、稳定广告收益 310
- 四、拓展节目融资渠道 310
- 五、重视人才引进工作 310

第五部分 金融危机下行业竞争分析

第十一章 金融危机下广播行业竞争分析 313

第一节 2008年主要广播收听市场竞争格局 313

- 一、各级广播频率的竞争情况 313
- 二、各专业广播频率的竞争情况 313

第二节 金融危机对广播电视竞争格局的影响分析 314

第三节 城市广播竞争优势分析 316

一、城市化进程背景下的城市广播 316

二、城市广播节目运行机制竞争优势分析 316

第十二章 主要广播电台与重点企业分析 318

第一节 国内主要广播电台分析 318

一、中央人民广播电台 318

二、北京人民广播电台 322

三、广东人民广播电台 326

四、上海人民广播电台 327

五、浙江人民广播电台 328

六、深圳人民广播电台 333

七、江苏人民广播电台 335

八、河南人民广播电台 335

九、山东人民广播电台 337

十、湖北广播电视总台 339

第二节 广播业重点企业分析 340

一、陕西广电网络传媒股份有限公司 340

二、湖南电广传媒股份有限公司 346

三、上海东方明珠(集团)股份有限公司 352

四、北京歌华有线电视网络股份有限公司 357

五、深圳广播电影电视集团 363

六、厦门广播电视集团 366

七、牡丹江广播电视集团 371

八、成都传媒集团 372

九、重庆广播电视集团 373

十、南京广播电视集团 376

十一、四川广播电视集团 378

第六部分 行业发展趋势与应对策略

第十三章 广播行业发展趋势及预测 379

第一节 到2011年全球广播电视、网络广告和网络电视收入规模预测 379

第二节 我国广播事业发展的总体趋势分析 380

第三节 新时代下广播广告多元化发展趋势分析 385

一、广播投放由碎片化到多元类型化发展趋势分析 386

二、广播广告多元化特性的根源与趋势 388

第四节 公共广播技术的发展趋势 390

一、智能化发展趋势 390

二、网络化发展趋势 391

三、无线传输发展趋势 391

四、基于有线电视网传输发展趋势 392

五、可寻址控制发展趋势 392

第五节 国内外广播业全球化发展趋势分析 393

一、当今世界文化是的"全球化"趋势分析 393

二、中国传播事业"全球化"发展趋势分析 394

三、中国广播业宏观把握"全球化"发展分析 394

四、"全球化"给中国广播带来的挑战 395

五、境外资本的进入与广播集团化、产业化发展分析 398

第六节 金融危机下我国广播电视业发展走势分析 399

第十四章 金融危机下广播行业发展机遇与风险 400

第一节 金融危机给我国企业带来的机遇分析 400

一、为享受调控政策带来机遇 400

二、为搞好战略转型带来机遇 400

三、为吸引国际投资带来机遇 401

四、为招聘高端人才带来机遇 401

五、为实施战略重组带来机遇 402

六、为降低制造成本带来机遇 402

第二节 金融危机下广播行业发展机遇分析 403

一、金融危机为广播企业提供了并购国外企业的机会 403

二、金融危机导致部分经营不善的广播企业退出市场 404

三、金融危机也给广播电视媒体带来了巨大发展机遇 405

四、金融危机中我国广播企业发展机遇分析 408

第三节 金融危机下我国企业面临的风险分析 408

一、金融危机下我国企业面临的风险分析 408

二、金融危机给我国中小企业带来的风险 410

第四节 广播企业战略规划不确定性风险分析 410

一、客观事件的不确定性风险 411

二、市场的不确定性风险 412

三、行业发展的不确定性风险 412

四、技术发展的不确定性风险 412

五、战略规划者的主观不确定性风险 413

六、执行过程的不确定性风险 413

七、工具方法的局限性风险 414

八、战略规划系统的不确定性风险 414

第十五章 我国广播行业应对金融危机的主要策略 416

第一节 我国广电行业应对金融危机的国家管理策略 416

第二节 我国广播行业跨越式发展策略分析 418

一、思想创新策略 418

二、体制创新策略 419

三、技术创新策略 420

四、内容开发策略 421

第三节 2009年我国广播影视业发展策略 422

一、不断提高舆论引导水平 422

二、繁荣广播影视内容生产 422

三、加快构建农村广播影视公共服务体系 423

四、加快新媒体建设发展 424

五、加快改革进度 424

六、加快推进广播影视数字化 425

七、加快走出去步伐 425

八、提高广播影视管理水平 426

第四节 广播业应对"全球化"发展策略分析 427

一、广播业应对"全球化"发展对策综述 427

二、广播的文化防御和文化扩张策略 429

三、广播业应对"全球化"发展的技术策略	431
四、广播业应对"全球化"发展节目策略	433
第五节 广播市场细分策略分析	436
一、市场细分催生广播专业化趋势	436
二、专业化广播需要对细分市场精确分析	436
三、细分市场的制约因素	437
四、细分市场的主要分析方法	437
第六节 我国广播内容资源整合策略分析	438
一、整合节目生产与创新策略	438
二、整合智力与影响力策略	440
三、再造数据库与机制策略	441
第七节 我国广播企业应对金融危机策略	443
一、坚守核心主业	443
二、构建优质渠道	443
三、整合优质资源	444
四、提升经营能力	445
五、明确品牌形象	445
六、调整市场策略	446

图表目录

图表：2008年世界各国救市政策一览表（1）	29
图表：2008年世界各国救市政策一览表（2）	31
图表：2008年世界各国救市政策一览表（3）	32
图表：次贷危机形成	37
图表：次贷危机扩大	38
图表：美国经济增长速度	58
图表：2007年以来美国丧失抵押赎回权比例和次贷违约率	58
图表：美国商品零售额增长率走势图	59
图表：美国就业情况走势图	59
图表：美国每周申请失业人数与经济衰退走势图	60
图表：2008年7月CPI指数走势图	60
图表：2008年7月PPI指数走势图	61

图表：美元指数和原油价格走势 61

图表：美国月度新房开工数走势图 62

图表：美国OFHEO房价指数季环比走势图 63

图表：欧盟重要成员国国内生产总值季度/年度增长情况 68

图表：欧盟重要成员国消费者价格指数季度/年度变化情况 68

图表：2008和2009年对亚洲经济体经济增长率预测 74

图表：2008年1-4季度国内生产总值 108

图表：2004-2008年6月国内生产总值增长趋势图 108

图表：2000-2008年6月城镇固定资产投资名义增速及实际增速 109

图表：2006-2008年5月我国出口累计同比增速对比 109

图表：2008年2-11月我国CPI情况 111

图表：2008年1-12月中国PPI发展情况 111

图表：2008年1-12月中国PPI和CPI走势图 112

图表：2007-2008年我国规模以上工业增加值情况 112

图表：2007年6月-2008年8月我国轻重工业增加值情况 113

图表：2007-2008年我国工业出口交货值情况 113

图表：2006-2008年我国工业企业实现利润情况 113

图表：2006-2008年我国工业企业亏损情况 114

图表：2007-2008年我国工业生产资料价格变化情况 114

图表：2007-2008年我国工业品和原燃料价格变化情况 114

图表：2008年2月工业增加值增长速度 115

图表：2008年3月工业增加值增长速度 115

图表：2008年4月工业增加值增长速度 116

图表：2008年5月工业增加值增长速度 116

图表：2008年6月工业增加值增长速度 117

图表：2008年7月工业增加值增长速度 117

图表：2008年8月工业增加值增长速度 118

图表：2008年9月工业增加值增长速度 118

图表：2008年10月工业增加值增长速度 119

图表：2008年11月工业增加值增长速度 119

图表：2008年12月工业增加值增长速度 120

图表：2008年9月15日金融机构人民币存款利率表 122

图表：2008年9月15日金融机构人民币贷款利率表 122

图表：2008年10月9日金融机构人民币存款利率表 123

图表：2008年10月9日金融机构人民币贷款利率表 123

图表：2008年10月30日金融机构人民币存款利率表 124

图表：2008年10月30日金融机构人民币贷款利率表 124

图表：1996-2008年10月我国期存贷款基准利率走势 125

图表：2008年11月27日金融机构人民币存款利率表 125

图表：2008年11月27日金融机构人民币贷款利率表 126

图表：2008年12月23日金融机构人民币存款利率表 127

图表：2008年12月23日金融机构人民币贷款利率表 127

图表：2008年我国月度进、出口值及增速走势图 130

图表：2008年我国对主要贸易伙伴进出口总值表 132

图表：2008年7月我国进出口商品构成表 134

图表：2008年7月我国进出口总值简要情况表 134

图表：2008年7月我国前十名合作贸易伙伴 134

图表：2008年7月我国前十位出口市场 135

图表：2008年7月我国前十位进口来源地 135

图表：2008年8月我国进出口商品构成表 136

图表：2008年8月我国进出口总值简要情况表 136

图表：2008年8月我国前十名合作贸易伙伴 136

图表：2008年8月我国前十位出口市场 137

图表：2008年8月我国前十位进口来源地 137

图表：2008年9月我国进出口商品构成表 137

图表：2008年9月我国进出口总值简要情况表 138

图表：2008年9月我国前十名合作贸易伙伴 138

图表：2008年9月我国前十位出口市场 138

图表：2008年9月我国前十位进口来源地 139

图表：2008年10月我国进出口总值简要情况表 139

图表：2008年10月我国进出口商品构成表 139

图表：2008年10月我国前十名合作贸易伙伴 140

图表：2008年10月我国前十位出口市场 140

图表：2008年10月我国前十位进口来源地 141

图表：2008年11月我国前十位出口市场 141

图表：2008年11月我国前十位进口来源地 142

图表：2008年12月我国进出口总值简要情况表 142

图表：2008年12月我国前十位出口市场 143

图表：2008年12月我国前十位进口来源地 143

图表：2008年12月我国进出口贸易方式情况 144

图表：2008年12月我国进出口企业性质及其总值情况 145

图表：2008年我国月度进出口总值情况 145

图表：2008年1月国家宏观经济景气指数 146

图表：2008年2月国家宏观经济景气指数 146

图表：2008年3月国家宏观经济景气指数 146

图表：2008年4月国家宏观经济景气指数 146

图表：2008年5月国家宏观经济景气指数 146

图表：2008年6月国家宏观经济景气指数 147

图表：2008年7月国家宏观经济景气指数 147

图表：2008年8月国家宏观经济景气指数 147

图表：2008年9月国家宏观经济景气指数 147

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 147

图表：2008年10月国家宏观经济景气指数 148

图表：2008年11月国家宏观经济景气指数 148

图表：2008年12月国家宏观经济景气指数 148

图表：2004-2008年9月我国GDP发展走势 150

图表：2005-2008年9月固定资产投资和房地产投资累计增速 151

图表：2005-2008年9月三次产业投资增长趋势 152

图表：2004-2008年7月新开工项目和施工项目投资增速 153

图表：2004-2008年7月社会消费品零售变动趋势 153

图表：2007-2008年8月消费者信心指数变动趋势 155

图表：2006-2008年9月我国单月进、出口变动趋势 155

图表：2006-2008年8月我国出口分地区变动趋势 157

图表：2006-2008年9月出口产品单月同比增速变动趋势 157

图表：2005年3季度-2008年3季度GDP增量走势 158

图表：2005年9月-2008年9月城镇固定资产投资增量走势 158

图表：2005年9月-2008年9月工业增加值走势 159

图表：2009年1月我国社会消费品零售总额情况 165

图表：2009年2月我国社会消费品零售总额情况 166

图表：2009年1月我国居民消费价格分类指数 166

图表：2009年2月我国居民消费价格分类指数 167

图表：2009年1月我国消费者信心指数 167

图表：2009年2月我国消费者信心指数 168

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（一） 168

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（二） 168

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（三） 169

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（四） 169

图表：2009年1月我国各地居民消费价格指数（五） 169

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（一） 169

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（二） 170

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（三） 170

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（四） 170

图表：2009年2月我国各地居民消费价格指数（五） 170

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化 307

图表：2008年下半年陕西广电网络传媒股份有限公司主营构成 342

图表：2008-2009年陕西广电网络传媒股份有限公司每股指标 342

图表：2008-2009年陕西广电网络传媒股份有限公司获利能力 342

图表：2008-2009年陕西广电网络传媒股份有限公司经营能力 343

图表：2008-2009年陕西广电网络传媒股份有限公司偿债能力 343

图表：2008-2009年陕西广电网络传媒股份有限公司资本结构 343

图表：2008-2009年陕西广电网络传媒股份有限公司发展能力 343

图表：2008-2009年陕西广电网络传媒股份有限公司现金流量 344

图表：2008-2009年陕西广电网络传媒股份有限公司主营业务收入 344

图表：2008-2009年陕西广电网络传媒股份有限公司主营业务利润 344

图表：2008-2009年陕西广电网络传媒股份有限公司营业利润 344

图表：2008-2009年陕西广电网络传媒股份有限公司利润总额 345

图表：2008-2009年陕西广电网络传媒股份有限公司净利润 345

图表：2008年下半年湖南电广传媒股份有限公司主营构成 346

图表：2008-2009年湖南电广传媒股份有限公司每股指标 347

图表：2008-2009年湖南电广传媒股份有限公司获利能力 347

图表：2008-2009年湖南电广传媒股份有限公司经营能力 347

图表：2008-2009年湖南电广传媒股份有限公司偿债能力 347

图表：2008-2009年湖南电广传媒股份有限公司资本结构 348

图表：2008-2009年湖南电广传媒股份有限公司发展能力 348

图表：2008-2009年湖南电广传媒股份有限公司现金流量 348

图表：2008年下半年上海东方明珠(集团)股份有限公司主营构成 353

图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司每股指标 354

图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司获利能力 354

图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司经营能力 354

图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司偿债能力 355

图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司资本结构 355

图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司发展能力 355

图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司现金流量 355

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 356

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 356

图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司营业利润 356

图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司利润总额 356

图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司净利润 357

图表：2008年下半年北京歌华有线电视网络股份有限公司主营构成 359

图表：2008-2009年北京歌华有线电视网络股份有限公司每股指标 359

图表：2008-2009年北京歌华有线电视网络股份有限公司获利能力 360

图表：2008-2009年北京歌华有线电视网络股份有限公司经营能力 360

图表：2008-2009年北京歌华有线电视网络股份有限公司偿债能力 360

图表：2008-2009年北京歌华有线电视网络股份有限公司资本结构 360

图表：2008-2009年北京歌华有线电视网络股份有限公司发展能力 360

图表：2008-2009年北京歌华有线电视网络股份有限公司现金流量 361

图表：2008-2009年北京歌华有线电视网络股份有限公司主营业务收入 361

图表：2008-2009年北京歌华有线电视网络股份有限公司主营业务利润 361

图表：2008-2009年北京歌华有线电视网络股份有限公司营业利润 362

图表：2008-2009年北京歌华有线电视网络股份有限公司利润总额 362

图表：2008-2009年北京歌华有线电视网络股份有限公司净利润 362

图表：2011年全球广播电视、网络广告和网络电视收入规模预测 379

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/99318.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专业提供投资咨询报告、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。