

2010-2015年中国传媒产业 市场竞争态势与投资前景咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2010-2015年中国传媒产业市场竞争态势与投资前景咨询报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201003/35528.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

【报告目录】

第一章 2009-2010年世界传媒产业发展状况分析

第一节2009-2010年世界传媒业发展概述

- 一、世界传播格局的变化分析
- 二、全球华文传媒发展现状与态势
- 三、部分传媒对于利益冲突的规范
- 四、中西方媒体和政府之间的关系

第二节2009-2010年世界传媒产业运行动态分析

- 一、国际传媒巨头的并购分析
- 二、世界数字传媒产业快速发展
- 三、全球各地报业积极开拓多媒体和网络业务

第三节2009-2010年世界主要国家传媒产业运行情况分析

- 一、美国
- 二、英国
- 三、日本
- 四、法国

第二章 2009-2010年国外知名传媒企业运营情况分析

第一节 时代华纳（TIMEWARNER）

- 一、企业基本概况
- 二、时代华纳旗下品牌
- 三、2009-2010年公司经营状况分析

第二节 迪斯尼（THE WALT DISNEY COMPANY GROUP）

- 一、企业基本概况
- 二、2009-2010财年公司经营状况分析

第三节 维亚康姆（VIACOM）

- 一、企业基本概况
- 二、2009-2010财年公司经营状况分析

第四节 维旺迪（VIVENDI）

- 一、企业基本概况

二、2009-2010财年公司经营状况分析

第五节 新闻集团（NEWS CORPORATION）

一、企业基本概况

二、2009-2010财年公司经营状况分析

第六节 贝塔斯曼

一、企业基本概况

二、2009-2010财年公司经营状况分析

第三章 2009-2010年中国传媒产业发展环境分析

第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入

三、恩格尔系数

第二节 2009-2010年中国传媒产业发展政策环境分析

一、中国新闻传媒业的法律问题

二、中华人民共和国广告法

三、互联网出版管理暂行规定

第三节 2009-2010年中国传媒产业发展社会环境分析

第四章 2009-2010年中国传媒产业运行形势分析

第一节 2009-2010年中国传媒业发展总况

一、中国传媒产业进入发展快车道

二、中国传媒产业的智库建设

三、大众传媒与金融监管

四、中国传媒产业集团化的发展

五、中国传媒产业的资本运作

第二节 2009-2010年中国传媒业发展中的问题

一、中国传媒产业发展存在的危机

二、传媒业区域化发展带来的问题

三、中国传媒经济增长面临的问题分析

第三节 2009-2010年中国传媒产业发展的策略

一、传媒产业的产权多元化

- 二、传媒产业解决角色冲突的策略
- 三、解决东西部传媒经济失衡的对策
- 四、中国报业集团的发展对策
- 五、中国传媒业走向国际的空间及策略分析

第五章 2009-2010年中国传媒业市场运行动态分析

第一节 2009-2010年中国传媒市场发展总体概况

- 一、中国传媒业市场形成
- 二、中国传统媒体面临的市场形势
- 三、中国城市传媒业市场的发展模式探析
- 四、中国传媒市场上的民资
- 五、中国传媒市场上的外资

第二节 2009-2010年中国传媒业市场管理和营销

- 一、传媒经营管理和运作
- 二、传媒产业经营模式的转变
- 三、现代传媒业的营销策略
- 四、传媒市场定位方法与应注意的问题
- 五、传媒市场定位效用的优化策略分析
- 六、从企业传播价值链角度看传媒广告营销

第六章 2009-2010年中国传媒细分产业分析——电视媒体

第一节 2009-2010年中国电视媒体产业发展综述

- 一、电视传媒业的地位
- 二、中国付费电视产业发展分析
- 三、中国电视购物产业发展状况
- 四、电视广告产业发展分析
- 五、我国电视媒体行业的转型与创新分析
- 六、电视媒体发展的几个措施
- 七、电视媒体的大众化发展态势及其思路

第二节 2009-2010年新媒体时代的电视媒体分析

- 一、新媒体时代电视媒体的发展情况分析
- 二、新媒体技术影响下电视媒体的盈利模式探析

- 三、新媒体时代电视新闻媒体的发展对策分析
- 四、新媒体环境下民营电视媒体数字通路发展展望
- 第三节2009-2010年中国电视传媒市场的竞争分析
 - 一、中央电视台优势显著
 - 二、省级卫视群体处于战国时代
 - 三、城市电视台发展优势分析
 - 四、国外媒体及民营电视逐鹿中国市场

第七章 2009-2010年中国传媒细分产业分析——网络媒体

第一节 2009-2010年中国网络媒体产业发展概况

- 一、网络媒体成大传媒时代领跑者
- 二、中国网络媒体商业化之后的新变化
- 三、中国网络媒体跨文化传播的问题与出路
- 四、中国网络媒体产业的战略定位和对策
- 五、中国网络媒体企业的竞争战略解析

第二节2009-2010年中国网络媒体广告产业分析

- 一、网络广告的本质特征
- 二、制约中国网络广告发展的因素
- 三、中国网络广告的瓶颈及其发展策略

第三节2009-2010年中国网络媒体与传统媒体产业分析

- 一、传统媒体与网络媒体之间的关系
- 二、网络对传统媒体产生的冲击
- 三、网络媒体和传统媒体的互补性
- 四、传统媒体与网络媒体融合之路

第八章 2009-2010年中国传媒细分产业分析——广播业

第一节2009-2010年中国广播业发展总体概况

- 一、中国广播广告业发展分析
- 二、中国移动多媒体广播产业链已初步形成
- 三、广播产业价值链发展分析

第二节2009-2010年中国广播产业运行动态分析

- 一、广播业融合新媒体取得突破

二、中国广播媒体面临的挑战及趋势分析

三、中国广播主要收听市场分析

四、珠江三角洲主要城市广播市场分析

第三节2009-2010年中国媒介融合环境下广播业的发展分析

一、媒介融合时代广播业发展面临的局势

二、媒介融合时代广播业的发展措施

三、广播与新媒体融合的发展途径探析

第四节2009-2010年中国广播产业化发展的瓶颈

一、意识形态的制约

二、体制性障碍的制约

三、政策性瓶颈

四、资金与人才等局限性障碍的制约

第五节2009-2010年中国广播产业发展的对策分析

一、应充分深刻认识广播产业属性

二、发展广播产业的优势与关键点

三、深化广播体制改革及体制创新

四、加快广播政策研究和国际传媒趋势接轨

五、加快广播人才培养以突破人才瓶颈

六、跟上世界广播新技术并大力发展数字广播

第九章 2009-2010年中国传媒细分产业分析——其他媒体

第一节 户外媒体

一、户外广告媒体的传播特性

二、户外广告媒体的主要优势

三、中国户外媒体走向品牌经营

四、中国户外媒体迈入“地下时代”

五、户外媒体的创新思路分析

第二节 报纸

一、我国主要城市报业市场发展情况

二、市场化报纸的发行策略分析

三、我国报业面临的挑战及其发展对策

四、金融危机下中国报业的发展策略

第三节 期刊

- 一、中国期刊业发展环境分析
- 二、品牌期刊的经营思路分析
- 三、小众化品牌是期刊发展必经之路
- 四、中国期刊媒体反细分化的策略探究

第四节 电影

- 一、我国电影市场已接近全球前十
- 二、中国电影产业步入市场营销时代
- 三、我国电影产业完整价值链的战略对策解析

第十章 2009-2010年中国传媒业市场竞争格局分析

第一节 2009-2010年中国传媒业竞争概况

- 一、并购微妙改变传媒产业的竞争局势
- 二、透析中国男性时尚期刊的竞争环境
- 三、互联网广告市场将赶超报纸

第二节 2009-2010年中国传媒产业的竞争法则分析

- 一、核心及非核心竞争力整合成现实竞争力
- 二、兼顾受众、对手及自身的三维竞争
- 三、用经济与出色创造竞争优势
- 四、竞争优势应有媒体内外两部分决定

第三节 2009-2010年中国传媒产业对竞争情报的获取

- 一、信息是竞争情报的基础
- 二、综合竞争情报将成为媒体决策参考的重点
- 三、公开信息依然是媒体获取竞争情报的主要渠道
- 四、媒体在获取竞争情报方面存在的误区

第四节 2009-2010年中国传媒的国际化竞争战略探析

- 一、中国传媒跨入国际竞争的战略意义
- 二、中国传媒实施“走出去”战略
- 三、中国传媒国际竞争的主要途径

第五节 2010-2015年中国传媒行业竞争战略的新趋势

- 一、从追求市场占有率走向追求个人占有率
- 二、从“内容为王”走向“产品为王”

三、从“巨内容”走向“微内容”；

第十一章 2009-2010年中国主要的上市传媒企业竞争力对比分析（企业可自选）

第一节 中视传媒股份有限公司（600088）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

六、企业竞争力分析

第二节 北京歌华有线电视网络股份有限公司（600037）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

六、企业竞争力分析

第三节 上海东方明珠(集团)股份有限公司（600832）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

六、企业竞争力分析

第四节 陕西广电网络传媒股份有限公司（600831）

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业成长性分析

四、企业经营能力分析

五、企业盈利能力及偿债能力分析

六、企业竞争力分析

第五节 湖南电广传媒股份有限公司（000917）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析
- 六、企业竞争力分析

第六节 北京赛迪传媒投资股份有限公司（000504）

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业成长性分析
- 四、企业经营能力分析
- 五、企业盈利能力及偿债能力分析
- 六、企业竞争力分析

第七节 略…………

第十二章 2010-2015年中国传媒业的发展前景和趋势分析

第一节 2010-2015年中国传媒业的发展前景

- 一、未来全球传媒业发展预测
- 二、未来我国新媒体市场前景广阔
- 三、付费高清电视发展前景分析

第二节 2010-2015年中国传媒业的发展趋势分析

- 一、传媒媒体读者和受众的八个消费趋势
- 二、中国传媒业的九大发展趋势
- 三、未来传媒产业创新的发展趋势
- 四、新闻媒介管理模式由资产管理转向资本管理
- 五、我国传媒产业将迈向Media0时代

第三节 2010-2015年中国传媒产业市场预测分析

第十三章 2010-2015年中国传媒行业的投资机会与风险分析

第一节 2010-2015年中国传媒业的投资环境分析

- 一、中国传媒产业的外部环境因素及其影响分析
- 二、中国传媒业风险与产出的投资特性解析

三、中国传媒业吸引投资者广泛关注

四、后奥运时代政府的扶持将利好我国传媒产业发展

第二节2010-2015年中国传媒业市场投资热点分析

一、P2P技术为核心的网络电视媒体彰显投资价值

二、互动电视提升新媒体产业投资价值

三、车载电视媒体成为投资新热点

第三节2010-2015年中国传媒行业整体风险分析

一、结构性风险

二、市场风险

三、政策风险

四、财务风险

第四节专家建议

第十四章 金融危机对中国传媒行业投资影响及企业应对策略分析

第一节 2009年全球性金融危机形势分析

第二节 2009年金融危机对传媒的传导机制

第三节 2009年金融危机下传媒工业成长性分析

一、金融危机对行业影响程度

二、影响期限预测

第四节 传媒企业应对措施分析

图表目录：（部分）

图表：中国GDP分析

图表：城乡居民家庭人均可支配收入

图表：恩格尔系数

图表：2009-2010年中视传媒股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2009-2010年中视传媒股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2009-2010年中视传媒股份有限公司利润率走势图

图表：2009-2010年中视传媒股份有限公司成长能力指标表

图表：2009-2010年中视传媒股份有限公司经营能力指标表

图表：2009-2010年中视传媒股份有限公司盈利能力指标表

图表：2009-2010年中视传媒股份有限公司偿债能力指标表

图表：2009-2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2009-2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2009-2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司利润率走势图

图表：2009-2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司成长能力指标表

图表：2009-2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司经营能力指标表

图表：2009-2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司盈利能力指标表

图表：2009-2010年北京歌华有线电视网络股份有限公司偿债能力指标表

图表：2009-2010年上海东方明珠(集团)股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2009-2010年上海东方明珠(集团)股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2009-2010年上海东方明珠(集团)股份有限公司利润率走势图

图表：2009-2010年上海东方明珠(集团)股份有限公司成长能力指标表

图表：2009-2010年上海东方明珠(集团)股份有限公司经营能力指标表

图表：2009-2010年上海东方明珠(集团)股份有限公司盈利能力指标表

图表：2009-2010年上海东方明珠(集团)股份有限公司偿债能力指标表

图表：2009-2010年陕西广电网络传媒股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2009-2010年陕西广电网络传媒股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2009-2010年陕西广电网络传媒股份有限公司利润率走势图

图表：2009-2010年陕西广电网络传媒股份有限公司成长能力指标表

图表：2009-2010年陕西广电网络传媒股份有限公司经营能力指标表

图表：2009-2010年陕西广电网络传媒股份有限公司盈利能力指标表

图表：2009-2010年陕西广电网络传媒股份有限公司偿债能力指标表

图表：2009-2010年湖南电广传媒股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2009-2010年湖南电广传媒股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2009-2010年湖南电广传媒股份有限公司利润率走势图

图表：2009-2010年湖南电广传媒股份有限公司成长能力指标表

图表：2009-2010年湖南电广传媒股份有限公司经营能力指标表

图表：2009-2010年湖南电广传媒股份有限公司盈利能力指标表

图表：2009-2010年湖南电广传媒股份有限公司偿债能力指标表

图表：2009-2010年北京赛迪传媒投资股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表：2009-2010年北京赛迪传媒投资股份有限公司净利润增长趋势图

图表：2009-2010年北京赛迪传媒投资股份有限公司利润率走势图

图表：2009-2010年北京赛迪传媒投资股份有限公司成长能力指标表

图表：2009-2010年北京赛迪传媒投资股份有限公司经营能力指标表

图表：2009-2010年北京赛迪传媒投资股份有限公司盈利能力指标表

图表：2009-2010年北京赛迪传媒投资股份有限公司偿债能力指标表

图表：2010-2015年中国传媒产业市场预测分析

·

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201003/35528.html>