

2015-2022年中国信息传媒 市场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2022年中国信息传媒市场深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/chuanmei1508/K24775Z4DQ.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-08-04

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2022年中国信息传媒市场深度调研与投资前景研究报告》共十一章。报告介绍了信息传媒行业相关概述、中国信息传媒产业运行环境、分析了中国信息传媒行业的现状、中国信息传媒行业竞争格局、对中国信息传媒行业做了重点企业经营状况分析及中国信息传媒产业发展前景与投资预测。您若想对信息传媒产业有个系统的了解或者想投资信息传媒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

信息传媒行业属于第三产业，它具有信息产业和传媒产业的双重性质。目前国际上尚未形成统一的信息传媒产业定义和分类标准。根据国家统计局关于国民经济行业分类标准，将信息传媒行业界定为一个既包括传统媒体，又包括新媒体行业。

报告目录：

第一章 信息传媒行业基本情况 1

第一节 信息传媒行业的定义及分类 1

第二节 2014年信息传媒行业在国民经济中的地位 3

第二章 2014年信息传媒行业发展环境分析 6

第一节 2014年宏观经济环境分析 6

第二节 2014年信息传媒行业政策环境分析 13

一、重点政策汇总 13

二、重点政策及重大事件分析 14

三、政策未来发展趋势 16

第三节 2014年信息传媒行业社会环境分析 18

第三章 2014年信息传媒行业发展情况分析 20

第一节 2014年传媒产业发展分析及预测 20

一、2014年信息传媒产业规模 20

二、2014年信息传媒产业结构 20

三、2014年信息传媒行业发展预测 21

第二节 2014年信息传媒行业投融资情况分析 23

一、行业投融资体制 23

二、传媒投资情况分析 23

三、兼并重组情况分析 24

第三节 2014年信息传媒行业运行主要特点 26

一、图书出版业转企改制，面临新突破 26

二、经济复苏带动广告业上扬 26

三、电影票房取得佳绩，政策推动逆势上扬 26

四、有线网络省网整合，广播电视体制改革取得新进展 26

五、政策扶持动漫产业快速发展 27

六、视频网络面临重整，网游管制更加规范 27

第四节 信息传媒产业的发展趋势 28

一、新媒体位居核心地位 28

二、传统媒体不断升级 28

第四章 信息传媒行业竞争状况分析 30

第一节 2014年信息传媒行业集中度情况分析 与预测 30

一、新闻出版业 30

二、电影业 30

三、广播电视业 30

四、互联网 31

第二节 信息传媒产业竞争特点分析 33

一、报业的竞争特点分析 33

二、网络电视业的SWOT分析 35

第三节 进入和退出壁垒分析 38

一、电影业 38

二、新闻出版业 38

三、互联网业 39

四、移动媒体业 39

五、广告业 39

第三节 2012信息传媒行业竞争结构分析 40

一、新闻出版业 40

二、电影业 41

第四节 2014年信息传媒行业生命周期分析 43

- 一、出版行业进入成熟期 43
- 二、广播电视行业进入成长期 43
- 三、互联网行业处于成熟期 44
- 四、移动媒体行业处于成长期 44
- 五、广告行业处于成熟期 45

第五章 世界传媒产业发展与概述 46

第一节 世界传媒产业发展现状 46

- 一、2014年全球传媒市场 46
- 二、全球传媒市场未来预测 47

第二节 美国传媒产业发展现状 49

- 一、广告业 49
- 二、新闻出版业 49
- 三、互联网业 50
- 四、电视业 50
- 五、总结 51

第三节 欧洲传媒产业发展现状 52

- 一、媒体并购倾向于向新媒体领域发展扩张 52
- 二、电视广播产业集中趋势愈加明显 52
- 三、巩固国内媒体集团的势力，支持积极向外扩张 52
- 四、总结 53

第六章 2014年信息传媒行业产业链分析 54

第一节 信息传媒行业产业链介绍 54

第二节 2014年信息传媒行业相关产业分析 54

- 一、通信行业 54
- 二、汽车业 56
- 三、房地产业 57

第三节 上游行业对信息传媒行业的影响分析 59

- 一、通信行业对信息传媒行业的影响 59
- 二、汽车行业对信息传媒行业的影响 59
- 三、房地产行业对信息传媒行业的影响 59

第七章 信息传媒产业细分地区分析及预测 61

第一节 北京市传媒产业发展现状 61

一、北京市传媒产业 61

二、北京传媒业发展特点 64

第二节 上海市传媒产业发展现状 65

一、上海传媒产业总体情况 65

二、上海出版业 65

三、上海动漫业 65

四、IPTV 66

五、CMMB 66

六、地铁电视 67

第八章 信息传媒产业细分子行业分析 68

第一节 新闻出版业分析 68

一、报业 68

二、期刊业 71

三、图书业 72

四、数字出版业 73

五、总结 75

第二节 广播电视电影业分析 76

一、广播电视产业 76

二、电影产业 77

三、影视业出口情况 79

四、动漫业 79

五、发展趋势 80

第三节 互联网媒体分析 81

一、网络经济规模 81

二、网民规模 81

三、网络应用 82

四、发展趋势 85

第四节 移动媒体分析 87

一、手机媒体 87

二、户外媒体 88

第五节 广告业分析 91

一、2014年广告业总体规模 91

二、广告投放产业 92

三、广告业未来发展预测 93

第九章 2014年信息传媒行业企业发展情况分析 94

第一节 行业内上市公司综合排名及各项指标排名 94

一、获利能力排名 94

二、经营能力排名 94

三、偿债能力排名 95

四、发展能力排名 96

五、综合排名 96

第二节 华谊兄弟发展情况分析 98

一、企业简介 98

二、股权关系结构图 98

三、经营状况分析 99

四、主导产品分析 100

五、企业经营策略和发展战略分析 101

六、SWOT分析 102

七、企业竞争力评价 102

第三节 博瑞传播发展情况分析 103

一、企业简介 103

二、股权关系结构图 103

三、经营状况分析 104

四、主导产品分析 105

五、企业经营策略和发展战略分析 106

六、SWOT分析 107

七、企业竞争力评价 107

第四节 中信国安发展情况分析 109

一、企业简介 109

二、股东关系结构图	109
三、经营状况分析	110
四、主导产品分析	111
五、企业经营策略和发展战略分析	112
六、SWOT分析	112
七、企业竞争力评价	113
第五节 北巴传媒发展情况分析	114
一、企业简介	114
二、股权关系结构图	114
三、经营状况分析	115
四、主导产品分析	116
五、企业经营策略和发展战略分析	117
六、SWOT分析	118
七、企业竞争力评价	118
第六节 时代出版发展情况分析	119
一、企业简介	119
二、股权关系结构图	119
三、经营状况分析	119
五、企业经营策略和发展战略分析	122
六、SWOT分析	123
七、企业竞争力评价	123

第十章 信息传媒行业风险分析 124

第一节 宏观经济环境风险 124

第二节 产业政策风险 125

一、优惠政策的取消 125

二、政策对行业的严格监管 125

第三节 经营环境风险 126

第四节 企业风险 126

一、信息失误风险 126

二、财务风险 126

三、人力资源风险 127

四、直接市场风险 127

五、法律风险 127

第五节 技术风险 127

第六节 其他风险因素 128

一、关注通货膨胀风险 128

二、关注主权债务危机 128

第十一章 博思数据对信息传媒产业信贷建议 129

第一节 行业整体授信机会及建议 129

第二节 子行业授信机会及建议 130

一、出版业谨慎授信 130

二、有线电视业积极授信 130

三、电影行业积极授信 131

四、网游业谨慎授信 131

第三节 区域授信机会及建议 132

一、北京和上海将作为重点授信区域 132

二、西北、东北地区加大关注 132

图表目录：

表1信息传媒产业分类表 1

表2 2008-2014年中国信息传媒产业规模与预测 3

表3 信息传媒行业对国民经济的作用和贡献 5

表4 2014年信息传媒行业相关政策汇总 13

表5 信息传媒行业社会因素分析 18

表6 信息传媒产业细分市场规模 21

表7 2014年信息传媒行业兼并重组情况 24

表8 2014年全国电视收视市场收视份额排名 31

表9 2014年网络经济形态市场份额TOP5 32

表10 出版行业生命周期判断 43

表11 广播电视行业生命周期判断 44

表12 互联网行业生命周期判断 44

表13 移动媒体行业生命周期判断 44

表14 广告行业生命周期判断	45
表15 2008-2014年北京市报业出版情况	61
表16 2008-2014年北京市期刊出版情况	61
表17 2005-2012北京市图书出版情况	61
表18 2008-2014年北京市广播业情况	62
表19 2008-2014年北京市电视播出情况	62
表20 2008-2014年北京市电影业情况	63
表21 2008-2014年中国内地电影故事片产量表	77
表22 2008-2014年中国内地历年院线规模一览	78
表23 信息传媒行业上市公司获利能力排名	94
表24 信息传媒行业上市公司经营能力排名	94
表25 信息传媒行业上市公司偿债能力排名	95
表26 信息传媒行业上市公司发展能力排名	96
表27 信息传媒行业上市公司综合排名	96
表28 华谊兄弟有限公司前十大股东	98
表29 2006年—2014年6月华谊兄弟财务情况分析	100
表30 2006年—2014年6月华谊兄弟主营业务构成情况	101
表31 博瑞传播前十大流通股东	103
表32 2005年—2014年6月博瑞传播财务状况	105
表33 2005年—2014年6月博瑞传播主营业务构成情况	106
表34 中信国安前十大股东	109
表35 2005年—2014年6月中信国安财务情况	111
表36 2005年—2014年6月中信国安主营业务收入情况	112
表37 北巴传媒前十大股东	114
表38 2005年—2014年6月北巴传媒财务情况	116
表39 2005年—2014年6月北巴传媒主营业务收入构成情况	117
表40 时代出版前十大股东	119
表41 2005年—2014年6月时代传媒财务情况	121
表42 2005年—2014年时代传媒主营构成情况	122
图1 2008-2014年信息传媒产业规模增长情况	3
图2 2008-2014年中国信息传媒产业占国民生产总值比重情况	4
图3 2008-2014年中国GDP增长情况	6

图4 2008-2014年中国固定资产投资总额	7
图5 2008-2014年工业增加值及其增长速度	8
图6 2008-2014年中国社会消费品零售总额情况	8
图7 2008-2014年中国进出口情况	9
图8 2008-2014年我国CPI、PPI变化情况	10
图9 2008-2014年M1、M2同比增速情况	10
图10 2008-2014年中国机构机构信贷情况	11
图11 2000-2014年我国人均GDP	19
图12 2008-2014年信息传媒产业规模增长情况	20
图13 2014年中国传媒产业细分市场规模	21
图14 2008-2014年报纸广告营业额及其增长速度	68
图15 2008-2014年我国出版报纸种数（种）	69
图16 2008-2014年新闻纸用纸量情况	70
图17 2008-2014年我国出版期刊总印数（亿册）	71
图18 2005—2014年中国内地电影票房收入	77
图19 2005—2014年中国内地院线影院及银幕增长情况	78
图20 2005-2012中国网络经济规模情况	81
图21 2005—2014年网民情况	82
图22 2005—2014年宽带网民情况	82
图23 2005—2014年网络游戏市场规模情况	83
图24 2014年网游市场份额情况	83
图25 2005—2012年B2B电子商务市场规模情况	84
图26 2005年—2012年中国网络招聘市场规模情况	84
图27 2008-2014年网络预订市场规模及增长情况	85
图28 2008-2014年中国广告增长情况	91
图29 2014年中国网络广告市场份额	92

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自 国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1508/K24775Z4DQ.html>