

2014-2019年中国新媒体市场 监测与投资前景预测报告

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

《2014-2019年中国新媒体市场监测与投资前景预测报告》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/201403/102574.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

媒体的“新”与“旧”是相对而言的。一般地，新媒体是相对于传统意义上的报刊、广播、电视这些大众传播媒体而言的，是指随着传播新技术的发展和传媒市场的进一步细分而产生的新型传播媒体，主要是指宽带互联网络、手机两类新媒体，而且重点是两者的增值服务这一块，也有人把这两类媒体分别称之为第四、第五媒体。

2011年，中国新媒体行业进步巨大、成就喜人。2011年新媒体行业最耀眼的一颗星非微博莫属，截至12月底，中国网民数达5.13亿，其中有48.7%的网民使用微博，中国微博用户数达2.5亿户。2011年，伴随国内3G市场的开放、一直制约成长的宽带速度问题获得解决，再加上智能手机的普及和网民使用习惯的改变，移动互联网业迎来了一个新的成长高峰期。无论是传统互联网企业还是手机厂商、内容供应商、无线运营商，都开足了马力，积极的跑马圈地抢占市场。2011年视频网站发展十分抢眼，我国在线视频用户量达3.94亿人，视频用户数的整体延续增长，为视频行业成长奠基了坚实的基础。

文化部于2012年7月12日发布《“十二五”时期国家动漫产业规划》，提出“十二五”期间在产业发展方面重点培育新媒体动漫，推出一批具有较强影响力的新媒体动漫精品，发展壮大新媒体动漫产业。

中国新媒体行业发展前景广阔。国家“十二五”规划强调要面向经济结构转型，重点培育和发展以新一代信息技术为代表的“战略性新兴产业”。其中包括三网融合，物联网，云计算等技术范畴，这些技术领域均是我国新媒体产业发展的重要支撑，是实现新媒体产业在“十二五”期间获得长足进展的必要保障。预计2012-2016年，中国新媒体行业将继续保持高速平稳增长。

本行业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、中国新闻出版总署、中国互联网协会、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，立足于新媒体行业整体发展环境，对中国新媒体行业的运行情况、主要细分行业、竞争格局、领先企业等进行了分析及预测，并对未来中国新媒体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，研究了中国新媒体行业今后的发展投资策略。

本新媒体行业报告，为新媒体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。

报告目录

第一部分 新媒体行业发展分析

第一章 新媒体相关概述 1

第一节 新媒体的概念及特性 1

一、新媒体的定义 1

二、新媒体的特点 1

三、新媒体的经济学特性 2

第二节 新媒体发展模式分析 4

一、新媒体的内涵及传播特征 4

二、新媒体发展条件 5

三、新媒体内容 7

四、运营与赢利模式 7

五、目标群体分析 9

第三节 新媒体传播的特点及对营销传播的影响 9

一、新媒体的传播特点分析 10

二、新媒体传播对营销传播的影响 11

第二章 中国新媒体行业发展环境分析 14

第一节 2011-2013年新媒体行业发展宏观经济环境 14

一、2011年我国宏观经济运行指标分析 14

二、2012年宏观经济运行分析 19

三、2013年中国经济形势分析及预测 28

第二节 2009-2013年中国新媒体行业发展的政策环境 34

一、中国传媒业知识产权政策 34

二、文化传媒业对外开放政策 40

三、2009年互联网视听节目许可制度施行 42

四、《信息网络传播视听节目许可证》推动市场洗牌 43

五、2009年《电子出版物出版管理规定》正式实施 44

六、2009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》 55

七、2011年文化产业振兴规划 59

八、2011年九部门发布金融支持文化产业振兴发展指导意见 64

九、国家广电总局加强互联网视听节目发展和管理 73

十、“十二五”国家重点音像电子出版方向确定 76

第三章 中国新媒体行业发展现状分析 78

第一节 新媒体行业发展概况 78

一、中国新媒体产业发展情况 78

二、中国新媒体发展前景广阔 79

三、新媒体传播研究热点述评 79

四、中国新媒体广告增长远超传统媒体 82

第二节 2011-2012年新媒体产业发展情况分析 83

一、2011年新媒体产业发展状况分析 83

二、2012年新媒体产业发展状况分析 84

三、2012年中国新媒体发展亮点透析 85

四、2012年新媒体产业发展状况分析 88

五、2012年新媒体产业商业模式分析 92

第三节 中国新媒体产业受众及需求分析 94

一、用户的需求与使用特点发生改变 94

二、针对需求变化提供新媒体产品 96

三、需求演变带来媒体角色的新变化 97

第四节 中国新媒体动漫产业发展分析 98

一、网络动漫发展分析 98

二、手机动漫成引擎 103

第二部分 新媒体细分行业分析

第四章 移动媒体行业发展概况 105

第一节 移动媒体行业发展分析 105

一、移动新媒体的发展概况 105

二、移动新媒体发展的误区 113

三、移动新媒体的发展趋势 114

四、移动新媒体的商业模式创新 116

第二节 移动媒体市场分析 118

一、移动多媒体应用产业发展分析 118

二、移动媒体发展存在的难题 120

第三节 移动媒体行业投资前景分析 121

一、移动终端的新媒体投资机遇分析 121

二、移动多媒体投资机遇分析 124

三、移动媒体发展的趋势 125

第五章 移动电视媒体发展分析 126

第一节 移动电视行业发展总体分析 126

- 一、2012年移动电视行业发展总体分析 126
- 二、移动电视开通城市数量增长迅速 126
- 三、中国移动电视市场格局分析 127
- 四、2012年移动电视技术步入65纳米时代 129

第二节 移动电视营运分析 130

- 一、数字移动电视运营模式分析 130
- 二、移动电视的盈利模式分析 133
- 三、数字移动电视产业化运营的战略分析 134

第三节 车载电视发展分析 137

- 一、车载电视成投资新宠 137
- 二、车载移动电视市场发展现状 138
- 三、2012中国公交移动电视发展分析 139
- 四、2013年中国车载电视市场销量预测 141

第四节 移动电视发展预测 142

- 一、2013年移动电视市场发展预测 142
- 二、2013年全国移动电视市场规模预测 144
- 三、2013年全球移动电视市场消费预测 144

第六章 手机媒体及其业务发展分析 146

第一节 手机媒体市场发展分析 146

- 一、手机媒体的形态与内容分析 146
- 二、手机媒体的用户与需求分析 149
- 三、手机媒体的经营与发展分析 153
- 四、手机媒体发展的三大趋势 158

第二节 2012-2013年手机电视发展分析 160

- 一、中国手机电视市场初具规模 160
- 二、2012年中国手机电视终端市场迅速扩张 161
- 三、2012年中国免费手机电视成定制热点 162
- 四、2012年中国手机电视突破垄断进军国外市场 163
- 五、2012年中国移动手机电视业务G3正式商用 164
- 六、2013年中国手机电视市场规模预测 165

七、2013年我国手机电视市场发展趋势透析	166
八、2013年3G手机电视用户预测	171
第三节 2012-2013年手机游戏发展分析	173
一、2012年中国手机游戏行业现状	173
二、2012年度手机游戏市场规模分析	175
三、2012年中国手机游戏用户规模	178
四、2012年手机游戏产业经济营收情况分析	178
五、2012年手机游戏的营销模式机遇	179
六、2012年手机网络游戏迎来机遇期	182
七、2013年中国手机游戏市场预测	185
八、2013年中国手机游戏复合增长率预测	186
第四节 2012-2013年手机短信发展分析	187
一、2012年中国手机短信发送量	187
二、2012年运营商将出台短信“限发令”	187
三、2013年全球短信业务收入预测	189
第五节 2012-2013年手机广告发展分析	190
一、中国手机广告市场渐趋火热	190
二、3G时代中国手机广告发展形势	191
三、手机广告市场前景看好	194
四、手机广告市场发展路径特点分析	194
五、我国手机广告发展存在的问题及对策	198
第七章 中国IPTV产业发展分析	201
第一节 IPTV的发展现状及影响因素	201
一、IPTV简介	201
二、IPTV全球发展现状及趋势	201
三、IPTV的优势和发展方向	208
第二节 2012年IPTV市场发展现状	211
一、2012年中国IPTV市场发展现状	211
二、2012年我国IPTV市场发展态势	213
四、2012年IPTV的竞合之年	217
五、2012年IPTV业务与产业链分析	225
六、2012年IPTV提速产业发展 商业瓶颈待破题	227

第三节 IPTV发展趋势分析	231
一、IPTV标准制定趋势分析	231
二、2013年三网融合背景下的IPTV发展展望	232
三、2013年IPTV用户量将翻倍增长	234
四、2014年全球IPTV用户将达1.23亿	235
五、2014年全球IPTV利润将达2500亿美元	236
第四节 IPTV目标市场的调整与构建	236
一、2012年用户数有望过千万	236
二、IPTV承载多重使命	237
三、业务发展用户体验至上	237
第五节 中国IPTV市场运营商、系统厂商竞争格局	238
一、运营商竞争格局分析	238
二、设备商之间的竞争	241
三、内容提供商之间的竞争	243
第八章 其它网络媒体及其业务发展分析	245
第一节 2012年中国互联网发展分析	245
一、互联网成为推动我国经济发展的重要引擎	245
二、2012-2012中国互联网事业发展大事记	247
三、2012年互联网消费分析	248
四、2012年中国互联网用户规模	249
五、中国互联网将呈现三大趋势	253
六、移动互联网前景看好的业务分析	254
第二节 2009-2012网络视频发展分析	255
一、2009年中国网络视频行业发展概述	255
二、2012年一季度我国网络视频市场收入状况	259
四、2012年二季度我国网络视频行业发展特点分析	260
六、2012年三季度我国网络视频行业发展特点分析	262
五、2012年四季度我国网络视频行业发展特点分析	263
六、2012年我国网络视频行业发展总结	264
七、2012年网络视频用户分析	265
(一) 网络视频用户特征分析	266
(二) 网络视频用户上网特征概述	271

(三) 用户的使用行为分析	272
(四) 网络视频的分享与上传	280
(五) 网络视频用户观看电视的相关分析	283
八、2013年一季度我国网络视频市场收入状况	283
九、2013年网络视频领域发展趋势展望	288
第三节 2013年网络博客发展分析	292
一、中国博客规模发展情况	292
二、2013年中国博客市场调查分析	297
三、简述微博客的新媒体特征	297
四、博客应用与调查性报道的生产变革	299
五、博客发展趋势分析	301
第四节 2012-2013年网络游戏发展分析	304
一、2012年中国网络游戏市场综况	304
二、2012年中国网游市场解读	306
三、2012年中国网络游戏销售情况	309
四、2012年中国网络游戏年度数据分析	309
五、2012年中国网络游戏市场规模	313
六、2012年中国网络游戏行业盘点	319
七、2012年中国网络游戏出口市场分析	327
八、2013年中国游戏海外并购运作情况	334
九、2013年中国游戏市场五大变革	335
十、2012-2013年中国网络游戏市场规模增长预测	338
第五节 2012-2013年网络广告发展分析	342
一、2012年中国网络广告规模分析	342
二、2012年中国网络广告规模分析	344
三、2013年网络广告十大发展趋势预测	354
四、中国网络广告市场发展趋势	357
第六节 2012年网络出版发展分析	359
一、网络出版的特点及其对传统出版业的挑战	359
二、2012年我国数字出版发展态势分析	363
三、2012年新闻出版总署加强网络出版管理营造健康文化氛围	364
第三部分 新媒体行业竞争格局分析	

第九章 新媒体竞争格局分析 367

第一节 传统媒体与新媒体的竞争与发展 367

一、新媒体与传统媒体竞争分析 367

二、传统媒体与新兴媒体的竞争格局 368

三、中国新媒体与传统媒体竞争发展 371

第二节 新媒体竞争现状分析 373

一、国内新媒体竞争进入2.0时代 373

二、新媒体同质化竞争加速行业洗牌 374

三、2012年出版传媒集团加速“进攻”新媒体 376

四、外资角逐我国新媒体市场 379

第三节 新媒体竞争策略分析 380

一、三网融合背景下新媒体的竞争策略 380

二、提高新媒体核心竞争力策略 382

第十章 新媒体行业领先企业分析 383

第一节 北京歌华有线电视网络股份有限公司 383

一、公司概况 383

二、2012年企业经营情况分析 384

三、2009-2012年企业财务数据分析 386

四、2013年公司发展展望及策略 391

第二节 上海东方明珠（集团）股份有限公司 392

一、公司概况 392

二、2012年企业经营情况分析 393

三、2009-2012年企业财务数据分析 397

四、2013年公司发展展望及策略 402

第三节 成都博瑞传播股份有限公司 404

一、公司概况 404

二、2012年企业经营情况分析 405

三、2009-2012年企业财务数据分析 407

四、2013年公司发展展望及策略 412

第四节 上海新华传媒股份有限公司 415

一、公司概况 415

二、2012年企业经营情况分析 416

三、2009-2012年企业财务数据分析	417
四、2013年公司发展展望及策略	422
第五节 湖南电广传媒股份有限公司	424
一、公司概况	424
二、2012年企业经营情况分析	424
三、2009-2012年企业财务数据分析	428
四、2013年公司发展展望及策略	433
第六节 中视传媒股份有限公司	437
一、公司概况	437
二、2012年企业经营情况分析	438
三、2009-2012年企业财务数据分析	440
四、2013年公司发展展望及策略	444
第七节 陕西广电网络传媒股份有限公司	446
一、公司概况	446
二、2012年企业经营情况分析	448
三、2009-2012年企业财务数据分析	449
四、2013年公司发展展望及策略	454
第四部分 新媒体行业发展趋势及策略	
第十一章 2014-2019年新媒体行业发展趋势	456
第一节 2013年新媒体行业发展趋势	456
一、2013中国新媒体产业发展十大趋势	456
二、2013年中国新媒体趋势预测报告	460
三、2013年中国新媒体市场发展预测	461
四、2013年新媒体成为高端消费品传播新通路	462
五、2013年中国新媒体市场规模预测	469
第二节 中国电视与网络新媒体融合发展	474
一、电视与新媒体的融合	474
二、市场竞争及优势互补融合	478
第三节 中国报业必将转型为新媒体机构	479
一、传媒环境的变化	480
二、未来的传媒格局	484
三、新媒体环境下的报业发展	487

四、转型之路——“化被动为主动”	489
第十二章 2014-2019年新媒体行业发展策略	491
第一节 我国新媒体产业发展瓶颈及对策	491
一、我国新媒体产业发展中所面临的瓶颈	491
二、产业基础设施的重要性	493
三、国家新媒体产业基地在产业发展中的实践	494
第二节 新媒体发展模式及策略分析	496
一、新媒体动漫营销的新模式	496
二、户外新媒体的价值创新路径	498
三、户外新媒体的发展策略	500
四、广播电视新媒体的发展策略	501
五、央视进军移动传媒	502
六、数字新媒体需适度营销	502
第三节 移动媒体的运营与发展策略——湖北移动频道为例	503
一、湖北移动频道的发展现状	504
二、湖北移动频道发展存在的问题	506
三、湖北移动频道的发展策略	507
第四节 传统电视的新媒体发展策略	508
一、新媒体对传统电视的影响	508
二、传统电视的新媒体发展策略	511
第五节 经验借鉴：英国第四频道新媒体品牌运营策略	513
一、全方位多渠道拓展品牌内涵	514
二、建立新旧媒体融合统一的品牌形象	514
三、实现传统电视节目内容的传播增值	514
四、提升新媒体形态下的品牌核心竞争力	515
五、在互动中提升品牌影响力	515
第六节 经验借鉴：法新社新媒体发展战略	516
一、大力发展新媒体产品	516
二、以渠道合作扩张市场	519
第十三章 2014-2019年新媒体行业投资策略	521
第一节 新媒体的盈利方式分析	521
第二节 新媒体行业投资分析	521

一、新媒体行业投资现状 521

二、新媒体行业投资前景 523

第三节 新媒体行业投资策略分析 525

图表目录

图表：新媒体的经济学特性 3

图表：1998年I季度—2012年IV季度国内生产总值季度累计同比增长率（%） 14

图表：1999年12月—2012年12月工业增加值月度同比增长率（%） 15

图表：1999年12月—2012年12月固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%） 16

图表：1999年12月—2012年12月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%） 16

图表：1999年12月—2012年12月工业品出厂价格指数（上年同月=100） 17

图表：1999年12月—2012年12月货币供应量月度同比增长率（%） 18

图表：2009-2012年季度累计GDP 19

图表：2009-2012年社会消费品零售总额 20

图表：2009-2012年进出口额 20

图表：2009-2012年进出口额同比增幅 21

图表：2009-2012年城镇固定资产投资 21

图表：2009-2012年城镇固定资产投资同比增幅 22

图表：2012-2012年商品房销售面积及增幅 23

图表：2009-2012年三大价格指数同比增幅 24

图表：2009-2012年采购经理指数 25

图表：2009-2012年货运量同比增幅 25

图表：2012-2012年消费者信心指数 26

图表：2009-2012年股票综合指数 27

图表：2009-2012年股票日均成交额 27

图表：2012-2012年宏观经济景气指数 28

图表：传统媒体与新媒体收益与成本分析 106

图表：2006-2012年中国车载电视市场规模及增长预测 142

图表：2006-2012年中国手机市场规模及预测 160

图表：2009-2013年中国手机电视用户规模与增长 165

图表：2009—2013年中国手机电视业务市场规模增长及预测 166

图表：2006-2012年中国手机游戏行业总体市场规模 176

图表：2006-2012年中国移动手机游戏总体信息费收入 177

图表：2009-2013年中国手机游戏市场规模及增长率 177

图表：2012-2012年中国手机游戏总体市场规模预测 186

图表：2005-2012年中国无线营销市场预测 190

图表：运营商的SWOT分析 240

图表：IPTV领域广电和电信的博弈矩阵 244

图表：2009年用户对网络视频节目类别的偏好情况 257

图表：2009年不同收入用户群对主要网络视频节目类别的偏好 258

图表：2009-2012年一季度中国网络视频市场规模 260

图表：2012年第二季度中国网络视频主要厂商市场份额 261

图表：2009-2012年二季度中国网络视频市场规模 261

图表：2012年第三季度中国网络视频主要厂商市场份额 263

图表：2009-2012年四季度中国网络视频市场规模 263

图表：2012年Q1-Q4中国网络视频市场总体收入规模变化情况 264

图表：2012年中国网民网络视频用户调查——性别构成 267

图表：2012年中国网民网络视频用户调查——年龄构成 267

图表：2012年中国网民网络视频用户调查——学历构成 268

图表：2012年中国网民网络视频用户调查——职业构成 269

图表：2012年中国网民网络视频用户调查——收入构成 270

图表：2012年中国网民网络视频用户调查——城乡分布 270

图表：2012年中国网民网络视频用户调查——带宽接入情况 271

图表：2012年中国网民网络视频用户调查——宽带网络视频用户的接入速率构成 271

图表：2012年中国网民网络视频用户调查——观看频率 272

图表：2012年中国网民网络视频用户调查——用户观看网络视频的方式 273

图表：2012年中国网民网络视频用户调查——用户获知视频内容的渠道 274

图表：2012年中国网民网络视频用户调查——用户对网络视频内容的选择 275

图表：2012年中国网民网络视频用户调查——用户对网络视频使用的满意程度 275

图表：2012年中国网民网络视频用户调查——不同年龄用户对视频使用的满意率 276

图表：2012年中国网民网络视频用户调查——不同学历水平用户对视频使用的满意率 276

图表：2012年中国网民网络视频用户调查——不同收入水平用户对视频使用的满意度	277
图表：2012年中国网民网络视频用户调查——网络视频用户对其他视频的消费选择	277
图表：2012年中国网民网络视频用户调查——只观看网络视频的用户比例	278
图表：2012年中国网民网络视频用户调查——用户选择观看网络视频的原因	279
图表：2012年中国网民网络视频用户调查——用户选择视频服务最为看重的因素	279
图表：2012年中国网民网络视频用户调查——用户分享的视频内容类型	280
图表：2012年中国网民网络视频用户调查——用户对视频的分享情况	281
图表：2012年中国网民网络视频用户调查——用户对视频的推荐方式	281
图表：2012年中国网民网络视频用户调查——用户选择上传平台时最看重的因素	282
图表：2012年中国网民网络视频用户调查——用户不上传视频的原因	283
图表：2012年中国网民网络视频用户调查——网络视频用户观看电视的时间变化	283
图表：2012年中国网民网络视频用户调查——更喜欢在网络上观看影视剧的用户比例	284
图表：2012年中国网民网络视频用户调查——用户对“比起电视，我更离不开互联网”的认同度	285
图表：2012年中国网民网络视频用户调查——用户对“在获知热播影视剧的信息后，会马上在网上找来看”的认同度	285
图表：2012年中国网民网络视频用户调查——用户对网络视频易得性的认同度	286
图表：2012年中国网民网络视频用户调查——用户对高清视频的认知使用	286
图表：2012年中国网民网络视频用户调查——用户使用高清视频的满意度	287
图表：2012年中国网民网络视频用户调查——网络视频用户对广告的态度	288
图表：2003-2013年中国网络游戏市场规模	310
图表：2012年中国网络游戏市场规模TOP10企业收入格局	311
图表：2012年中国网络游戏运营商市场规模份额TOP10	312
图表：2009年Q4与2012年Q1中国网络游戏市场季度收入规模对比	314
图表：2009年Q1-2012年Q2中国网络游戏市场收入规模	315
图表：2012年Q2网络游戏运营商市场规模份额TOP10	316

图表：2009年Q1-2012年Q3中国网络游戏市场收入规模 316

图表：2012年Q3网络游戏运营商市场规模份额TOP10 317

图表：2009年1季度至2012年四季度中国网络游戏市场收入规模 318

图表：截止到目前的主要网游出口名单 328

图表：2005-2009年网络游戏海外收入规模 329

图表：2009年网络游戏海外收入厂商份额 330

图表：网络游戏的价值链 330

图表：中国网络游戏出口的主要对象国份额 333

图表：电子游戏分类 338

图表：2003-2013年中国网络游戏市场规模增长趋势及预测 339

图表：2009-2013年中国网页游戏市场规模增长趋势及预测 340

图表：2009-2013年中国游戏出口业务市场规模增长趋势及预测 341

图表：2009-2013年中国手机游戏市场规模增长趋势及预测 342

图表：2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司主营构成表 386

图表：2009-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司流动资产表 386

图表：2009-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司长期投资表 387

图表：2009-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司固定资产表 387

图表：2009-2012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 387

图表：2009-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司流动负债表 387

图表：2009-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司长期负债表 387

图表：2009-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司股东权益表 388

图表：2009-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司主营业务收入表 388

图表：2009-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司主营业务利润表 388

图表：2009-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司营业利润表 388

图表：2009-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司利润总额表 389

图表：2009-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司净利润表 389

图表：2009-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司每股指标表 389

图表：2009-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司获利能力表 389

图表：2009-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司经营能力表 389

图表：2009-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司偿债能力表 390

图表：2009-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司资本结构表 390

图表：2009-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司发展能力表 390

图表：2009-2012年北京歌华有线电视网络股份有限公司现金流量分析表 390

图表：2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司主营构成表 397

图表：2009-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司流动资产表 398

图表：2009-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司长期投资表 398

图表：2009-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司固定资产表 398

图表：2009-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司无形及其他资产表 398

图表：2009-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司流动负债表 398

图表：2009-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司长期负债表 399

图表：2009-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司股东权益表 399

图表：2009-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司主营业务收入表 399

图表：2009-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司主营业务利润表 399

图表：2009-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司营业利润表 400

图表：2009-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司利润总额表 400

图表：2009-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司净利润表 400

图表：2009-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司每股指标表 400

图表：2009-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司获利能力表 400

图表：2009-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司经营能力表 401

图表：2009-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司偿债能力表 401

图表：2009-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司资本结构表 401

图表：2009-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司发展能力表 401

图表：2009-2012年上海东方明珠（集团）股份有限公司现金流量分析表 402

图表：2012年成都博瑞传播股份有限公司主营构成表 407

图表：2009-2012年成都博瑞传播股份有限公司流动资产表 407

图表：2009-2012年成都博瑞传播股份有限公司长期投资表 408

图表：2009-2012年成都博瑞传播股份有限公司固定资产表 408

图表：2009-2012年成都博瑞传播股份有限公司无形及其他资产表 408

图表：2009-2012年成都博瑞传播股份有限公司流动负债表 408

图表：2009-2012年成都博瑞传播股份有限公司长期负债表 409

图表：2009-2012年成都博瑞传播股份有限公司股东权益表 409

图表：2009-2012年成都博瑞传播股份有限公司主营业务收入表 409

图表：2009-2012年成都博瑞传播股份有限公司主营业务利润表 409

图表：2009-2012年成都博瑞传播股份有限公司营业利润表 409

图表：2009-2012年成都博瑞传播股份有限公司利润总额表 410

图表：2009-2012年成都博瑞传播股份有限公司净利润表 410

图表：2009-2012年成都博瑞传播股份有限公司每股指标表 410

图表：2009-2012年成都博瑞传播股份有限公司获利能力表 410

图表：2009-2012年成都博瑞传播股份有限公司经营能力表 411

图表：2009-2012年成都博瑞传播股份有限公司偿债能力表 411

图表：2009-2012年成都博瑞传播股份有限公司资本结构表 411

图表：2009-2012年成都博瑞传播股份有限公司发展能力表 411

图表：2009-2012年成都博瑞传播股份有限公司现金流量分析表 411

图表：2012年上海新华传媒股份有限公司主营构成表 417

图表：2009-2012年上海新华传媒股份有限公司流动资产表 418

图表：2009-2012年上海新华传媒股份有限公司长期投资表 418

图表：2009-2012年上海新华传媒股份有限公司固定资产表 418

图表：2009-2012年上海新华传媒股份有限公司无形及其他资产表 418

图表：2009-2012年上海新华传媒股份有限公司流动负债表 419

图表：2009-2012年上海新华传媒股份有限公司长期负债表 419

图表：2009-2012年上海新华传媒股份有限公司股东权益表 419

图表：2009-2012年上海新华传媒股份有限公司主营业务收入表 419

图表：2009-2012年上海新华传媒股份有限公司主营业务利润表 420

图表：2009-2012年上海新华传媒股份有限公司营业利润表 420

图表：2009-2012年上海新华传媒股份有限公司利润总额表 420

图表：2009-2012年上海新华传媒股份有限公司净利润表 420

图表：2009-2012年上海新华传媒股份有限公司每股指标表 420

图表：2009-2012年上海新华传媒股份有限公司获利能力表 421

图表：2009-2012年上海新华传媒股份有限公司经营能力表 421

图表：2009-2012年上海新华传媒股份有限公司偿债能力表 421

图表：2009-2012年上海新华传媒股份有限公司资本结构表 421

图表：2009-2012年上海新华传媒股份有限公司发展能力表 421

图表：2009-2012年上海新华传媒股份有限公司现金流量分析表 422

图表：2012年湖南电广传媒股份有限公司主营构成表 428

图表：2009-2012年湖南电广传媒股份有限公司流动资产表 429

图表：2009-2012年湖南电广传媒股份有限公司长期投资表 429

图表：2009-2012年湖南电广传媒股份有限公司固定资产表 429

图表：2009-2012年湖南电广传媒股份有限公司无形及其他资产表 430

图表：2009-2012年湖南电广传媒股份有限公司流动负债表 430

图表：2009-2012年湖南电广传媒股份有限公司长期负债表 430

图表：2009-2012年湖南电广传媒股份有限公司股东权益表 430

图表：2009-2012年湖南电广传媒股份有限公司主营业务收入表 431

图表：2009-2012年湖南电广传媒股份有限公司主营业务利润表 431

图表：2009-2012年湖南电广传媒股份有限公司营业利润表 431

图表：2009-2012年湖南电广传媒股份有限公司利润总额表 431

图表：2009-2012年湖南电广传媒股份有限公司净利润表 431

图表：2009-2012年湖南电广传媒股份有限公司每股指标表 432

图表：2009-2012年湖南电广传媒股份有限公司获利能力表 432

图表：2009-2012年湖南电广传媒股份有限公司经营能力表 432

图表：2009-2012年湖南电广传媒股份有限公司偿债能力表 432

图表：2009-2012年湖南电广传媒股份有限公司资本结构表 433

图表：2009-2012年湖南电广传媒股份有限公司发展能力表 433

图表：2009-2012年湖南电广传媒股份有限公司现金流量分析表 433

图表：2012年中视传媒股份有限公司主营构成表 440

图表：2009-2012年中视传媒股份有限公司流动资产表 440

图表：2009-2012年中视传媒股份有限公司长期投资表 440

图表：2009-2012年中视传媒股份有限公司固定资产表 441

图表：2009-2012年中视传媒股份有限公司无形及其他资产表 441

图表：2009-2012年中视传媒股份有限公司流动负债表 441

图表：2009-2012年中视传媒股份有限公司长期负债表 441

图表：2009-2012年中视传媒股份有限公司股东权益表 441

图表：2009-2012年中视传媒股份有限公司主营业务收入表 442

图表：2009-2012年中视传媒股份有限公司主营业务利润表 442

图表：2009-2012年中视传媒股份有限公司营业利润表 442

图表：2009-2012年中视传媒股份有限公司利润总额表 442

图表：2009-2012年中视传媒股份有限公司净利润表 442

图表：2009-2012年中视传媒股份有限公司每股指标表 443

图表：2009-2012年中视传媒股份有限公司获利能力表 443

图表：2009-2012年中视传媒股份有限公司经营能力表 443

图表：2009-2012年中视传媒股份有限公司偿债能力表 443

图表：2009-2012年中视传媒股份有限公司资本结构表 444

图表：2009-2012年中视传媒股份有限公司发展能力表 444

图表：2009-2012年中视传媒股份有限公司现金流量分析表 444

图表：2012年陕西广电网络传媒股份有限公司主营构成表 449

图表：2009-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司流动资产表 449

图表：2009-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司长期投资表 450

图表：2009-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司固定资产表 450

图表：2009-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司无形及其他资产表 450

图表：2009-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司流动负债表 450

图表：2009-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司长期负债表 451

图表：2009-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司股东权益表 451

图表：2009-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司主营业务收入表 451

图表：2009-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司主营业务利润表 451

图表：2009-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司营业利润表 451

图表：2009-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司利润总额表 452

图表：2009-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司净利润表 452

图表：2009-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司每股指标表 452

图表：2009-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司获利能力表 452

图表：2009-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司经营能力表 452

图表：2009-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司偿债能力表 453

图表：2009-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司资本结构表 453

图表：2009-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司发展能力表 453

图表：2009-2012年陕西广电网络传媒股份有限公司现金流量分析表 453

图表：受访者关注奥运会的主要渠道 475

图表：受访者上央视看网络视频的频率 476

图表：受访者希望用来收看电视节目的方式 476

图表：受访者认为电视与新媒体之间的未来格局 476

图表：新媒体产业价值链 492

图表：动漫产业链 493

图表：新媒体产业与传统产业在咨询需求方面的差异性 494

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201403/102574.html>