

# 2010-2012年信息传媒行业市场调研及前景分析报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2010-2012年信息传媒行业市场调研及前景分析报告》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/9776297762.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

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

### 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 2009年信息传媒行业在国民经济中的地位 3

#### 第二章 2009年信息传媒行业发展环境分析 6

##### 第一节 2009年宏观经济环境分析 6

###### 一、宏观经济运行 6

##### 第二节 2009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 2009年信息传媒行业社会环境分析 18

#### 第三章 2009年信息传媒行业发展情况分析 20

##### 第一节 2009年传媒产业发展分析及预测 20

###### 一、2009年信息传媒产业规模 20

###### 二、2009年信息传媒产业结构 20

###### 三、2010年信息传媒行业发展预测 21

##### 第二节 2009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 2009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 2009年信息传媒行业集中度情况分析预测 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 2009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 2009年信息传媒行业生命周期分析 43
  - 一、出版行业业进入成熟期 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、2009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 2009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 2009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、2009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 2009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 2009年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

## 附表

### 表1 信息传媒产业分类表 1

### 表2 2005-2010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 2009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 2009年信息传媒行业兼并重组情况 24

### 表8 2009年全国电视收视市场收视份额排名 31

### 表9 2009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 2005-2009年北京市报业出版情况 61

### 表16 2005-2009年北京市期刊出版情况 61

### 表17 2005-2009北京市图书出版情况 61

### 表18 2005-2009年北京市广播业情况 62

### 表19 2005-2009年北京市电视播出情况 62



- 表20 2005-2009年北京市电影业情况 63
- 表21 2005-2009年中国内地电影故事片产量表 77
- 表22 2005-2009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—2009年9月华谊兄弟财务情况分析 100
- 表30 2006年—2009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股东 103
- 表32 2005年—2009年9月博瑞传播财务状况 105
- 表33 2005年—2009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—2009年9月中信国安财务情况 111
- 表36 2005年—2009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—2009年9月北巴传媒财务情况 116
- 表39 2005年—2009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—2009年9月时代传媒财务情况 121
- 表42 2005年—2009年时代传媒主营构成情况 122
- 附图
- 图1 2005-2009年信息传媒产业规模增长情况 3
- 图2 2005-2009年中国信息传媒产业占国民生产总值比重情况 4
- 图3 2005-2009年中国GDP增长情况 6
- 图4 2005-2009年中国固定资产投资总额 7
- 图5 2005-2009年工业增加值及其增长速度 8
- 图6 2005-2009年中国社会消费品零售总额情况 8
- 图7 2005-2009年中国进出口情况 9
- 图8 2005-2009年我国CPI、PPI变化情况 10
- 图9 2005-2009年M1、M2同比增速情况 10
- 图10 2005-2009年中国机构机构信贷情况 11
- 图11 2000-2009年我国人均GDP 19

- 图12 2005-2009年信息传媒产业规模增长情况 20
- 图13 2009年中国传媒产业细分市场规模 21
- 图14 2005-2009年报纸广告营业额及其增长速度 68
- 图15 2005-2009年我国出版报纸种数（种） 69
- 图16 2005-2009年新闻纸用纸量情况 70
- 图17 2005-2009年我国出版期刊总印数（亿册） 71
- 图18 2005—2009年中国内地电影票房收入 77
- 图19 2005—2009年中国内地院线影院及银幕增长情况 78
- 图20 2005-2010中国网络经济规模情况 81
- 图21 2005—2009年网民情况 82
- 图22 2005—2009年宽带网民情况 82
- 图23 2005—2009年网络游戏市场规模情况 83
- 图24 2009年网游市场份额情况 83
- 图25 2005—2008年B2B电子商务市场规模情况 84
- 图26 2005年—2008年中国网络招聘市场规模情况 84
- 图27 2005-2009年网络预订市场规模及增长情况 85
- 图28 2005-2009年中国广告增长情况 91
- 图29 2009年中国网络广告市场份额 92

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/9776297762.html>