

# 2017-2022年中国传媒行业 发展模式分析及投资规划建议研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

## 报告报价

《2017-2022年中国传媒行业发展模式分析及投资规划建议研究报告》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/report/P743800C2T.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2017-03-14

【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《2017-2022年中国传媒行业发展模式分析及投资规划建设研究报告》介绍了传媒行业相关概述、中国传媒产业运行环境、分析了中国传媒行业的现状、中国传媒行业竞争格局、对中国传媒行业做了重点企业经营状况分析及中国传媒产业发展前景与投资预测。您若想对传媒产业有个系统的了解或者想投资传媒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第1章 国内外传媒产业发展现状及趋势分析	1.1 全球传媒产业发展现状分析	1.1.1
全球报纸产业发展分析	1.1.2 全球电影产业发展分析	1.1.3 全球移动互联网发展分析
1.1.4 全球电子商务发展分析	1.1.5 全球广告产业发展分析	1.2 美国传媒产业发展状况
1.2.1 美国传媒产业总体概况	1.2.2 美国传统媒体产业发展状况	1.2.3 美国新媒体产业发展状况
1.3 英国传媒产业发展状况	1.3.1 英国传媒产业总体概况	1.3.2 英国传统媒体产业发展状况
1.3.3 英国新媒体产业发展状况	1.4 日本传媒产业发展状况	1.4.1 日本传媒产业总体概况
1.4.2 日本传统媒体产业发展状况	1.4.3 日本新媒体产业发展状况	(1) 因特网用户数量以及普及率
(2) 手机市场发展情况	(3) 社会化媒体	1.5 全球传媒产业发展趋势分析
1.5.1 电影	1.5.2 有线电视	1.5.3 数字杂志和报纸
1.5.4 电子书	1.5.5 游戏	1.6 国内传媒产业发展现状及趋势分析
1.6.1 产业总产值及增长情况	1.6.2 细分市场规模及增长情况	1.6.3 传媒产业市场结构
1.6.4 传媒产业形态表现	1.6.5 国内传媒产业发展趋势分析	第2章 传统媒体产业发展现状及趋势分析
2.1 报纸产业发展现状及趋势分析	2.1.1 报纸产业发展规模分析	(1) 报纸产业总体规模
(2) 报纸出版发行规模	(3) 报纸广告规模分析	2.1.2 报纸发行市场竞争分析
(1) 报纸发行市场概况	(2) 都市类报纸区域竞争格局分析	(3) 其他类别报纸市场调研
2.1.3 报纸广告市场运行分析	(1) 报纸广告市场概况	(2) 报纸广告市场结构分析
2.1.4 报纸产业发展趋势分析	(1) 传媒环境变化对报业的影响	(2) 报纸产业发展趋势分析
2.2 图书产业发展现状及趋势分析	2.2.1 图书产业发展概况	(1) 图书出版总量
(2) 图书出版政策解析	2.2.2 图书产业发展规模	(1) 出版社数量
(2) 产业销售收入	(3) 从业人员数量	(4) 出版物发行网点
(5) 图书进出口分析	(6) 版权引进输出情况	2.2.3 图书产业发展特征
(1) 图书产业经营效益	(2) 图书产业	

区域特征 (3) 图书出版行业竞争格局 2.2.4 图书出版行业发展趋势

(1) 电子图书与传统图书并融 (2) 图书成为奢侈品是趋势 2.3 期刊产业发展现状  
 及趋势分析 2.3.1 期刊产业发展规模 (1) 期刊出版规模 (2) 期刊  
 刊类群结构 (3) 期刊销售和广告规模 2.3.2 期刊发行市场竞争格局

(1) 期刊市场概况 (2) 时尚类期刊竞争格局 (3) 汽车类期刊竞争格局  
 (4) 财经类期刊竞争格局 (5) 家居类期刊竞争格局分析 2.3.3 期刊  
 产业发展趋势分析 2.4 广播音像产业发展现状及趋势分析 2.4.1 广播产业发展现状  
 及趋势分析 (1) 广播产业发展规模 (2) 广播产业受众市场调研  
 (3) 广播广告经营分析 (4) 广播产业发展特点 (5) 广播收听市场调研  
 (6) 广播市场竞争格局分析 (7) 广播产业发展趋势分析 2.4.2 音像  
 产业发展现状及趋势分析 (1) 音像产业发展规模 (2) 不同类别音像载体  
 出版情况 2.5 电视产业发展现状及趋势分析 2.5.1 电视产业发展规模分析

(1) 电视产业基础 (2) 电视节目时长 (3) 电视产业规模 2.5.2 电  
 视市场收视特征分析 (1) 收视量的变化趋势 (2) 收视量的观众特征  
 (3) 收视量的频道分布 (4) 收视量的时段分布 (5) 收视量的周天特  
 征 2.5.3 电视市场竞争趋势分析 (1) 整体竞争格局 (2) 频道竞争  
 力差异 (3) 受众市场竞争表现 2.5.4 电视节目类型和收视特点调查  
 (1) 各类型节目收视份额 (2) 各类型节目收视特点 (3) 电视收视竞争特  
 点总结 2.5.5 电视产业发展趋势分析 (1) 3D电视需求旺盛 (2) 电  
 视新媒体发展步伐加快 2.6 电影产业发展现状及趋势分析 2.6.1 电影产业发展规模  
 分析 (1) 电影院线规模 (2) 电影产量规模 (3) 电影观众规模  
 (4) 电影票房收入 (5) 电影海外销售 2.6.2 电影产业竞争格局分析  
 (1) 区域竞争格局 (2) 影片竞争格局 (3) 国产与进口电影竞争  
 格局 2.6.3 电影产业发展趋势与前景 (1) 电影产业发展趋势分析  
 (2) 电影产业趋势预测分析

第3章 新媒体产业发展现状及趋势分析 3.1 数字媒  
 体产业发展现状及趋势分析 3.1.1 数字报纸发展分析 (1) 数字报纸概念  
 (2) 数字报纸价值分析 (3) 数字报纸市场优劣势分析 (4) 数字报纸  
 市场发展规模 (5) 数字报纸市场发展趋势 (6) 数字报纸市场趋势预测  
 3.1.2 数字图书发展分析 (1) 数字图书概念简介 (2) 数字图书技术  
 分析 (3) 数字图书应用模式 (4) 数字图书市场规模 (5) 数字图  
 书市场结构 (6) 数字图书趋势分析 3.1.3 数字期刊发展分析 (1)  
 数字期刊发展现状分析 (2) 纸质期刊的数字化转型分析 (3) 数字期刊趋

势预测分析	3.1.4 数字广播/音像发展分析	(1) 数字广播/音像发展现状分析
	(2) 数字广播/音像发展趋势分析	3.1.5 数字电视发展分析
数字电视用户规模	(2) 数字电视市场结构	(1) 数字电视发展趋势分析
3.1.6 数字电影发展分析	(1) 3D电影发展规模	(2) 3D电影盈利能力
	(3) 3D电影发展契机	(4) 3D电影趋势预测
及趋势分析	3.2 网络媒体产业发展现状	3.2 网络媒体产业发展现状
	3.2.1 网络媒体产业发展分析	(1) 网络媒体产业基本状况
	(2) 网络媒体产业细分市场情况	3.2.2 网络媒体产业发展趋势分析
网络媒体产业主要变化分析	(2) 网络媒体产业发展趋势分析	(1) 网络媒体产业发展趋势分析
发展现状及趋势分析	3.3 移动媒体产业发展现状	3.3 移动媒体产业发展现状
	3.3.1 移动媒体产业发展概况	(1) 移动媒体市场规模
	(2) 移动媒体市场结构	3.3.2 移动媒体产品与服务发展情况
动通信的发展	(2) 移动搜索的发展	(1) 移动通信的发展
动视频的发展	(3) 移动微博的发展	(2) 移动搜索的发展
动媒体发展趋势分析	(4) 移动游戏的发展	(3) 移动微博的发展
	(5) 移动游戏的发展	(4) 移动搜索的发展
代结束	(6) 移动购物的发展	(5) 移动游戏的发展
3.4 新媒体与传统媒体融合及全媒体发展分析	(1) 移动视频媒体潜力巨大	(6) 移动购物的发展
	(2) 户外新媒体资本时代结束	3.3.3 移动媒体发展趋势分析
合发展分析	3.4 新媒体与传统媒体融合及全媒体发展分析	(1) 移动视频媒体潜力巨大
与新媒体融合的几种方式	(1) 新媒体与传统媒体融合的必然性分析	(2) 户外新媒体资本时代结束
) 传统媒体与新媒体融合发展趋势分析	(2) 美国传统媒体与新媒体融合的几种方式	3.4.1 新媒体与传统媒体的融合发展分析
念解析	(3) 电视媒体与网络媒体融合发展现状分析	(1) 新媒体与传统媒体融合的必然性分析
体战略的关键点	(4) 传统媒体与新媒体融合发展趋势分析	(2) 美国传统媒体与新媒体融合的几种方式
	3.4.2 全媒体发展分析	(3) 电视媒体与网络媒体融合发展现状分析
(1) 数字视频新媒体拥有广阔的趋势预测和空间	(1) 全媒体概念解析	(4) 传统媒体与新媒体融合发展趋势分析
物理变化” 趋向“ 化学变化”	(2) 传统媒体选择全媒体战略的现实基础	3.4.3 全媒体发展趋势分析
	(3) 传统媒体实施全媒体战略的关键点	(1) 数字视频新媒体拥有广阔的趋势预测和空间
第4章 中国传媒产业领先企业经营分析	(4) 全媒体战略风险分析	(2) 媒介融合由浅入深，从“物理变化” 趋向“ 化学变化”
4.1 传统媒体产业领先企业经营分析	3.4.3 全媒体发展趋势分析	(3) 媒介形态、终端及其生产更加专业、细分
4.1.1 北青传媒股份有限公司经营情况分析	(1) 全媒体概念解析	第4章 中国传媒产业领先企业经营分析
企业主营业务分析	(2) 传统媒体选择全媒体战略的现实基础	4.1 传统媒体产业领先企业经营分析
2) 企业盈利能力分析	(3) 传统媒体实施全媒体战略的关键点	4.1.1 北青传媒股份有限公司经营情况分析
5) 企业发展能力分析	(4) 全媒体战略风险分析	(1) 企业发展规模分析
	3.4.3 全媒体发展趋势分析	(2) 企业发展规模分析
	(1) 数字视频新媒体拥有广阔的趋势预测和空间	(3) 企业运营情况分析
	物理变化” 趋向“ 化学变化”	1) 企业主要经济指标分析
		2) 企业盈利能力分析
		3) 企业运营能力分析
		4) 企业偿债能力分析
		5) 企业发展能力分析
		(4) 企业经营优劣势分析
		(5) 企业投资前景分析
		(6) 企业最新发展动向
		4.1.2 华闻传媒投资集团股份有限公司经营情况分析
		(1) 企业发展规模分析
		(2) 企业主营业务分析
		(3) 企业运营情况分析
		1) 企业主要经济指标分析
		2) 企业盈利能力分析
		3) 企业运营能力分析
		4) 企业偿债能力分析
		5) 企业发展能力分析
		(4) 企业经营优劣势分析
		(5) 企业投资前景分析
		(6) 企业投资兼并与重组分析
		(7) 企业最新发展动向
		4.1.3 广东广州日报传媒股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展规模分析	(2) 企业主营业务分析	(3) 企业运营情况分析
1) 企业主要经济指标分析	2) 企业盈利能力分析	3) 企业运营能力分析
4) 企业偿债能力分析	5) 企业发展能力分析	(4) 企业经营优劣势分析
(5) 企业投资前景分析	(6) 企业投资兼并与重组	
(7) 企业最新发展动向	4.1.4 上海新华传媒股份有限公司经营情况分析	
(1) 企业发展规模分析	(2) 企业主营业务分析	(3) 企业运营情况分析
1) 企业主要经济指标分析	2) 企业盈利能力分析	3) 企业运营能力分析
4) 企业偿债能力分析	5) 企业发展能力分析	(4) 企业经营优劣势分析
(5) 企业投资前景分析	(6) 企业最新发展动向	4.1.5 北方联合出版传媒(集团)股份有限公司经营情况分析
(1) 企业发展规模分析	(2) 企业主营业务分析	(3) 企业运营情况分析
1) 企业主要经济指标分析	2) 企业盈利能力分析	3) 企业运营能力分析
4) 企业偿债能力分析	5) 企业发展能力分析	(4) 企业经营优劣势分析
(5) 企业投资前景分析	(6) 企业最新发展动向	4.1.6 时代出版传媒股份有限公司经营情况分析
(1) 企业发展规模分析	(2) 企业主营业务分析	(3) 企业运营情况分析
1) 企业主要经济指标分析	2) 企业盈利能力分析	3) 企业运营能力分析
4) 企业偿债能力分析	5) 企业发展能力分析	(4) 企业经营优劣势分析
(5) 企业投资前景分析	(6) 企业最新发展动向	4.2 新媒体产业领先企业经营分析
4.2.1 华视传媒集团有限公司经营情况分析	(1) 企业发展规模分析	(2) 企业主营业务分析
(3) 企业运营情况分析	1) 主要经济指标分析	2) 企业盈利能力分析
3) 企业运营能力分析	4) 企业偿债能力分析	5) 企业发展能力分析
(4) 企业经营优劣势分析	(5) 企业投资前景分析	(6) 企业最新发展动向
4.2.2 上海东方明珠(集团)股份有限公司经营情况分析	(1) 企业发展规模分析	(2) 企业主营业务分析
(3) 企业运营情况分析	1) 主要经济指标分析	2) 企业盈利能力分析
3) 企业运营能力分析	4) 企业偿债能力分析	5) 企业发展能力分析
(4) 企业经营优劣势分析	(5) 企业投资前景分析	(6) 企业最新发展动向
4.2.3 TOM集团有限公司经营情况分析	(1) 企业发展规模分析	(2) 企业主营业务分析
(3) 企业运营情况分析	1) 主要经济指标分析	2) 企业盈利能力分析
3) 企业运营能力分析	4) 企业偿债能力分析	5) 企业发展能力分析
(4) 企业经营优劣势分析	(5) 企业投资前景分析	(6) 企业最新发展动向
4.2.4 分众传媒控股		

有限公司经营情况分析	(1) 企业发展规模分析	(2) 企业主营业务分析
(3) 企业运营情况分析	1) 利润分析	2) 资产负债分析
现金流量分析	4) 主要指标分析	(4) 企业经营优劣势分析
企业投资前景分析	4.2.5 北京航美传媒广告有限公司经营情况分析	(1) 企业发展规模分析
企业运营情况分析	(2) 企业主营业务分析	(3) 企业运营情况分析
主要经济指标分析	2) 企业盈利能力分析	3) 企业运营能力分析
企业偿债能力分析	5) 企业发展能力分析	(4) 企业经营优劣势分析
(5) 企业投资前景分析	(6) 企业最新发展动向	4.2.6 北京搜狐互联网信息服务有限公司经营情况分析
(1) 企业发展规模分析	(2) 企业主营业务分析	(3) 企业运营情况分析
1) 主要经济指标分析	2) 企业盈利能力分析	3) 企业运营能力分析
4) 企业偿债能力分析	5) 企业发展能力分析	(4) 企业经营优劣势分析
(5) 企业投资前景分析	4.2.7 腾讯控股有限公司经营情况分析	(1) 企业发展规模分析
(2) 企业主营业务分析	(3) 企业运营情况分析	1) 主要经济指标分析
2) 企业盈利能力分析	3) 企业运营能力分析	4) 企业偿债能力分析
3) 企业运营能力分析	4) 企业经营优劣势分析	(5) 企业投资前景分析
(4) 企业经营优劣势分析	(5) 企业投资前景分析	(6) 企业最新发展动向
4.2.8 合一集团	(1) 企业发展规模分析	(2) 企业主营业务分析
(3) 企业运营情况分析	1) 主要经济指标分析	2) 企业盈利能力分析
3) 企业运营能力分析	4) 企业偿债能力分析	3) 企业运营能力分析
(4) 企业经营优劣势分析	(5) 企业投资前景分析	4) 企业偿债能力分析
(5) 企业投资前景分析		5) 企业发展能力分析
第5章 传媒产业十三五投资机会与建议	5.1 传媒产业进入壁垒分析	5.2 传媒产业投资环境变化
5.2.1 信贷环境变化	(1) 存款准备金率变化	(2) 利率变化
(3) 新增信贷变化	5.2.2 金融支持政策	5.2.3 传媒新股投融资概况
5.2.4 传媒企业上市潮解读	5.3 传媒产业投资机会分析	5.3.1 影视产业仍存投资机会
5.3.2 新媒体面临发展机遇	5.3.3 整合与数字化利好出版业	5.4 传媒产业投资建议
5.4.1 继续发展影视业	5.4.2 争当动漫行业领导者	5.4.3 加大数字化出版投入
5.4.4 适当加大广告投入		

图表目录  
 图表1：全球报纸出版市场结构与GDP增长对比（单位：百万美元，%）  
 图表2：2016年全球电影票房TOP20（单位：亿美元）  
 图表3：2016年中国电影票房TOP20（单位：亿元）  
 图表4：全球高速无线网络设备产值（单位：亿美元）  
 图表5：2008-2016年全球移动社交网络用户规模（单位：亿户，%）  
 图表6：2008年以来全球网络广告市场规模（单位：亿美元，%）  
 图表7：2008年以来美国报纸广告收入（单位：百万美元）  
 图表8：近年美国总体图书销售收入（单位：百万美元，%）  
 图表9

：美国18岁以上成人每天在不同媒体类型上所花费的时间（单位：分钟）图表10：美国不同媒体类型的覆盖比例（单位：%）图表11：2001年以来美国广播收入（单位：百万美元）图表12：2002年以来美国互联网家庭用户比率（单位：%）图表13：美国智能手机用户与普通手机用户使用行为比较（单位：%）图表14：2000年以来英国传媒产业规模变化情况（单位：亿英镑）图表15：英国消费者平均每人每天使用信息传播服务的时间对比（单位：分钟/人·天）图表16：2004年以来英国家庭在传播服务方面的月平均支出（单位：英镑/月，%）图表17：2006年以来英国广播产业收入分布图（单位：百万英镑）图表18：2007年以来英国音像产业收入情况（单位：亿英镑）图表19：2005年以来英国报纸与杂志的广告收入比较（单位：亿英镑）图表20：信息传播产品在英国达到50%普及率的用时情况（单位：年）图表21：2005年以来英国广告收入的行业分布情况（单位：千英镑）图表22：2005年以来英国电信产业总体情况（单位：亿英镑）图表23：2005年以来英国电信产业收入情况（移动与固定线路板块）（单位：亿英镑）图表24：2005年以来英国宽带与窄带互联网接入收入情况对比（单位：亿英镑）图表25：2002年以来日本报纸总销售额细目（单位：亿日元）图表26：2002年以来日本报纸发行量与平均每户订阅报纸分数（单位：万份）图表27：2002年以来日本书籍和杂志出版销售额（单位：亿日元）图表28：2002年以来日本电子书市场规模（单位：亿日元）图表29：2002年以来日本地面电视单位市场规模（单位：亿日元）图表30：2009-2016年日本电影观影人次情况（单位：亿人次，%）图表31：2010-2016年日本人均观影次数（单位：次/人/年）图表32：2009-2016年日本电影票房收入情况（单位：亿日元，%）图表33：2016年日本电影票房排行榜（单位：亿日元）图表34：2000年以来日本音像产品销售额（单位：亿日元）图表35：2005年以来日本音乐产品销售额（单位：亿日元）图表36：2005年以来日本各媒体广告费（单位：亿日元）图表37：2002年以来日本因特网用户数量以及人口普及率（单位：万人，%）图表38：2003年以来日本有关手机内容信息市场（单位：亿日元）图表39：日本各种网络服务的认知度TOP10（单位：%）图表40：2009年以来中国传媒产业总产值及增长率（单位：亿元，%）图表41：中国传媒产业分行业产值增长率（单位：%）图表42：中国传媒产业各行业市场结构（单位：亿元，%）图表43：2007年以来中国传媒产业形态主要表现（单位：种，家，万户，万个，万人）图表44：国内传媒产业发展趋势图表45：2005年以来中国报纸发行收入及同比增长率（单位：亿元，%）图表46：2005年以来中国报纸出版种数变化（单位：种，%）图表47：中国报纸总印张数比例结构（单位：%）图表48：2005年以来中国报纸总印数变化（单位：亿份，%）图表49：中国报纸总印数比例结构（单位：%）图表50：世界日报发行量前100名中的中国报纸图表51：2008年以来中国报纸广告经营额及增长情况（单位：亿元，%）图表52：报纸主要行业广告增长情况（单位：万元，%）图表53：全国各类报纸零售市场份额（单位：万份，%）图表54：中国各类报纸各类城市覆盖率、实销率对比（单位



:%) 图表55:天津综合类日报零售市场份额对比(单位:%) 图表56:上海综合类日报零售市场份额对比(单位:%) 图表57:南京综合类日报零售市场份额对比(单位:%) 图表58:近两年杭州综合类报纸整体平均销量对比(单位:%) 图表59:深圳综合类日报零售市场份额对比(单位:%) 图表60:武汉综合类日报零售市场份额对比(单位:%) 图表61:郑州综合类日报零售市场份额对比(单位:%) 图表62:重庆综合类日报零售市场份额对比(单位:%) 图表63:成都综合类日报零售市场份额对比(单位:%) 图表64:政类报纸覆盖率(单位:%) 图表65:生活服务类报纸销量、实销率和覆盖率变化情况(单位:%) 图表66:近年来中国报纸广告月度趋势(单位:万元,%) 图表67:报纸主要行业广告增长情况(单位:万元,%) 图表68:近年来房地产行业广告变动趋势(单位:万元,%) 图表69:近年来报纸商业零售业报纸广告变动趋势(单位:万元,%) 图表70:全国图书出版总量规模(单位:万种,亿册/张,亿印张,亿元,%) 图表71:"十三五"时期新闻出版业发展主要指标(单位:万亿元,万种,亿册,亿份,册/人,份/千人,%) 图表72:图书出版行业出版社规模(单位:家) 图表73:我国图书出版行业销售收入规模(单位:亿元) 图表74:新闻出版行业直接就业人数的产业类别构成(单位:万人,%) 图表75:中国出版物发行网点变化情况(单位:处,%) 图表76:中国图书进出口情况(单位:万册,万美元,%) 图表77:版权引进地情况(单位:种) 图表78:出版物版权引进情况(单位:种) 图表79:版权输出地情况(单位:种) 图表80:出版物版权输出情况(单位:种) 图表81:中国各地区新闻出版产业总体经济规模综合评价(单位:分) 图表82:图书出版行业上市公司一览表 图表83:近两年期刊出版总量规模(单位:种,亿册,亿印张,亿元,%) 图表84:期刊产品结构(单位:%) 图表85:2005年以来中国期刊广告经营额、发行收入及总产值增长率(单位:亿元,%) 图表86:近年来全国期刊单位零售总量对比(单位:份) 图表87:近两年全国期刊经销、经销兼代销、代销对比(单位:%) 图表88:近年来女性高码洋时尚类期刊整体平均销量对比(单位:万份) 图表89:女性类期刊市场份额对比图(单位:%) 图表90:近年来男性时尚类期刊整体平均销量对比图(单位:万份) 图表91:男性时尚类期刊市场份额对比图(单位:%) 图表92:销量前四名期刊累计市场份额9城市对比图(单位:%) 图表93:近年来汽车类期刊总量对比(单位:份) 图表94:财经类期刊市场份额结构(单位:%) 图表95:近年来家居类期刊整体平均销量对比(单位:%) 图表96:2009年以来中国广播电视行业总收入增长情况(单位:亿元,%) 图表97:听众经常收听广播的方式(单位:%) 图表98:2008年以来中国广播广告收入情况(单位:亿元,%) 图表99:广播与新媒体融合分析 图表100:2000年以来中国广播接触率(单位:%) 图表101:城市广播听众特征(单位:%) 图表102:2003年以来听众收听广播的同时从事的活动(单位:%) 图表103:观众收听广播的时间(单位:%) 图表104:听众收听广播的目的(单位:%) 图表105:全国各级电台的市场份额(单位:%)

:%) 图表106: 全国各地广播市场的市场格局(单位:%) 图表107: 各类节目的市场份额情况(单位:%) 图表108: 北京地区主要电台的市场份额(单位:%) 图表109: 上海地区主要电台的市场份额(单位:%) 图表110: 广州地区主要电台的市场份额(单位:%) 图表111: 2005年以来中国音像制品经营额及增长率(单位:亿元,%) 图表112: 音制品出版总量规模(单位:种,亿盒/张,亿元,%) 图表113: 录像制品出版总量规模(单位:种,亿盒/张,亿元,%) 图表114: 电子出版物出版总量规模(单位:种,亿张,%) 图表115: 2002年以来中国电视台数量及增长率(单位:座,%) 图表116: 中国电视综合人口覆盖率及变化(单位:%) 图表117: 近年来中国电视广告投放额个月对比趋势(单位:亿元,%) 图表118: 2007年以来中国有线电视网络收入及变化(单位:亿元,%) 图表119: 2002年以来观众人均每日收视时间(历年所有调查城市)(单位:分钟) 图表120: 2010年以来不同年龄段观众人均每日收视时间(历年所有调查城市)(单位:分钟) 图表121: 近两年各级电视频道全天收视率走势对比(历年所有调查城市)(单位:%) 图表122: 近四年全天收视走势对比(历年所有调查城市)(单位:%) 图表123: 近年来各级电视频道人均日收视时长(历年所有调查城市)(单位:分钟,%) 图表124: 2010年以来各级频道市场份额(31城市)(单位:%) 图表125: 中央台各频道收视份额(所有调查城市)(单位:%) 图表126: 2011年以来省级卫视市场份额对比(71大中城市,不包括动画卫视)(单位:%) 图表127: 114个地级市晚间市场份额(18:00-24:00)(单位:%) 图表128: 全国各省城市台晚间收视份额(18:00-24:00) 图表129: 各级频道不同年龄观众市场份额(所有调查城市)(单位:%) 图表130: 各级频道不同学历观众市场份额(所有调查城市)(单位:%) 图表131: 全国电视媒体各类型节目收视份额(单位:%) 图表132: 2010年以来全国各级频道电视剧收视份额(单位:%) 图表133: 2010年以来全国各级频道新闻/时事类节目收视份额(单位:%) 图表134: 2010年以来全国各级频道综艺类节目收视份额(单位:%) 图表135: 2006-2016年中国银幕数量增长情况(单位:块,%) 图表136: 2009-2016年中国院线数量及增长率(单位:条) 图表137: 2006-2016年中国内地故事片产量(单位:部) 图表138: 2007-2016年中国内地电影观影人次增长趋势(单位:亿人次,%) 图表139: 2005-2016年中国电影产业收入及全球占比(单位:亿元,%) 图表140: 2006-2016年中国内地电影海外票房情况(单位:亿元,%) 图表141: 2016年前十地区电影票房收入(单位:万元) 图表142: 2016年中国电影票房排行榜(单位:亿元) 图表143: 2016年国产片电影票房榜TOP10(单位:亿元) 图表144: 2016年进口片电影票房榜TOP10(单位:亿元) 图表145: 2008-2016年中国国产与进口影片票房收入对比(单位:亿元,部) 图表146: 2016年主要国家人均观影次数(单位:次) 图表147: 2017-2022年中国主要类型电影产量预测(单位:部) 图表148: 2017-2022年中国国内电影票房预测(单位:亿元) 图表149: 数字报纸价值分析 图表150: 数字报纸市场优势分析 图表151: 中国数字报

纸市场产值及其增长情况（单位：亿元，%）图表152：数字报纸市场发展趋势图表153  
：2017-2022年中国数字报纸市场规模预测（单位：亿元）图表154：电子书发展相关技术图  
表155：数字图书主要应用模式简析图表156：中国电子书市场规模及其增长情况（单位：亿  
元，%）图表157：中国电子书市场品牌关注比例分布（单位：%）图表158：中国电子书市场  
品牌关注比例对比（单位：%）图表159：电子书市场不同尺寸产品关注比例分布（单位：%  
）图表160：中国电子书市场不同价位段产品关注比例分布（单位：%）图表161：2017-2022  
年中国电子书市场规模预测（单位：亿元）图表162：中国期刊数据库各主要企业期刊资源收  
录数据库图表163：中国数字期刊市场产值及其增长情况（单位：亿元，%）图表164：中国期  
刊互联网出版商部分知识内容产品成果及国内外拥有近似技术机构一览表图表165：中国期刊  
互联网出版商及其他国内外公司开发网络出版相关软件技术产品表（部分）图表166：纸质期  
刊数字化转型原因分析图表167：数字期刊出版对传统期刊促进分析图表168：数字期刊新盈  
利模式分析图表169：2017-2022年中国数字期刊市场规模预测（单位：亿元）图表170：2007  
年以来中国数字音乐市场规模及增长率（单位：亿元，%）图表171：2004年以来中国有线电  
视用户数量及变化（单位：万户，%）图表172：2004年以来中国有线数字电视用户数量及变  
化（单位：万户，%）图表173：2017-2022年中国有线数字电视用户数量预测（单位：亿户）  
图表174：中国数字电视市场结构（单位：%）图表175：近年国产3D、IMAX影片概况（单位  
：万元，%）图表176：3D电影发展契机图表177：2008-2016年中国网络新闻用户数及使用率  
（单位：万人，%）图表178：2008-2016年网络视频用户数及使用率（单位：万人，%）图  
表179：2008-2016年中国搜索引擎用户数及使用率（单位：万人，%）图表180：2013-2016年  
综合搜索引擎品牌渗透率（单位：%）图表181：2008-2016年中国即时通信用户数及使用率（  
单位：万人，%）图表182：2013-2016年社交网站用户数及使用率（单位：万人，%）图表183  
：2010-2016年微博用户数及使用率（单位：万人，%）图表184：2013-2016年博客用户数及使  
用率（单位：万人，%）图表185：2008-2016年网络音乐用户数及使用率（单位：万人，%）  
图表186：我国网络媒体的重大事件图表187：2017-2022年中国移动互联网收入规模及预测（  
单位：亿元，%）图表188：2017-2022年中国移动互联网市场规模构成占比（单位：%）图  
表189：2011-2016年中国手机互联网应用用户规模情况（单位：万人）图表190：2009-2016年  
中国手机互联网应用使用率情况（单位：%）图表191：2011-2016年中国手机即时通信用户数  
及手机网民使用率（单位：万人，%）图表192：2011-2016年中国手机搜索用户数及手机网民  
使用率（单位：万人，%）图表193：2011-2016年中国手机微博用户数及手机网民使用率（单  
位：万人，%）图表194：2011-2016年中国手机网络视频用户数及手机网民使用率（单位：万  
人，%）图表195：2011-2016年中国手机网络游戏用户数及手机网民使用率（单位：万人，%  
）图表196：2011-2016年中国手机网络购物用户数及手机网民使用率（单位：万人，%）图

表197：新媒体的优越性简析图  
表198：新媒体的局限性简析图  
表199：网络媒体特征简析图  
表200：电视媒体与网络媒体融合发展典型案例图  
表201：电视媒体与网络媒体在融合过程中存在问题简析图  
表202：当前传统媒体选择全媒体战略限制性简析图  
表203：北青传媒股份有限公司基本信息表  
表204：北青传媒股份有限公司股权架构图  
表205：北青传媒股份有限公司组织机构图  
表206：北青传媒股份有限公司主营业务图  
表207：2011-2016年北青传媒股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）  
表208：2011-2016年北青传媒股份有限公司盈利能力分析（单位：%）  
表209：2011-2016年北青传媒股份有限公司运营能力分析（单位：次）  
表210：2011-2016年北青传媒股份有限公司偿债能力分析（单位：%）  
表211：2011-2016年北青传媒股份有限公司发展能力分析（单位：%）  
表212：北青传媒股份有限公司优劣势分析图  
表213：华闻传媒投资集团股份有限公司基本信息表  
表214：华闻传媒投资集团股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图  
表215：2016年华闻传媒投资集团股份有限公司主营业务结构（单位：万元，%）  
表216：2011-2016年华闻传媒投资集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）  
表217：2011-2016年华闻传媒投资集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）  
表218：2011-2016年华闻传媒投资集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）  
表219：2011-2016年华闻传媒投资集团股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）  
表220：2011-2016年华闻传媒投资集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）  
表221：华闻传媒投资集团股份有限公司优劣势分析图  
表222：华闻传媒投资集团股份有限公司战略蓝图图  
表223：广东广州日报传媒股份有限公司基本信息表  
表224：广东广州日报传媒股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图  
表225：2016年广东广州日报传媒股份有限公司主营业务构成（单位：万元，%）  
表226：2011-2016年广东广州日报传媒股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）  
表227：2011-2016年广东广州日报传媒股份有限公司盈利能力分析（单位：%）  
表228：2011-2016年广东广州日报传媒股份有限公司运营能力分析（单位：次）  
表229：2011-2016年广东广州日报传媒股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）  
表230：2011-2016年广东广州日报传媒股份有限公司发展能力分析（单位：%）  
表231：广东广州日报传媒股份有限公司优劣势分析图  
表232：广东广州日报传媒股份有限公司战略发展图  
表233：上海新华传媒股份有限公司基本信息表  
表234：上海新华传媒股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图  
表235：上海新华传媒股份有限公司主营业务图  
表236：2016年上海新华传媒股份有限公司主营业务收入结构（单位：万元，%）  
表237：2011-2016年上海新华传媒股份有限公司营收能力分析（单位：万元）  
表238：2011-2016年上海新华传媒股份有限公司盈利能力分析（单位：%）  
表239：2011-2016年上海新华传媒股份有限公司运营能力分析（单位：次）  
表240：2011-2016年上海新华传媒股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）  
表241：2011-2016年上海新华传媒

股份有限公司发展能力分析（单位：%）图表242：上海新华传媒股份有限公司优劣势分析图  
表243：上海新华传媒股份有限公司投资前景简析图  
表244：北方联合出版传媒（集团）股份有限公司基本信息表  
表245：北方联合出版传媒（集团）股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图  
表246：2016年北方联合出版传媒（集团）股份有限公司主营业务损益（单位：万元，%）  
表247：2011-2016年北方联合出版传媒（集团）股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）  
表248：2011-2016年北方联合出版传媒（集团）股份有限公司盈利能力分析（单位：%）  
表249：2011-2016年北方联合出版传媒（集团）股份有限公司运营能力分析（单位：次）  
表250：2011-2016年北方联合出版传媒（集团）股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）  
表251：2011-2016年北方联合出版传媒（集团）股份有限公司发展能力分析（单位：%）  
表252：北方联合出版传媒（集团）股份有限公司优劣势分析图  
表253：北方联合出版传媒（集团）股份有限公司投资前景简析图  
表254：时代出版传媒股份有限公司基本信息表  
表255：时代出版传媒股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图  
表256：2016年时代出版传媒股份有限公司主营业务结构（单位：万元，%）  
表257：2011-2016年时代出版传媒股份有限公司营收能力分析（单位：万元）  
表258：2011-2016年时代出版传媒股份有限公司盈利能力分析（单位：%）  
表259：2011-2016年时代出版传媒股份有限公司运营能力分析（单位：次）  
表260：2011-2016年时代出版传媒股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）  
表261：2011-2016年时代出版传媒股份有限公司发展能力分析（单位：%）  
表262：时代出版传媒股份有限公司优劣势分析图  
表263：华视传媒集团有限公司基本信息表  
表264：华视传媒集团有限公司电视网络情况表（单位：个、辆、条、%）  
表265：2011-2016年华视传媒集团有限公司主要经济指标分析（单位：百万美元）  
表266：2011-2016年华视传媒集团有限公司盈利能力分析（单位：%）  
表267：2011-2016年华视传媒集团有限公司运营能力分析（单位：次）  
表268：2011-2016年华视传媒集团有限公司偿债能力分析（单位：%）  
表269：2011-2016年华视传媒集团有限公司发展能力分析（单位：%）  
表270：华视传媒集团有限公司优劣势分析图  
表271：上海东方明珠（集团）股份有限公司基本信息表  
表272：上海东方明珠（集团）股份有限公司业务能力简况表  
表273：上海东方明珠（集团）股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图  
表274：2016年上海东方明珠（集团）股份有限公司主营业务分行业情况表（单位：万元，%）  
表275：2011-2016年上海东方明珠（集团）股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）  
表276：2011-2016年上海东方明珠（集团）股份有限公司盈利能力分析（单位：%）  
表277：2011-2016年上海东方明珠（集团）股份有限公司运营能力分析（单位：次）  
表278：2011-2016年上海东方明珠（集团）股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）  
表279：2011-2016年上海东方明珠（集团）股份有限公司发展能力分析（单位：%）  
表280：上海

东方明珠（集团）股份有限公司优劣势分析图表281：TOM集团有限公司基本信息表图表282：TOM集团有限公司主营业情况表图表283：2011-2016年TOM集团有限公司主要经济指标分析（单位：万港元）图表284：2011-2016年TOM集团有限公司盈利能力分析（单位：%）图表285：2011-2016年TOM集团有限公司运营能力分析（单位：次）图表286：2011-2016年TOM集团有限公司偿债能力分析（单位：%）图表287：2011-2016年TOM集团有限公司发展能力分析（单位：%）图表288：TOM集团有限公司优劣势分析图表289：TOM集团有限公司投资前景分析图表290：分众传媒控股有限公司基本信息表图表291：分众传媒控股有限公司利润表（单位：百万美元）图表292：分众传媒控股有限公司资产负债表（单位：百万美元）图表293：分众传媒控股有限公司现金流量表（单位：百万美元）图表294：分众传媒控股有限公司主要指标项（单位：%）图表295：分众传媒控股有限公司优劣势分析图表296：北京航美传媒广告有限公司基本信息表图表297：2011-2016年北京航美传媒广告有限公司主要经济指标分析（单位：百万美元）图表298：2012-2016年北京航美传媒广告有限公司盈利能力分析（单位：%）图表299：2012-2016年北京航美传媒广告有限公司运营能力分析（单位：次）图表300：2011-2016年北京航美传媒广告有限公司偿债能力分析（单位：%）图表301：2012-2016年北京航美传媒广告有限公司发展能力分析（单位：%）图表302：北京航美传媒广告有限公司优劣势分析图表303：北京航美传媒广告有限公司投资前景简析图表304：北京搜狐互联网信息服务有限公司基本信息表图表305：北京搜狐互联网信息服务有限公司主营业务情况表图表306：2011-2016年北京搜狐互联网信息服务有限公司主要经济指标分析（单位：百万美元）图表307：2012-2016年北京搜狐互联网信息服务有限公司盈利能力分析（单位：%）图表308：2012-2016年北京搜狐互联网信息服务有限公司运营能力分析（单位：次）图表309：2011-2016年北京搜狐互联网信息服务有限公司偿债能力分析（单位：%）图表310：2012-2016年北京搜狐互联网信息服务有限公司发展能力分析（单位：%）图表311：北京搜狐互联网信息服务有限公司优劣势分析图表312：北京搜狐互联网信息服务有限公司投资前景简析图表313：腾讯控股有限公司基本信息表图表314：腾讯控股有限公司业务能力简况表图表315：2016年腾讯控股有限公司营业收入结构（单位：%）图表316：2011-2016年腾讯控股有限公司主要经济指标分析（单位：万元）图表317：2011-2016年腾讯控股有限公司盈利能力分析（单位：%）图表318：2011-2016年腾讯控股有限公司运营能力分析（单位：次）图表319：2011-2016年腾讯控股有限公司偿债能力分析（单位：%）图表320：2011-2016年腾讯控股有限公司发展能力分析（单位：%）图表321：腾讯控股有限公司优劣势分析图表322：合一集团基本信息表图表323：2011-2016年合一集团主要经济指标分析（单位：百万元）图表324：2011-2016年合一集团盈利能力分析（单位：%）图表325：2012-2016年合一集团运营能力分析（单位：次）图表326：2011-2016年合一集团偿债能力分析（单位：%）图表327

: 2012-2016年合一集团发展能力分析 (单位:%) 图表328: 合一集团优劣势分析图表329: 传媒产业进入壁垒分析图表330: 2008-2016年中国存款准备金率调整情况 (单位:%) 图表331: 2007-2016年中国利率调整情况 (单位:%) 图表332: 2013-2016年中国新增信贷情况 (单位:亿元,%) 图表333: 2011年以来传媒新股投融资情况一览 (单位:元,万元,亿元;万股;%) 略.....

详细请访问: <http://www.bosidata.com/report/P743800C2T.html>