

2008-2010年中国新媒体行业市场分析及投资咨询 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《2008-2010年中国新媒体行业市场分析及投资咨询报告》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/77377737.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：6300元 电子和纸介版: 6500

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

内容介绍

在面对危机的同时，新媒体行业也面临着并购契机，2009年将成为整个行业的并购年。就目前情况而言，很多境外公司市值已经较低，相比以前，跨国并购对于中国希望走出去的企业而言，将是一个非常好的机遇。对于希望“走出去”的中国企业，目前是进行跨国并购的有利时机，将可以花较小代价来获得参与全球竞争，改变缺乏核心技术、国际和品牌以及全球化渠道的机会。不过，在并购的同时，媒介间更应该联合起来共同发展。随着竞争越来越激烈，需要的资源和市场规模就越大，媒介间彼此联手的意愿就越强烈。“合竞时代”的到来将是发展的必然。而在新的竞争趋势下面，什么样的媒体形态又将会脱颖而出呢？

2008年，在全球金融危机背景下，在纳斯达克以中国概念股上市的中国新媒体公司大概有20来家，均为业界领先企业，掌握着中国庞大的销售份额。而这些业界领头羊企业的股票股价均随纳斯达克大盘的奔腾而剧烈跌宕，很多企业的市值在最近半年至少缩水一半以上。金融危机对中国新媒体上市公司的冲击可见一斑，中国传媒业在金融危机的影响下很难独善其身。那么，在当前这一特殊的经济环境下——金融危机席卷全球并向中国袭来时，中国新媒体企业又该怎样去应对呢？2008年，在全球金融危机背景下，在纳斯达克以中国概念股上市的中国新媒体公司大概有20来家，均为业界领先企业，掌握着中国庞大的销售份额。而这些业界领头羊企业的股票股价均随纳斯达克大盘的奔腾而剧烈跌宕，很多企业的市值在最近半年至少缩水一半以上。金融危机对中国新媒体上市公司的冲击可见一斑，中国传媒业在金融危机的影响下很难独善其身。那么，在当前这一特殊的经济环境下——金融危机席卷全球并向中国袭来时，中国新媒体企业又该怎样去应对呢？

从发展潜力来看，中国电视、互联网、手机用户、网民数量已经是全球第一，广告收入增长迅猛，媒体是增长最快的消费品。但人均广告支出只有美国的百分之二到百分之三，前景看好。中国新媒体用户大多小于三十岁，其中四分之一具有大学本科以上学历。新媒体上市公司是传统媒体的二到三倍。2007年移动媒体总收入达到1053亿元，网络媒体总收入为297亿元，两项相加总和达1350亿元，占到了中国传媒产业总产值的1/4。中国网络广告市场展示出令人期待的高速增长势头。未来的三到五年，是中国新媒体迅猛发展时期。

从宏观环境来看，目前正值中国传媒大变革、大发展的时代，在当前金融危机的局势下认识局势掌控方向，对新媒体所受到的影响和未来的发展态势予以翔实的剖析，无论是对于中国新媒体的长远发展，还是对新媒体在具体工作中的突破都具有积极的指导作用。那么，在当前新媒体行业发展形势下，我国新媒体企业该如何分析当前传媒行业的形势、把握未来市场发展方向，及时调整结构，根据行业趋势制定发展战略呢？

本报告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，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 2

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 5

二、新媒体发展条件 6

三、新媒体内容 8

四、运营与赢利模式 8

五、目标群体分析 10

第三节 新媒体传播的特点及对营销传播的影响 11

一、新媒体的传播特点分析 11

二、新媒体传播对营销传播的影响 14

第二章 中国新媒体行业发展环境 16

第一节 2008-2009年新媒体行业发展宏观经济环境 16

一、2008年宏观经济运行分析及预测 16

二、2008年我国居民消费价格分类指数分析 33

三、2009年不同政策和环境组合下的经济增长三种情景预测 43

第二节 2008年金融危机对新媒体行业的影响 46

一、金融危机对传媒业的影响 46

二、传媒业借机掀起并购潮 48

三、金融危机下的中国新媒体发展探讨 51

第三节 2008年中国新媒体行业发展的政策环境 59

一、中国传媒业知识产权政策 59

二、文化传媒业对外开放政策 67

三、2008年奥运会期间新闻媒体广告发布管理 69

四、2008年互联网视听节目许可制度施行 72

五、《信息网络传播视听节目许可证》推动市场洗牌 73

六、2008年《电子出版物出版管理规定》正式实施 74

七、2008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》 88

第三章 中国新媒体行业发展现状 94

第一节 新媒体行业发展概况 94

- 一、中国新媒体发展前景广阔 94
- 二、新媒体产业链发展分析 95
- 三、新媒体传播研究热点述评 97
- 四、中国新媒体广告增长远超传统媒体 103

第二节 2008年新媒体产业发展情况分析 103

- 一、2008年新媒体产业发展状况分析 104
- 二、2008年新媒体的奥运实践 106
- 三、2008年新媒体产业商业模式分析 112

第三节 中国新媒体产业受众及需求分析 114

- 一、用户的需求与使用特点发生改变 114
- 二、针对需求变化提供新媒体产品 115
- 三、需求演变带来媒体角色的新变化 117

第四节 中国新媒体动漫产业发展分析 119

- 一、网络动漫发展分析 119
- 二、手机动漫成引擎 125

第四章 移动媒体行业发展概况 133

第一节 移动媒体行业发展分析 133

- 一、移动新媒体的发展概况 133
- 二、移动新媒体发展的误区 138
- 三、移动新媒体的发展趋势 139
- 四、移动新媒体的商业模式创新 142

第二节 移动媒体市场分析 143

- 一、移动多媒体应用产业发展分析 143
- 二、移动媒体发展存在的难题 145

第三节 移动媒体行业投资前景分析 147

- 一、移动媒体的投资前景分析 147
- 二、移动多媒体的投资机遇分析 148

第五章 移动电视媒体发展 150

第一节 移动电视行业发展总体 150

- 一、2008年中国移动电视业增长预测 150
- 二、2008年移动电视市场格局分析及预测 150
- 三、2008年移动电视市场竞争情况分析 151
- 四、3G移动电视技术和业务发展及分析 153

第二节 移动电视营运分析 159

- 一、移动电视运营的发展概况 160
- 二、数字移动电视运营模式分析 160
- 三、移动电视的盈利模式分析 161
- 四、数字移动电视产业化运营的战略分析 164
- 五、从欧盟战略看我国移动电视发展 168

第三节 车载电视发展分析 171

- 一、2008年车载电视成投资新宠 171
- 二、2008年车载移动电视市场发展现状 172
- 三、2008年车载电视主题发展分析 176
- 四、2008年奥运车载液晶电视市场分析 177
- 五、2008-2009年中国车载电视市场销量预测 179

第四节 移动电视发展预测 180

- 一、2008-2010年移动电视市场竞争格局 180
- 二、2010年全国移动电视市场规模预测 181
- 三、2012年全球移动电视市场消费预测 181

第六章 手机媒体及其业务发展 182

第一节 手机媒体市场发展分析 182

- 一、手机媒体的形态与内容分析 182
- 二、手机媒体的用户与需求分析 186
- 三、手机媒体的经营与发展分析 191

第二节 2008年手机电视发展分析 198

- 一、我国手机电视产业发展现状与趋势 198
- 二、2008年我国手机电视产业发展情况分析 201
- 三、2008年手机电视覆盖率分析及预测 207
- 四、2008年手机电视运营模式确定 208
- 五、2008年手机电视发展需解决的难题 209
- 六、2008年手机电视实践亮点分析 210
- 七、2008-2010年手机电视消费需求预测 216
- 八、2012年3G手机电视用户预测 216

第三节 2008年手机游戏发展分析 218

- 一、中国手机游戏市场规模分析 218
- 二、2008年手机游戏产业面临的机遇与挑战 218
- 三、2008年手机游戏迈向新时代 221
- 四、2008年手机游戏为用户付费的首选 223

- 五、2008年手机游戏收入预测 224
- 六、2010年我国手机游戏市场发展预测 225
- 第四节 2008年手机短信发展分析 225
 - 一、全球短信业务发展分析 225
 - 二、2008年手机短信将有“防火墙” 228
 - 三、2008年短信市场规模分析 229
- 第五节 2008年手机广告发展分析 231
 - 一、手机媒体广告的发展瓶颈及对策 231
 - 二、2008年3G手机广告模式发展分析 235
 - 三、2008年3G手机广告市场发展分析 238
 - 四、2008-2012年全球手机广告市场规模预测 240
 - 五、2008-2010年中国无线广告市场规模预测 240
 - 六、手机媒体广告的发展瓶颈及对策 241
- 第七章 中国IPTV产业发展 246
 - 第一节 IPTV的发展现状及影响因素 246
 - 一、IPTV简介 246
 - 二、IPTV全球发展现状及趋势 246
 - 三、国内IPTV发展现状及影响因素 247
 - 四、IPTV的优势和发展方向 252
 - 第二节 2008年IPTV市场发展现状 256
 - 一、2008年中国IPTV市场发展现状 256
 - 二、2008年我国IPTV市场发展态势 259
 - 三、2008年IPTV需求日益旺盛 260
 - 四、中国IPTV市场上演激烈竞争 263
 - 五、2008年IPTV业务与产业链分析 269
 - 六、有线数字电视IPTV发展分析 272
 - 七、IPTV迎来高峰期 营销模式待创新 273
 - 第三节 IPTV发展趋势分析 278
 - 一、IPTV标准制定趋势分析 278
 - 二、2009年IPTV技术发展趋势 284
 - 三、2008-2010年IPTV全球发展市场预测 293
 - 第四节 IPTV目标市场的调整与构建 295
 - 一、面对家庭用户群的争夺战 295
 - 二、国家战略层面的不对称博弈 296
 - 三、大力拓展计算机用户和行业与企业用户市场 298

第五节 IPTV成为运营商转型之选	300
一、IPTV用户数逐年递增	301
二、中国IPTV主要运营商分析	303
三、为运营商提供发展新机遇	307
第八章 其它网络媒体及其业务发展概况	310
第一节 2008年中国互联网发展分析	310
一、互联网主流媒体的地位分析	310
二、移动互联网前景看好的业务分析	311
三、2008年互联网消费分析及预测	316
四、2008年中国互联网用户规模预测	318
五、中国互联网将呈现三大趋势	320
第二节 2008年网络视频发展分析	322
一、网络视频发展概况	322
二、2008年网络视频发展现状	324
三、网络视频业发展面临的问题	327
四、网络视频良性发展分析	328
五、2008年网络视频发展新趋势	330
六、2008年视频新媒体借奥运成主流	334
七、2008年奥运网络传播的八大特征	335
八、2008年运营商亟待探索网络视频业务发展	337
第三节 2008年网络博客发展分析	343
一、中国博客规模发展情况	343
二、2007年中国博客市场调查分析	344
三、博客发展趋势分析	367
四、未来博客发展方向分析	371
第四节 2008年网络游戏发展分析	374
一、2008年中国网络游戏市场发展数据分析	374
二、2008年中国网络游戏市场发展分析	380
三、2008年中国网络游戏产业发展趋势	382
四、2009年中国网络游戏市场规模预测	386
第五节 2008年网络广告发展分析	386
一、2008年网络广告的机遇与挑战	386
二、2008年中国网络广告规模分析	387
三、2008-2011年中国网络广告市场预测	390
四、网络文学网站成为未来网络广告投放新媒体	391

第六节 2008年网络出版发展分析	394
一、网络出版发展现状	394
二、我国数字出版产业发展现状	397
三、网络出版的特征和趋势	409
四、2008年我国数字出版发展态势分析	411
第九章 新媒体竞争格局	415
第一节 传统媒体与新媒体的竞争与发展	415
一、新媒体与传统媒体竞争分析	415
二、传统媒体与新兴媒体的竞争格局	419
第二节 2008年新媒体竞争现状分析	423
一、国内新媒体竞争进入2.0时代	423
二、2008年奥运期间新媒体竞争升级	424
三、渠道型新媒体混乱的圈地竞争	426
四、2008年外资角逐我国新媒体市场	430
第三节 整合营销下的新媒体价值实现	431
第十章 新媒体行业领先企业简介	435
第一节 北京歌华有线电视网络股份有限公司	435
一、公司概况	435
二、2008年公司经营情况	436
三、2008年公司财务数据分析	436
四、2008年公司最新发展动态及策略	441
第二节 上海东方明珠（集团）股份有限公司	442
一、公司概况	442
二、2008年公司经营情况	444
三、2008年公司财务数据分析	444
四、2008年公司最新发展动态及策略	449
第三节 成都博瑞传播股份有限公司	451
一、公司概况	451
二、2008年公司经营情况	452
三、2008年公司财务数据分析	453
四、2008年公司最新发展动态及策略	458
第四节 上海新华传媒股份有限公司	458
一、公司概况	458
二、2008年公司经营情况	460
三、2008年公司财务数据分析	460

四、2008年公司最新发展动态及策略 466

第五节 湖南电广传媒股份有限公司 470

一、公司概况 470

二、2008年公司经营情况 471

三、2008年公司财务数据分析 472

四、2008年公司最新发展动态及策略 478

第六节 中视传媒股份有限公司 479

一、公司概况 479

二、2008年公司经营情况 480

三、2008年公司财务数据分析 481

四、2008年公司最新发展动态及策略 486

第七节 陕西广电网络传媒股份有限公司 487

一、企业基本概况 487

二、2008年公司经营情况 489

三、2008年公司财务数据分析 490

四、2008年公司最新发展动态及策略 496

第十一章 新媒体行业发展趋势预测 500

第一节 2008年新媒体的发展趋势 500

一、2008年新媒体业务方式预测 500

二、2008年新媒体产业特性预测 501

三、2008年新媒体技术形态预测 503

四、2008年新媒体市场机会预测 506

第二节 2008-2011年新媒体行业发展趋势 508

一、2008年中国新媒体发展主流趋势 508

二、2009年中国新媒体市场发展预测 510

三、2008-2011年新媒体市场规模预测 512

四、新兴媒体的主流化趋势似乎已不可挡 512

第三节 中国电视与网络新媒体融合初探 517

一、媒体融合的环境 517

二、融媒时代的策略 519

第四节 中国报业必将转型为新媒体机构 523

一、传媒环境的变化 523

二、未来的传媒格局 528

三、报业转型——“穷则思变” 533

四、转型之路——“化被动为主动” 536

第十二章 新媒体行业发展策略	539
第一节 我国新媒体产业发展瓶颈及对策	539
一、我国新媒体产业发展中所面临的瓶颈	539
二、产业基础设施的重要性	542
三、国家新媒体产业基地在产业发展中的实践	543
第二节 新媒体发展模式及策略分析	545
一、新媒体动漫营销的新模式	545
二、户外新媒体的价值创新路径	548
三、户外新媒体的发展策略	550
四、广播电视新媒体的发展策略	552
五、央视进军移动传媒	553
六、数字新媒体需适度营销	553
第三节 移动媒体的运营与发展策略——湖北移动频道为例	555
一、湖北移动频道的发展现状	555
二、湖北移动频道发展存在的问题	558
三、湖北移动频道的发展策略	559
第四节 传统电视的新媒体发展策略	560
一、新媒体对传统电视的影响	561
二、传统电视的新媒体发展策略	563
第五节 经验借鉴：英国第四频道新媒体品牌运营策略	567
一、全方位多渠道拓展品牌内涵	568
二、建立新旧媒体融合统一的品牌形象	568
三、实现传统电视节目内容的传播增值	568
四、提升新媒体形态下的品牌核心竞争力	569
五、在互动中提升品牌影响力	569
第六节 经验借鉴：法新社新媒体发展战略	571
一、大力发展新媒体产品	571
二、以渠道合作扩张市场	574
第十三章 新媒体行业投资策略	577
第一节 新媒体的盈利方式分析	577
第二节 新媒体行业投资分析	578
一、新媒体行业投资现状分析	578
二、新媒体专项基金即将建成	580
第三节 新媒体行业投资策略分析	582
图表目录	

- 图表：新媒体的经济学特性 3
- 图表：1999年8月-2008年8月工业增加值月度同比增长率 23
- 图表：1999年8月-2008年8月社会消费品零售总额月度同比增长率 25
- 图表：1999年8月-2008年8月固定资产投资完成额月度累计同比增长率 26
- 图表：1999年8月-2008年8月出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率 27
- 图表：1999年8月-2008年8月居民消费价格指数（上年同月=100） 29
- 图表：1999年8月-2008年8月工业品出厂价格指数（上年同月=100） 30
- 图表：1999年8月-2008年8月货币供应量月度同比增长率 32
- 图表：2008年1月居民消费价格分类指数分析 40
- 图表：2008年2月居民消费价格分类指数分析 40
- 图表：2008年3月居民消费价格分类指数分析 41
- 图表：2008年4月居民消费价格分类指数分析 41
- 图表：2008年5月居民消费价格分类指数分析 41
- 图表：2008年6月居民消费价格分类指数分析 42
- 图表：2008年7月居民消费价格分类指数分析 42
- 图表：2008年中国经济主要指标预测 45
- 图表：中国新媒体在美国NASDAQ上市市值与国内比较 52
- 图表：户外新媒体NASDAQ上市企业的广告营收占有所有户外广告营收份额 52
- 图表：主要媒体上市公司在NASDAQ半年来股价走势图 52
- 图表：2004-2008年中国户外新媒体市场资本融资情况变化 53
- 图表：1996-2007年广告市场变化与经济发展周期的关联 54
- 图表：金融危机对传统媒体和新媒体可能造成的影响 55
- 图表：新媒体逐渐被大型广告主认可 55
- 图表：2009年对新媒体发展趋势的三大观点 56
- 图表：途中媒体共有四种层次 57
- 图表：媒体的内在价值标准 58
- 图表：媒体的外部环境 59
- 图表：2002-2007年中国网民人数增长情况 94
- 图表：2002-2007年中国互联网普及率 95
- 图表：互联网的应用功能分类 95
- 图表：中国动漫网站类别饼行图 121
- 图表：手机动漫与传统动漫的对比 125
- 图表：手机动漫产业生态图 126
- 图表：两种主流地面广播技术标准比较 155
- 图表：基于移动通信和数字广播的移动电视业务比较 157

- 图表：2006-2009年中国车载电视市场规模及增长预测 180
- 图表：2004-2005年欧洲地区用户对手机电视的使用情况 201
- 图表：Sprint的手机电视商业模式 205
- 图表：三种手机电视商业模式的比较 206
- 图表：2007-2012年全球手机电视市场规模及增长 217
- 图表：用户付费使用过的产品或服务 224
- 图表：2008年1季度短信业务增量速度情况 230
- 图表：2008年3季度中国移动增值细分市场份额 230
- 图表：2007年1季度-2008年2季度中国SMS市场规模及增长 231
- 图表：2008-2012年全球手机广告市场规模预测 241
- 图表：2005-2010年中国无线广告市场规模及增长率 241
- 图表：2008-2012年中国IPTV用户数 259
- 图表：广电运营商的SWOT分析 264
- 图表：电信运营商的SWOT分析 264
- 图表：IPTV领域广电和电信的博弈矩阵 265
- 图表：2004-2008年全球IPTV用户数和市场规模预测 294
- 图表：2004-2008年中国IPTV用户数和市场规模预测 294
- 图表：IPTV的全国用户分布 301
- 图表：上海电信“我的e家”e8套餐 304
- 图表：目前我国AVS的主要应用 306
- 图表：2008年上半年中国网民月收入结构图 318
- 图表：2005-2008年中国互联网用户规模及增长率 318
- 图表：2005-2008年6月中国互联网普及率 319
- 图表：与发达国家相比中国互联网既有明显的发展空间 319
- 图表：2008年1季度中国网络媒体企业市场份额排名一览表 320
- 图表：2008年1-8月互联网用户 320
- 图表：2006-2010年中国网络视频市场规模及增长率 334
- 图表：2006-2010年中国网络视频业务收入规模及增长率 338
- 图表：博客价值链 344
- 图表：博客作者总规模与非博客用户比例 345
- 图表：活跃博客作者规模 345
- 图表：博客作者拥有的博客帐户数量 345
- 图表：活跃用户拥有博客帐户的数量 346
- 图表：2002-2007年活跃博客作者的增长趋势 346
- 图表：博客开始使用互联网的时间分布 347

- 图表：博客作者的网龄分布特点 347
- 图表：博客作者的平均上网时间 348
- 图表：每个博客作者的注册博客帐户的数量 348
- 图表：博客作者的博客状态 349
- 图表：博客作者注册博客的原因 349
- 图表：博客作者注册博客的动因分析 350
- 图表：博客作者更新博客的频率 350
- 图表：博客作者停止更新博客的原因 351
- 图表：博客作者日志内容分布 351
- 图表：博客作者中在自己的博客中是否添加他人的博客链接 352
- 图表：博客作者链接什么人的博客 352
- 图表：博客作者中参加博客圈的比例 353
- 图表：博客作者参加博客圈的类型 353
- 图表：博客作者是否在博客中留下自己的真实信息 354
- 图表：博客上个人真实信息的类型 355
- 图表：博客作者的博客日志内容与线下行为的一致性 355
- 图表：博客作者对增值服务的态度 356
- 图表：博客作者的性别比例 356
- 图表：博客作者的学历构成 357
- 图表：博客作者的职业类别 357
- 图表：博客作者收入情况 357
- 图表：博客注册用户的博文浏览行为 358
- 图表：博客作者浏览博客的频率 358
- 图表：博客注册用户是否有固定浏览别人博客的行为 359
- 图表：博客作者进入固定浏览博客页面的方式 359
- 图表：获知博客的渠道分布 360
- 图表：浏览博客的目的分析 360
- 图表：经常浏览的博客内容类别 361
- 图表：经常浏览那些人的博客 361
- 图表：博客工具使用度研究 362
- 图表：网民浏览博文与新闻的时长比较 362
- 图表：网民浏览博文与新闻的频率比较 362
- 图表：网民对博文与新闻的信任度比较 363
- 图表：博客作者对博客平台的满意度情况 364
- 图表：博客作者是否更换过博客平台 365

- 图表：博客作者更换博客平台的原因 365
- 图表：博客作者使用过的博客功能或者工具 366
- 图表：博客作者对博客平台功能的需求 366
- 图表：博客作者对自己的博客使用独立域名的需求状况 366
- 图表：博客作者对个性化博客域名的接受度 367
- 图表：2006年1季度-2008年1季度中国网络游戏市场规模 374
- 图表：2006年4季度-2008年1季度中国网络游戏市场集中度 375
- 图表：2008年1季度中国网络游戏市场细分份额 375
- 图表：2008年1季度中国各网络游戏类型比例 375
- 图表：2008年1季度中国网络游戏产地分布 376
- 图表：2008年1季度中国网络游戏收费模式占比 376
- 图表：2008年1季度网络游戏运营商市场规模份额TOP10 376
- 图表：2008年1季度中国网络游戏运营商市场规模TOP15 377
- 图表：2006年1季度-2008年2季度中国网络游戏市场规模 377
- 图表：2008年5月5日-6月1日某网络游戏企业充值笔数 378
- 图表：2008年2季度中国网络游戏运营商市场规模份额TOP15 378
- 图表：2008年2季度网络游戏运营商市场规模份额TOP10 379
- 图表：2007-2011年中国网页游戏用户付费率 380
- 图表：2006-2008年中国网络广告市场规模 387
- 图表：2007年2季度-2008年2季度中国网络广告市场规模 390
- 图表：2003-2011年中国网络广告市场规模 391
- 图表：2001-2007年中国电子出版总量 398
- 图表：2007年采购电子书的机构用户增长情况 398
- 图表：2006-2007年中国电子图书收入 399
- 图表：2006-2007年电子图书阅读终端分布 399
- 图表：2006-2007年电子图书阅读年龄分布 399
- 图表：2002-2008年电子图书的用户增长情况 399
- 图表：全国各区域出版数字报纸数量 403
- 图表：中国报纸资源全文数据库产品示意图 405
- 图表：手机书样例 407
- 图表：手机报样例 407
- 图表：具有朗读功能的手机报样例 408
- 图表：移动数字出版模式 408
- 图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司主营构成表 436
- 图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司流动资产表 437

- 图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司长期投资表 437
- 图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司固定资产表 437
- 图表：2007-2008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 437
- 图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司流动负债表 438
- 图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司长期负债表 438
- 图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司股东权益表 438
- 表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司主营业务收入表 439
- 图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司主营业务利润表 439
- 图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司营业利润表 439
- 图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司利润总额表 439
- 图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司净利润表 439
- 图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司每股指标表 440
- 图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司获利能力表 440
- 图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司经营能力表 440
- 图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司偿债能力表 440
- 图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司资本结构表 441
- 图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司发展能力表 441
- 图表：2007-2008年北京歌华有线电视网络股份有限公司现金流量分析表 441
- 图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司主营构成表 444
- 图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司流动资产表 445
- 图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司长期投资表 445
- 图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司固定资产表 445
- 图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司无形及其他资产表 445
- 图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司流动负债表 446
- 图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司长期负债表 446
- 图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司股东权益表 446
- 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表 447
- 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表 447
- 图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司营业利润表 447
- 图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司利润总额表 447
- 图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司净利润表 447
- 图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司每股指标表 448
- 图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司获利能力表 448
- 图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司经营能力表 448
- 图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司偿债能力表 448

- 图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司资本结构表 449
- 图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司发展能力表 449
- 图表：2007-2008年上海东方明珠(集团)股份有限公司现金流量分析表 449
- 图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司主营构成表 453
- 图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司流动资产表 453
- 图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司长期投资表 453
- 图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司固定资产表 454
- 图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司无形及其他资产表 454
- 图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司流动负债表 454
- 图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司长期负债表 454
- 图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司股东权益表 455
- 图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司主营业务收入表 455
- 图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司主营业务利润表 455
- 图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司营业利润表 455
- 图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司利润总额表 455
- 图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司净利润表 456
- 图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司每股指标表 456
- 图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司获利能力表 456
- 图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司经营能力表 456
- 图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司偿债能力表 457
- 图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司资本结构表 457
- 图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司发展能力表 457
- 图表：2007-2008年成都博瑞传播股份有限公司现金流量分析表 457
- 图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司主营构成表 460
- 图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司流动资产表 461
- 图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司长期投资表 461
- 图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司固定资产表 461
- 图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司无形及其他资产表 462
- 图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司流动负债表 462
- 图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司长期负债表 462
- 图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司股东权益表 462
- 图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司主营业务收入表 463
- 图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司主营业务利润表 463
- 图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司营业利润表 463
- 图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司利润总额表 463

- 图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司净利润表 464
- 图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司每股指标表 464
- 图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司获利能力表 464
- 图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司经营能力表 465
- 图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司偿债能力表 465
- 图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司资本结构表 465
- 图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司发展能力表 465
- 图表：2007-2008年上海新华传媒股份有限公司现金流量分析表 466
- 图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司主营构成表 472
- 图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司流动资产表 473
- 图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司长期投资表 473
- 图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司固定资产表 473
- 图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司无形及其他资产表 474
- 图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司流动负债表 474
- 图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司长期负债表 474
- 图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司股东权益表 475
- 图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司主营业务收入表 475
- 图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司主营业务利润表 475
- 图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司营业利润表 475
- 图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司利润总额表 475
- 图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司净利润表 476
- 图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司每股指标表 476
- 图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司获利能力表 476
- 图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司经营能力表 476
- 图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司偿债能力表 477
- 图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司资本结构表 477
- 图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司发展能力表 477
- 图表：2007-2008年湖南电广传媒股份有限公司现金流量分析表 477
- 图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司主营构成表 481
- 图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司流动资产表 482
- 图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司固定资产表 482
- 图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司无形及其他资产表 482
- 图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司流动负债表 482
- 图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司长期负债表 483
- 图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司股东权益表 483

- 图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司主营业务收入表 483
- 图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司主营业务利润表 483
- 图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司营业利润表 484
- 图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司利润总额表 484
- 图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司净利润表 484
- 图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司每股指标表 484
- 图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司获利能力表 485
- 图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司经营能力表 485
- 图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司偿债能力表 485
- 图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司资本结构表 485
- 图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司发展能力表 486
- 图表：2007-2008年中视传媒股份有限公司现金流量分析表 486
- 图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司主营构成表 490
- 图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司流动资产表 490
- 图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司长期投资表 491
- 图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司固定资产表 491
- 图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司无形及其他资产表 491
- 图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司流动负债表 491
- 图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司长期负债表 492
- 图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司股东权益表 492
- 图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司主营业务收入表 492
- 图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司主营业务利润表 493
- 图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司营业利润表 493
- 图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司利润总额表 493
- 图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司净利润表 493
- 图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司每股指标表 493
- 图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司获利能力表 494
- 图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司经营能力表 494
- 图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司偿债能力表 494
- 图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司资本结构表 495
- 图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司发展能力表 495
- 图表：2007-2008年陕西广电网络传媒股份有限公司现金流量分析表 495
- 图表：新媒体产业价值链 541
- 图表：动漫产业链 541
- 图表：新媒体产业与传统产业在咨询需求方面的差异性 542

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/77377737.html>