

中国传媒市场调研及未来五年投资动向研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国传媒市场调研及未来五年投资动向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/209543209543.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

第一章 传媒产业定义及发展环境分析

1.1 传媒产业定义

1.1.1 传媒产业定义

1.1.2 传媒产业在国民经济中的地位分析

1.2 传媒产业政策环境分析

1.2.1 传媒产业管理体制

(1) 主管部门

(2) 监管体制

1.2.2 传媒产业主要政策及法律法规

(1) 《新闻出版业“十二五”时期发展规划》

(2) 文化业入选《产业结构调整指导目录(本)》鼓励类

(3) 《“十二五”时期文化产业倍增计划》

(4) 有线电视网络行业相关政策

1.2.3 传媒产业体制改革进展分析

(1) 报刊体制改革进展

(2) 图书出版发行体制改革进展

(3) 广播电视体制改革进展

(4) 音像出版业体制改革进展

(5) 电影体制改革进展

1.3 传媒产业经济环境分析

1.3.1 国际宏观经济环境分析

(1) 国际宏观环境发展现状

(2) 国际宏观经济发展预测

1.3.2 国内宏观经济环境分析

(1) 国内宏观经济发展现状

(2) 国内宏观经济发展预测

1.4 传媒产业社会环境分析

1.4.1 舆论多元化

1.4.2 公民展开新闻运动

1.4.3 传媒市场“碎片化”

1.4.4 社群圈子形成

1.4.5 判据感性化

第二章 国内外传媒产业发展现状及趋势分析

2.1 国外传媒产业发展现状及趋势分析

2.1.1 全球传媒产业发展现状分析

- (1) 全球传媒产业发展概况
- (2) 全球传媒产业发展特征

2.1.2 美国传媒产业发展状况

- (1) 美国传媒产业总体概况
- (2) 美国传统媒体产业发展状况
- (3) 美国新媒体产业发展状况

2.1.3 英国传媒产业发展状况

- (1) 英国传媒产业总体概况
- (2) 英国传统媒体产业发展状况
- (3) 英国新媒体产业发展状况

2.1.4 日本传媒产业发展状况

- (1) 日本传媒产业总体概况
- (2) 日本传统媒体产业发展状况
- (3) 日本新媒体产业发展状况

2.1.5 全球传媒产业发展趋势分析

2.2 国内传媒产业发展现状及趋势分析

2.2.1 国内传媒产业发展总体概况

- (1) 总产值及增长情况
- (2) 细分市场规模及增长情况
- (3) 市场结构
- (4) 产业形态

2.2.2 国内传媒产业发展现状分析

- (1) 传统媒体产业发展现状分析
- (2) 新媒体产业发展现状分析

2.2.3 国内传媒产业发展趋势分析

第三章 传统媒体产业发展现状及趋势分析

3.1 报纸产业发展现状及趋势分析

3.1.1 报纸产业发展规模分析

- (1) 报纸产业总体规模分析
- (2) 报纸出版发行规模分析
- (3) 报纸广告规模分析

3.1.2 报纸发行市场竞争分析

- (1) 报纸发行市场概况

- (2) 都市类报纸区域竞争格局分析
- (3) 其他类别报纸市场竞争格局分析
- 3.1.3 报纸广告市场运行分析
 - (1) 报纸广告市场概况
 - (2) 报纸广告市场结构分析
 - (3) 传媒环境变化对报业的影响分析
- 3.1.4 报业集团上市情况
- 3.1.5 报纸产业发展趋势分析
- 3.2 图书产业发展现状及趋势分析
 - 3.2.1 图书产业发展规模分析
 - (1) 图书出版社数量
 - (2) 图书发行网点数量与出版发行业从业人数
 - (3) 图书出版及销售情况
 - (4) 图书进出口与版权引进输出情况
 - 3.2.2 图书出版产业政策解析
 - 3.2.3 图书出版产业进展分析
 - (1) 主题出版
 - (2) 数字化转型
 - 3.2.4 图书出版产业资本运作分析
 - 3.2.5 图书出版产业发展趋势分析
- 3.3 期刊产业发展现状及趋势分析
 - 3.3.1 期刊产业发展规模分析
 - (1) 期刊出版规模
 - (2) 期刊类群结构
 - (3) 期刊销售和广告规模
 - 3.3.2 期刊发行市场竞争格局分析
 - (1) 期刊市场概况
 - (2) 时尚类期刊竞争格局分析
 - (3) 汽车类期刊竞争格局分析
 - (4) 财经类期刊竞争格局分析
 - (5) 家居类期刊竞争格局分析
 - 3.3.3 期刊产业发展趋势分析
- 3.4 广播音像产业发展现状及趋势分析
 - 3.4.1 广播产业发展现状分析
 - (1) 广播产业发展规模

- (2) 广播产业受众市场分析
- (3) 广播广告经营分析
- (4) 广播产业发展特点
- 3.4.2 音像产业发展现状分析
 - (1) 音像产业发展规模
 - (2) 不同类别音像载体出版情况
 - (3) 音像产业进出口分析
- 3.4.3 广播收听市场分析
 - (1) 广播听众规模
 - (2) 城市广播听众特征
 - (3) 听众的收听行为分析
 - (4) 听众的收听需求分析
- 3.4.4 广播市场竞争格局分析
 - (1) 总体市场竞争格局
 - (2) 区域市场竞争格局
 - (3) 各类频率竞争格局
- 3.4.5 广播产业融媒体转型分析
 - (1) 融合背景下广播生态分析
 - (2) 国家电台融媒体转型案例分析
- 3.4.6 广播产业发展趋势分析
- 3.5 电视产业发展现状及趋势分析
 - 3.5.1 电视产业发展现状分析
 - (1) 电视产业基础
 - (2) 电视节目制播情况
 - (3) 电视产业规模
 - 3.5.2 电视市场收视特征与竞争趋势分析
 - (1) 收视总量及其分布特征
 - (2) 各级频道竞争现状及变化特征
 - (3) 各级频道主要节目类型特征和受众收视特点
 - 3.5.3 网络电视发展特点及趋势分析
 - (1) 网络电视定义及分类
 - (2) 网络电视与传统电视的区别
 - (3) 网络电视发展特点及趋势分析
 - 3.5.4 电视产业发展趋势分析
- 3.6 电影产业发展现状及趋势分析

3.6.1 电影产业发展规模分析

- (1) 电影基础设施规模
- (2) 电影产量规模
- (3) 电影收入规模

3.6.2 电影产业格局分析

- (1) 资本进入电影产业，电影产业进入资本市场
- (2) 上市企业股市表现低迷，企业谋求多元发展
- (3) 广播电视行业与电影牵手联姻
- (4) 互联网公司进军电影产业

3.6.3 电影生产发展特征分析

- (1) 优质企业产品优势更趋明显
- (2) 中小成本影片形态多样
- (3) 合拍片凸显市场竞争优势
- (4) 国产3D紧急起步
- (5) 国产动画电影迎来发展高潮

3.6.4 电影市场发展特征分析

- (1) 中小城市进入主流影院市场
- (2) 院线竞争格局基本稳定
- (3) 全年电影市场持续高温
- (4) 影院促销手段多元化
- (5) 农村放映工程全面实施
- (6) 国际交流活动频繁
- (7) 海外票房有所下降
- (8) 国产动画等待春天的到来

3.6.5 3D电影发展分析

- (1) 3D电影票房分析
- (2) 3D电影发展契机
- (3) 3D技术亟待强化“融合性”
- (4) 3D电影发展中存在的问题
- (5) 3D电影产业的发展路径

3.6.6 电影产业发展趋势分析

第四章 新媒体产业发展现状及趋势分析

4.1 传统媒体数字化发展现状及趋势分析

4.1.1 数字报纸发展分析

- (1) 数字报纸发展规模分析

- (2) 报业数字化转型分析
- (3) 3D报纸发展分析
- (4) 数字报纸发展趋势分析
- 4.1.2 数字图书发展分析
 - (1) 数字图书发展现状
 - (2) 数字图书技术分析
 - (3) 数字图书应用模式
 - (4) 数字图书制作来源及前景分析
 - (5) 电子书市场主流经营模式及终端竞争格局分析
- 4.1.3 数字期刊发展分析
 - (1) 数字期刊发展现状分析
 - (2) 纸质期刊的数字化转型分析
 - (3) 数字期刊的发展趋势分析
- 4.1.4 数字广播/音像发展分析
 - (1) 数字广播/音像发展现状分析
 - (2) 数字广播/音像发展趋势分析
- 4.1.5 数字电视发展分析
 - (1) 数字电视用户规模
 - (2) 数字电视市场结构
 - (3) 有线数字电视发展分析
 - (4) 数字电视发展趋势分析
- 4.1.6 数字电影发展分析
 - (1) 数字电影发展现状分析
 - (2) 数字电影发展趋势分析
- 4.2 互联网传媒产业发展现状及趋势分析
 - 4.2.1 互联网发展规模分析
 - (1) 互联网网民规模
 - (2) 互联网资源规模
 - 4.2.2 互联网经济发展分析
 - (1) 网络经济规模
 - (2) 网络应用结构
 - (3) 网络经济细分市场发展分析
 - 4.2.3 互联网传媒产业发展分析
 - (1) 互联网传媒产业基本状况
 - (2) 互联网传媒产业细分市场情况

4.2.4 互联网传媒产业主要变化分析

- (1) 国家政策变化
- (2) 技术和新产业业态变化
- (3) 融资变化
- (4) 重大事件

4.2.5 互联网传媒产业发展趋势分析

4.3 移动媒体产业发展现状及趋势分析

4.3.1 移动媒体基础资源发展情况

- (1) 用户规模
- (2) 移动终端
- (3) 移动网络建设

4.3.2 移动媒体产品与服务发展情况

- (1) 用户使用情况
- (2) 市场规模情况

4.3.3 手机媒体发展分析

- (1) 手机媒体发展概况
- (2) 手机媒体各项业务发展情况
- (3) 手机媒体发展面临的机遇与挑战

4.3.4 户外媒体发展分析

- (1) 户外媒体发展概况
- (2) 户外媒体市场分析
- (3) 户外媒体发展趋势

4.3.5 移动互联网发展热点解析

- (1) 3G发展
- (2) iPad发展
- (3) 应用 (Application) 发展
- (4) 微博与LBS发展
- (5) 手机游戏与移动支付发展

第五章 新媒体与传统媒体融合及全媒体发展分析

5.1 新媒体与传统媒体的融合发展分析

5.1.1 新媒体与传统媒体融合的必然性分析

- (1) 新媒体的优越性和局限性
- (2) 传统媒体的不可替代性
- (3) 传统媒体与新媒体的融合与发展

5.1.2 美国传统媒体与新媒体融合的几种方式

- (1) 实时提供实用信息
 - (2) 内容多次开发利用
 - (3) 大量运用社交媒体
 - (4) 数据可视化，互动个性化
 - (5) 积极拓展流媒体空间
- 5.1.3 电视媒体与网络媒体融合发展现状分析
- (1) 取长补短之融合——电视媒体与网络媒体
 - (2) 电视媒体与网络媒体融合发展情况
 - (3) 电视媒体与网络媒体在融合过程中存在问题分析
 - (4) 电视媒体融合网络媒体的具体对策
- 5.1.4 传统媒体与新媒体融合发展趋势分析
- (1) 新媒体体系逐渐成型
 - (2) 传统媒体积极转型
 - (3) 传统媒体与新兴媒体优势互补形成新型媒体
- 5.2 全媒体发展分析
- 5.2.1 全媒体战略提出的背景
- 5.2.2 全媒体概念解析
- (1) 全媒体概念
 - (2) 全媒体与新媒体的区别
- 5.2.3 传统媒体选择全媒体战略的现实基础
- 5.2.4 传统媒体实施全媒体战略的关键点
- 5.2.5 全媒体战略风险分析
- (1) 全媒体易导致内容同质化
 - (2) 全媒体对竞争力的消解
 - (3) 全媒体导致的磨合风险
 - (4) “全”媒体记者与“专”的矛盾
- 5.2.6 全媒体发展现状分析
- (1) 主要的全媒体发展模式
 - (2) 全媒体实践分析
- 5.2.7 全媒体的发展和内容管理面临的新挑战
- (1) 全媒体平台建设方面的主要问题
 - (2) 全媒体品牌建设方面的主要问题
 - (3) 全媒体内容管理方面的主要问题
 - (4) 全媒体发展和管理的对策建议
- 5.2.8 全媒体发展趋势分析

5.3 北京电视台网络春晚个案分析

5.3.1 北京电视台网络春晚举办概况

5.3.2 北京电视台网络春晚诞生背景

- (1) 面对观众流失，谋求观众回归新途径
- (2) 视频业务崛起，构建全民同乐新思路
- (3) 三网融合，推动三屏联动新突破

5.3.3 北京电视台网络春晚运作情况

- (1) 三大平台通力合作
- (2) 各方高手加盟策划
- (3) 过亿网民点将支招

5.3.4 北京电视台网络春晚差异定位

- (1) 全民参与，草根登上舞台
- (2) 风格活泼，吸引年轻受众

5.3.5 首届网络互动春晚的影响和启示

- (1) 需求就是硬道理
- (2) 融合创造机会
- (3) 内容为王，渠道制胜

5.4 盛大集团从游戏门户向全媒体转型个案分析

5.4.1 盛大转型的基本历程

- (1) 盛大的总体情况
- (2) 盛大的转型历程

5.4.2 盛大现阶段的业务布局

- (1) 盛大在线
- (2) 盛大游戏
- (3) 盛大文学
- (4) 盛大互动游戏业务——云游天地
- (5) 盛大无限娱乐业务——华友世纪
- (6) 盛大音乐
- (7) 盛大影视业务——华影盛世
- (8) 盛大互联网视频业务——酷6网

5.4.3 盛大成功转型的启示

- (1) 强化核心竞争力，打通健康产业链
- (2) 通过资本运作，整合产业链资源
- (3) 成立创新院，引领企业发展

5.5 华视整合车载移动电视广告资源个案分析

5.5.1 华视传媒车载移动电视广告联播网的发展历程

- (1) 复制成功模式，布局全国公交移动电视广告市场
- (2) 借力资本市场，贯通地铁与公交移动电视广告市场

5.5.2 车载移动电视的传播价值分析

- (1) 户外实时移动
- (2) 提供精短信息
- (3) 受众人群稳定
- (4) 社会影响广泛

5.5.3 华视传媒的广告价值分析

- (1) 可实施广告监播
- (2) 广告传播千人成本低
- (3) 与传统电视广告存在良好的互补性

5.5.4 城镇化与公交优先战略为车载移动电视带来新机遇

第六章 三网融合利益格局及进展分析

6.1 三网融合概述

6.1.1 三网融合定义及涉及领域

6.1.2 三网融合包含四要素分析

6.1.3 发展三网融合的积极性

6.2 三网融合利益格局分析

6.2.1 三网融合产业链利益竞争关系

6.2.2 三网融合受益方分析

- (1) 设备提供商在融合前期受益
- (2) 有线运营商与内容制作商长远受益

6.2.3 三网融合产业链投资机会分析

- (1) 设备提供商
- (2) 网络服务商
- (3) 服务及内容提供商

6.3 三网融合影响分析

6.3.1 三网融合对广电网的影响

- (1) 广电网未来发展思路
- (2) 三网融合下广电网SWOT分析
- (3) 三网融合对广电网的影响

6.3.2 三网融合对电信网的影响

- (1) 电信运营业务现状分析
- (3) 三网融合下电信网SWOT分析

6.3.3 三网融合对互联网的影响

- (1) 三网融合下互联网的地位
- (2) 三网融合下互联网的创新发展

6.4 以来三网融合进展分析

6.4.1 运营商加大投资力度

6.4.2 三网融合用户数量取得突破

6.4.3 各地区三网融合制定试点与实施方案

6.5 三网融合未来展望

6.5.1 三网融合发展障碍分析

- (1) 体制障碍
- (2) 监管体制障碍
- (3) 技术挑战

6.5.2 三网融合发展建议

- (1) 设立第三方监管机构
- (2) 完善产业标准与法规
- (3) 形成合作竞争机制
- (4) 打造良好的生态系统

6.5.3 三网融合未来展望

- (1) 长远前景
- (2) 发展前景

第七章 传媒产业领先企业经营分析

7.1 传统媒体产业领先企业经营分析

7.1.1 北青传媒股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展规模分析
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业运营情况分析
 - (一) 企业偿债能力分析
 - (二) 企业运营能力分析
 - (三) 企业盈利能力分析
- (4) 企业经营优劣势分析
- (5) 企业发展战略分析
- (6) 企业投资兼并与重组
- (7) 企业最新发展动向

7.1.2 北京赛迪传媒投资股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展规模分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业运营情况分析

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业发展战略分析

(6) 企业最新发展动向

7.1.3 华闻传媒投资集团股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业运营情况分析

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业发展战略分析

(6) 企业投资兼并与重组分析

(7) 企业最新发展动向

7.1.4 广东广州日报传媒股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业运营情况分析

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业发展战略分析

(6) 企业投资兼并与重组

(7) 企业最新发展动向

7.1.5 上海新华传媒股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业运营情况分析

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业发展战略分析

(6) 企业投资兼并与重组分析

(7) 企业最新发展动向

7.2 新媒体产业领先企业经营分析

7.2.1 华视传媒集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业运营情况分析

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业发展战略分析

(6) 企业最新发展动向

7.2.2 上海东方明珠(集团)股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业运营情况分析

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业发展战略分析

(6) 企业最新发展动向

7.2.3 TOM集团有限公司经营情况分析

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业运营情况分析

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业发展战略分析

(6) 企业最新发展动向

7.2.4 分众传媒控股有限公司经营情况分析

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业运营情况分析

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业发展战略分析

(6) 企业最新发展动向

7.2.5 北京航美传媒广告有限公司经营情况分析

(1) 企业发展规模分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业运营情况分析

(一) 企业偿债能力分析

(二) 企业运营能力分析

(三) 企业盈利能力分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业发展战略分析

(6) 企业最新发展动向

第八章 传媒产业投融资现状分析及建议

8.1 传媒产业投资特性分析

8.1.1 传媒产业进入壁垒分析

(1) 规模经济壁垒

(2) 产品差异化壁垒

(3) 资源壁垒

(4) 资金壁垒

8.1.2 传媒产业盈利因素分析

(1) 决策型人才因素

(2) 产业价值链因素

(3) 创意因素

8.1.3 传媒产业盈利模式分析

(1) 广播电视盈利模式

- (2) 新媒体盈利模式
 - (3) 出版类传媒盈利模式
 - 8.2 传媒产业投融资现状分析
 - 8.2.1 传媒产业投融资环境变化
 - (1) 信贷环境变化
 - (2) 金融支持政策
 - 8.2.2 传媒新股投融资概况
 - 8.2.3 传媒上市企业概况
 - (1) 传媒上市企业总市值概况
 - (2) 传媒上市企业运营概况
 - (3) 传媒上市企业盈利概况
 - 8.2.4 传媒企业上市潮解读
 - 8.3 传媒产业投资建议
 - 8.3.1 传媒产业投资机会分析
 - (1) 影视产业投资机会
 - (2) 新媒体面临发展机遇
 - (3) 整合与数字化利好出版业
 - 8.3.2 传媒产业投资风险分析
 - (1) 政策管制风险
 - (2) 宏观经济波动风险
 - (3) 关联产业需求变动风险
 - (4) 传媒企业所有制风险
 - 8.3.3 传媒产业投资建议
 - (1) 适当加大广告投入
 - (2) 继续发展影视行业
 - (3) 争当动漫行业领导者
 - (4) 加大数字化出版投入
- 图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/209543209543.html>