

# 2015-2020年中国新传媒市 场运营状况分析及前景深度调查报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

## 报告报价

《2015-2020年中国新传媒市场运营状况分析及前景深度调查报告》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/chuanmei1502/943827A6SN.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2024-12-23

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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

报告目录：

## 第一部分 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 6

##### 四、运营与赢利模式 7

##### 五、目标群体分析 8

#### 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 9

##### 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 国际宏观经济环境分析 14

##### 一、2013年世界经济形势与展望 14

##### 二、2014年世界经济形势依然严峻 22

#### 第二节 中国宏观经济环境分析 24

##### 一、2013年我国宏观经济运行形势分析 24

##### 二、2015-2020年中国宏观经济发展展望 37

#### 第三节 2009-2014年中国新媒体行业发展的政策环境 41

##### 一、中国传媒业知识产权政策 41

##### 二、文化传媒业对外开放政策 48

##### 三、2009年互联网视听节目许可制度施行 53

##### 四、《信息网络传播视听节目许可证》申报程序 54

##### 五、2009年《电子出版物出版管理规定》正式实施 57

|                                      |     |
|--------------------------------------|-----|
| 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》 | 69  |
| 七、2010年文化产业振兴规划                      | 73  |
| 八、2011年九部门发布金融支持文化产业振兴发展指导意见         | 74  |
| 九、2011年国家广电总局加强互联网视听节目发展和管理          | 84  |
| 十、2011年十二五国家重点音像电子出版方向确定             | 86  |
| 第三章 中国新媒体行业发展现状分析                    | 88  |
| 第一节 新媒体行业发展概况                        | 88  |
| 一、中国新媒体产业发展情况                        | 88  |
| 二、中国新媒体趋势预测广阔                        | 88  |
| 三、新媒体传播研究热点述评                        | 89  |
| 四、新媒体的发展优势和隐忧                        | 92  |
| 五、中国新媒体广告增长远超传统媒体                    | 95  |
| 第二节 2011-2013年新媒体产业发展情况分析            | 96  |
| 一、2011年新媒体产业发展状况分析                   | 96  |
| 二、2012年新媒体产业发展状况分析                   | 97  |
| 三、2012年中国新媒体发展亮点透析                   | 98  |
| 四、2013年新媒体发展盘点与展望                    | 101 |
| 五、2013年新媒体产业成为传播主渠道                  | 106 |
| 六、2013年新媒体产业商业模式分析                   | 108 |
| 第三节 中国新媒体产业受众及需求分析                   | 111 |
| 一、用户的需求与使用特点发生改变                     | 111 |
| 二、针对需求变化提供新媒体产品                      | 112 |
| 三、需求演变带来媒体角色的新变化                     | 114 |
| 第四节 新媒体新闻事件话语传播价值解读                  | 115 |
| 一、新媒体新闻事件的厘定                         | 115 |
| 二、新媒体新闻事件话语传播价值的四个向度                 | 115 |
| 三、新媒体新闻事件的变异与思考                      | 117 |
| 四、新媒体新闻事件结语                          | 118 |
| 第五节 中国新媒体动漫产业发展分析                    | 118 |
| 一、网络动漫发展分析                           | 118 |
| 二、手机动漫成引擎                            | 123 |
| 第二部分 细分行业分析                          |     |

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 第四章 移动媒体行业发展概况        | 125 |
| 第一节 移动媒体行业发展分析        | 125 |
| 一、移动新媒体的发展概况          | 125 |
| 二、移动新媒体发展的误区          | 133 |
| 三、移动新媒体的发展趋势          | 134 |
| 四、移动新媒体的商业模式创新        | 136 |
| 第二节 移动媒体市场分析          | 138 |
| 一、移动多媒体应用产业发展分析       | 138 |
| 二、移动新媒体成广告市场的重要力量     | 140 |
| 三、移动媒体发展存在的难题         | 142 |
| 第三节 移动媒体行业行业前景调研分析    | 143 |
| 一、移动终端的新媒体投资机遇分析      | 143 |
| 二、移动多媒体的投资机遇分析        | 146 |
| 三、移动媒体发展的趋势           | 146 |
| 第五章 移动电视媒体发展分析        | 148 |
| 第一节 移动电视行业发展总体分析      | 148 |
| 一、2014年移动电视行业发展总体分析   | 148 |
| 二、移动电视开通城市数量增长迅速      | 148 |
| 三、中国移动电视市场格局分析        | 149 |
| 四、2013年移动电视技术步入65纳米时代 | 151 |
| 第二节 移动电视营运分析          | 152 |
| 一、数字移动电视运营模式分析        | 152 |
| 二、移动电视的盈利模式分析         | 155 |
| 三、数字移动电视产业化运营的战略分析    | 156 |
| 第三节 车载电视发展分析          | 159 |
| 一、车载电视成投资新宠           | 159 |
| 二、车载移动电视市场发展现状        | 160 |
| 三、车载移动电视的都市传播功能       | 161 |
| 四、2013中国公交移动电视发展分析    | 165 |
| 第四节 移动电视发展预测          | 166 |
| 一、2014年全球移动电视蕴藏巨大商机   | 166 |
| 二、2014年全球移动电视出货量预测    | 168 |

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 三、2014年全球移动电视市场消费预测     | 169 |
| 第六章 手机媒体及其业务发展分析        | 170 |
| 第一节 手机媒体市场发展分析          | 170 |
| 一、手机媒体的形态与内容分析          | 170 |
| 二、手机媒体的用户与需求分析          | 173 |
| 三、手机媒体的机遇与挑战分析          | 177 |
| 四、手机媒体已成“第五媒体”          | 181 |
| 第二节 手机电视发展分析            | 183 |
| 一、中国手机电视市场初具规模          | 183 |
| 二、2010年中国手机电视终端市场迅速扩张   | 184 |
| 三、2011年中国手机电视新媒体的国家责任   | 186 |
| 四、2011年中国手机电视突破垄断进军国外市场 | 188 |
| 五、2011年中国移动手机电视业务G3正式商用 | 189 |
| 六、2014年中国手机电视市场规模预测     | 190 |
| 七、2014年我国手机电视市场发展趋势透析   | 191 |
| 八、2014年3G手机电视用户预测       | 196 |
| 第三节 手机游戏发展分析            | 197 |
| 一、2012年中国手机游戏行业现状       | 197 |
| 二、2012年度手机游戏市场规模分析      | 199 |
| 三、2013年中国手机游戏用户规模       | 202 |
| 四、2013年手机游戏产业经济营收情况分析   | 203 |
| 五、2013年手机游戏的营销模式机遇      | 204 |
| 六、2013年手机游戏用户调查解析       | 207 |
| 七、2014年中国手机游戏复合增长率预测    | 216 |
| 八、2014年中国手机游戏市场预测       | 217 |
| 第四节 手机短信发展分析            | 219 |
| 一、2012年中国手机短信发送量        | 219 |
| 二、2013年中国手机短信发送量        | 220 |
| 三、2014年全球短信业务收入预测       | 221 |
| 第五节 手机广告发展分析            | 222 |
| 一、3G时代中国手机广告发展形势        | 222 |
| 二、手机广告市场发展路径特点分析        | 224 |

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 三、我国手机广告发展存在的问题及对策          | 228 |
| 四、2013年手机广告市场规模预测           | 230 |
| 五、手机广告市场前景看好                | 231 |
| 第七章 中国IPTV产业发展分析            | 233 |
| 第一节 中国IPTV市场发展分析            | 233 |
| 一、我国IPTV趋势预测分析              | 233 |
| 二、影响IPTV发展因素                | 233 |
| 三、IPTV应突破传统定价模式             | 235 |
| 四、中国IPTV市场上演激烈竞争            | 236 |
| 第二节 2012-2014年IPTV市场分析及预测   | 242 |
| 一、中国IPTV市场运营商、系统厂商竞争格局      | 242 |
| 二、2012年影响IPTV的九大事件          | 247 |
| 三、2012年中国IPTV市场回顾与展望        | 250 |
| 四、2013年全球及亚洲IPTV发展分析        | 251 |
| 五、2014年IPTV用户数量增长情况预测       | 253 |
| 六、中国IPTV市场发展面临的问题           | 254 |
| 七、中国IPTV市场涌现的五种商业模式         | 255 |
| 八、“三网合一”背景下的IPTV产业研究        | 260 |
| 第三节 未来数字电视与IPTV市场竞争分析       | 264 |
| 一、未来数字电视与IPTV市场竞争总述         | 264 |
| 二、IPTV与数字电视的异同              | 267 |
| 三、数字电视与IPTV市场目标客户分析         | 268 |
| 四、数字电视与IPTV市场业务内容分析         | 268 |
| 五、数字电视与IPTV市场运营系统分析         | 269 |
| 六、其他影响IPTV和数字电视竞争的因素        | 270 |
| 第四节 IPTV发展趋势分析              | 271 |
| 一、2015-2020年IPTV技术发展趋势      | 271 |
| 二、2015-2020年IPTV行业发展情况预测及策略 | 279 |
| 第八章 其它网络媒体及其业务发展分析          | 284 |
| 第一节 网络视频                    | 284 |
| 一、网络视频发展概况                  | 284 |
| 二、网络视频业助推影视剧产业发展            | 287 |

- 三、网络视频业发展面临的问题 288
- 四、网络视频良性发展分析 288
- 五、2014年网络视频业发展预测 290
- 第二节 网络博客 292
  - 一、中国博客规模发展情况 292
  - 二、2013年中国轻博客发展分析 293
  - 三、中文微型博客的发展现状及对策 294
  - 四、博客发展趋势分析 297
  - 五、未来博客发展方向分析 300
- 第三节 网络游戏 302
  - 一、2011年中国网络游戏市场发展数据分析 302
  - 二、2012年中国网络游戏市场规模 308
  - 三、2012年中国网络游戏行业盘点 314
  - 四、2013年中国网游市场收入分析 322
  - 五、中国网络游戏市场存在的主要问题 323
  - 六、中国网络游戏业发展的五大走势 324
- 第四节 网络广告 326
  - 一、网络广告的发展研究综述 326
  - 二、2012年中国网络广告行业发展分析 336
  - 三、2012年中国网络广告市场竞争分析 340
  - 四、2013年我国网络广告市场规模情况 343
  - 五、2013年我国网络广告市场盘点 344
  - 六、2014年中国网络广告市场规模预测 349
- 第三部分 行业竞争格局
- 第九章 新媒体竞争格局分析 351
  - 第一节 传统媒体与新媒体的竞争与发展 351
    - 一、新媒体与传统媒体竞争分析 351
    - 二、传统媒体与新兴媒体的竞争格局 352
    - 三、中国新媒体与传统媒体竞争发展 355
  - 第二节 新媒体竞争现状分析 357
    - 一、国内新媒体竞争进入2.0时代 357
    - 二、新媒体同质化竞争加速行业洗牌 358



|                      |     |
|----------------------|-----|
| 三、渠道型新媒体混乱的圈地竞争      | 360 |
| 四、外资角逐我国新媒体市场        | 363 |
| 第三节 新媒体竞争策略分析        | 364 |
| 一、三网融合背景下新媒体的竞争策略    | 364 |
| 二、提高新媒体核心竞争力策略       | 366 |
| 第十章 新媒体行业领先企业分析      | 367 |
| 第一节 北京歌华有线电视网络股份有限公司 | 367 |
| 一、公司概况               | 367 |
| 二、2013年企业经营情况分析      | 368 |
| 三、2014年企业经营情况分析      | 370 |
| 四、2013-2014年企业财务数据分析 | 370 |
| 第二节 上海东方明珠（集团）股份有限公司 | 375 |
| 一、公司概况               | 375 |
| 二、2013年企业经营情况分析      | 376 |
| 三、2014年企业经营情况分析      | 380 |
| 四、2013-2014年企业财务数据分析 | 380 |
| 第三节 成都博瑞传播股份有限公司     | 385 |
| 一、公司概况               | 385 |
| 二、2013年企业经营情况分析      | 386 |
| 三、2014年企业经营情况分析      | 388 |
| 四、2013-2014年企业财务数据分析 | 389 |
| 第四节 上海新华传媒股份有限公司     | 393 |
| 一、公司概况               | 393 |
| 二、2013年企业经营情况分析      | 394 |
| 三、2014年企业经营情况分析      | 396 |
| 四、2013-2014年企业财务数据分析 | 396 |
| 第五节 湖南电广传媒股份有限公司     | 401 |
| 一、公司概况               | 401 |
| 二、2013年企业经营情况分析      | 402 |
| 三、2014年企业经营情况分析      | 406 |
| 四、2013-2014年企业财务数据分析 | 408 |
| 第六节 中视传媒股份有限公司       | 413 |

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| 一、公司概况                      | 413 |
| 二、2013年企业经营情况分析             | 414 |
| 三、2014年企业经营情况分析             | 416 |
| 四、2013-2014年企业财务数据分析        | 416 |
| 第七节 陕西广电网络传媒股份有限公司          | 421 |
| 一、公司概况                      | 421 |
| 二、2013年企业经营情况分析             | 423 |
| 三、2014年企业经营情况分析             | 424 |
| 四、2013-2014年企业财务数据分析        | 424 |
| 第四部分 发展趋势及策略                |     |
| 第十一章 2015-2020年新媒体行业投资及发展趋势 | 430 |
| 第一节 新媒体行业投资分析               | 430 |
| 一、新媒体的盈利方式分析                | 430 |
| 二、理性投资新媒体行业                 | 431 |
| 三、投资业看好新媒体概念                | 433 |
| 第二节 2014年新媒体行业发展趋势          | 434 |
| 一、2014年中国新媒体产业十大趋势          | 434 |
| 二、2014年中国新媒体市场发展预测          | 436 |
| 四、2014年中国新媒体市场规模预测          | 437 |
| 第三节 中国电视与网络新媒体融合发展          | 441 |
| 一、电视与新媒体的融合                 | 441 |
| 二、市场竞争及优势互补融合               | 446 |
| 第四节 中国报业必将转型为新媒体机构          | 447 |
| 一、传媒环境的变化                   | 448 |
| 二、未来的传媒格局                   | 452 |
| 三、新媒体环境下的报业发展               | 455 |
| 四、转型之路——“化被动为主动”            | 457 |
| 第十二章 2015-2020年新媒体行业投资策略    | 459 |
| 第一节 新媒体发展模式及策略分析            | 459 |
| 一、新媒体动漫营销的新模式               | 459 |
| 二、户外新媒体的价值创新路径              | 461 |
| 三、户外新媒体的投资策略                | 463 |

四、广播电视新媒体的投资策略 464

五、新媒体整合营销传播策略 465

第二节 传统电视的新媒体投资策略 468

一、新媒体对传统电视的影响 468

二、传统电视的新媒体投资策略 471

第三节 英国第四频道新媒体品牌运营策略 474

一、全方位多渠道拓展品牌内涵 474

二、建立新旧媒体融合统一的品牌形象 474

三、实现传统电视节目内容的传播增值 474

四、提升新媒体形态下的品牌核心竞争力 475

五、在互动中提升品牌影响力 475

图表目录：

图表：新媒体的经济学特性 3

图表：2013-2014年美国GDP季度环比增长率 14

图表：2009-2014年美国消费信贷指数 15

图表：2009-2014年美国GDP、消费、投资和出口折年率季度同比增长 15

图表：2013年美国产能利用率对比 16

图表：08年12月-2013年12月美国月度失业率情况 16

图表：1996-2013年欧盟16国GDP季度同比增长率 17

图表：1996-2013年欧盟16国失业率 18

图表：1996-2012年欧洲16国商品与服务季度出口额 18

图表：2013-2014年欧元区零售同比增长情况 21

图表：2006-2013年我国季度GDP增长率 24

图表：2009-2014年我国三产业增加值季度增长率 25

图表：2009-2014年我国CPI、PPI运行趋势 26

图表：2009-2014年进出口走势图 27

图表：2009-2014年固定资产投资走势图 28

图表：2013年我国各地区城镇固定资产投资累计同比增长率 28

图表：2009-2014年我国中央与地方投资累计同比增长率 29

图表：2009-2014年我国社会消费品零售总额走势图 30

图表：2013-2014年我国消费者信心指数走势图 30

图表：2009-2014年我国工业增加值走势图 31

图表：2009-2014年我国货币供应量 32

图表：2009-2014年我国存贷款同比增速走势图 33

图表：2009-2014年我国月度新增贷款量 33

图表：2009-2014年我国外汇储备及美国国债量 34

图表：传统媒体与新媒体收益与成本分析 126

图表：2006-2013年中国手机市场规模及预测 184

图表：2009-2013年中国手机电视用户规模与增长 190

图表：2009 - 2013年中国手机电视业务市场规模增长及预测 190

图表：2006-2013年中国手机游戏行业总体市场规模 200

图表：2006-2013年中国移动手机游戏总体信息费收入 201

图表：2007-2014年中国手机游戏市场规模及增长率 201

图表：2013年中国手机游戏用户年龄分布 208

图表：2013年中国手机游戏用户地区（省份）分布 209

图表：2013年中国手机游戏用户收入分布 210

图表：2013年中国手机游戏用户受教育程度分布 210

图表：2013年中国手机游戏用户包月流量情况分布 211

图表：2013年中国手机游戏用户流失原因分布 212

图表：2013年中国手机游戏用户上网流量花费情况分布 212

图表：2013年中国手机游戏用户参与手机游戏的地点情况分布 213

图表：2013年中国单机手机游戏用户平均下载量分布 214

图表：2011-2014年中国手机游戏用户规模预测 217

图表：2011-2014年中国手机游戏市场规模预测 218

图表：广电运营商的SWOT分析 237

图表：电信运营商的SWOT分析 238

图表：IPTV领域广电和电信的博弈矩阵 239

图表：运营商的SWOT分析 243

图表：IPTV领域广电和电信的博弈矩阵 246

图表：2005-2013年中国IPTV用户数 250

图表：2011年亚洲地区IPTV发展的状况 252

图表：IPTV 五种商业模式基本情况对比 260

图表：2013-2014中国网络视频市场规模 286

图表：2006年1季度-2013年4季度中国网络游戏市场规模 302

图表：2006年4季度-2013年4季度中国网络游戏市场集中度 303

图表：2013年4季度中国网络游戏市场细分份额 303

图表：2013年4季度中国各网络游戏类型比例 303

图表：2013年4季度中国网络游戏产地分布 304

图表：2013年4季度中国网络游戏收费模式占比 304

图表：2013年4季度网络游戏运营商市场规模份额TOP10 305

图表：2013年4季度中国网络游戏运营商市场规模TOP15 305

图表：2013-2014年中国网页游戏用户付费率 308

图表：2009年Q3与2014年Q3中国网络游戏市场季度收入规模对比 309

图表：2009年Q3-2014年Q3中国网络游戏市场收入规模 310

图表：2014年Q3网络游戏运营商市场规模份额TOP10 311

图表：2009年Q3-2014年Q3中国网络游戏市场收入规模 311

图表：2014年Q3网络游戏运营商市场规模份额TOP10 312

图表：2009-2014年3季度中国网游市场规模 312

图表：2005-2014年中国网络广告市场规模 337

图表：2010年中国GDP企业景气指数及品牌网络广告主数量变化趋势 338

图表：2005-2014年中国品牌网络广告细分形式结构趋势预测 339

图表：2013年中国网络广告市场核心媒体市场份额 340

图表：2005-2013年中国网络广告市场核心媒体网络广告营收规模变化趋势 341

图表：2013年中国网络广告市场核心媒体网络广告营收规模 343

图表：2011-2014年中国网络广告市场规模预测 349

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司主营构成表 370

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司流动资产表 370

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司长期投资表 371

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司固定资产表 371

图表：2013-2014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 371

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司流动负债表 371

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司长期负债表 372

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司股东权益表 372

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司主营业务收入表 372

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司主营业务利润表 372

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司营业利润表 373

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司利润总额表 373

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司净利润表 373

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司每股指标表 373

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司获利能力表 373

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司经营能力表 374

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司偿债能力表 374

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司资本结构表 374

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司发展能力表 374

图表：2013-2014年北京歌华有线电视网络股份有限公司现金流量分析表 375

图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司主营构成表 380

图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司流动资产表 381

图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司长期投资表 381

图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司固定资产表 381

图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司无形及其他资产表 381

图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司流动负债表 381

图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司长期负债表 382

图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司股东权益表 382

图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司主营业务收入表 382

图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司主营业务利润表 383

图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司营业利润表 383

图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司利润总额表 383

图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司净利润表 383

图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司每股指标表 383

图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司获利能力表 384

图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司经营能力表 384

图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司偿债能力表 384

图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司资本结构表 384

图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司发展能力表 385

图表：2013-2014年上海东方明珠（集团）股份有限公司现金流量分析表 385

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司主营构成表 389

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司流动资产表 389

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司长期投资表 389

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司固定资产表 389

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司无形及其他资产表 390

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司流动负债表 390

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司长期负债表 390

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司股东权益表 390

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司主营业务收入表 391

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司主营业务利润表 391

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司营业利润表 391

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司利润总额表 391

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司净利润表 391

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司每股指标表 392

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司获利能力表 392

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司经营能力表 392

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司偿债能力表 392

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司资本结构表 393

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司发展能力表 393

图表：2013-2014年成都博瑞传播股份有限公司现金流量分析表 393

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司主营构成表 396

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司流动资产表 397

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司长期投资表 397

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司固定资产表 397

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司无形及其他资产表 398

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司流动负债表 398

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司长期负债表 398

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司股东权益表 398

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司主营业务收入表 399

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司主营业务利润表 399

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司营业利润表 399

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司利润总额表 399

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司净利润表 399

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司每股指标表 400

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司获利能力表 400

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司经营能力表 400

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司偿债能力表 400

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司资本结构表 401

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司发展能力表 401

图表：2013-2014年上海新华传媒股份有限公司现金流量分析表 401

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司主营构成表 408

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司流动资产表 408

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司长期投资表 408

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司固定资产表 408

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司无形及其他资产表 409

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司流动负债表 409

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司长期负债表 409

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司股东权益表 410

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司主营业务收入表 410

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司主营业务利润表 410

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司营业利润表 410

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司利润总额表 410

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司净利润表 411

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司每股指标表 411

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司获利能力表 411

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司经营能力表 411

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司偿债能力表 412

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司资本结构表 412

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司发展能力表 412

图表：2013-2014年湖南电广传媒股份有限公司现金流量分析表 412

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司主营构成表 416

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司流动资产表 416

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司长期投资表 417

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司固定资产表 417

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司无形及其他资产表 417

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司流动负债表 417

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司长期负债表 418



图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司股东权益表 418

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司主营业务收入表 418

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司主营业务利润表 418

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司营业利润表 418

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司利润总额表 419

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司净利润表 419

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司每股指标表 419

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司获利能力表 419

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司经营能力表 420

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司偿债能力表 420

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司资本结构表 420

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司发展能力表 420

图表：2013-2014年中视传媒股份有限公司现金流量分析表 421

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司主营构成表 424

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司流动资产表 425

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司长期投资表 425

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司固定资产表 425

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司无形及其他资产表 426

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司流动负债表 426

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司长期负债表 426

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司股东权益表 426

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司主营业务收入表 427

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司主营业务利润表 427

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司营业利润表 427

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司利润总额表 427

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司净利润表 427

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司每股指标表 428

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司获利能力表 428

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司经营能力表 428

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司偿债能力表 428

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司资本结构表 429

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司发展能力表 429

图表：2013-2014年陕西广电网络传媒股份有限公司现金流量分析表 429

图表：受访者关注奥运会的主要渠道 443

图表：受访者上央视看网络视频的频率 444

图表：受访者希望用来收看电视节目的方式 444

图表：受访者认为电视与新媒体之间的未来格局 444

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1502/943827A6SN.html>