

2014- 2018年传媒行业“十二五”规划分析与投 资前景预测报告

ASKCI CONSULTING CO.,LTD

一、调研说明

中商情报网全新发布的《2014-2018年传媒行业“十二五”规划分析与投资前景预测报告》主要依据国家统计局、国家发改委、商务部、中国海关、国务院发展研究中心、行业协会、工商、税务、海关、国内外相关刊物的基础信息以及行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调研资料，由中商情报网的资深专家和研究人员的分析。首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述，其次，对本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局等进行了细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，并分析相关经营财务数据。最后，对该行业未来的发展前景，投资风险及投资策略给出科学的建议。本报告是行业生产、

贸易、经销等企业在激烈的市场竞争中洞察市场先机，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。

报告名称	2014-2018年传媒行业“十二五”规划分析与投资前景预测报告
出版日期	动态更新
报告格式	PDF电子版或纸介版
交付方式	Email发送或EMS快递
中文价格	印刷版11500元 电子版11500元 中文印刷版+电子版11800元
订购热线	400-666-1917 400-788-9700

【版权声明】

本报告由中商情报网出品，报告版权归中商智业公司所有。本报告是中商智业公司的研究与统计成果，报告为有偿提供给购买报告的客户使用。未获得中商智业公司书面授权，任何网站或媒体不得转载或引用，否则中商智业公司有权依法追究其法律责任。如需订阅研究报告，请直接联系本网站，以便获得全程优质完善服务。中商智业公司是中国拥有研究人员数量最多，规模最大，综合实力最强的咨询研究机构，公司每天都会接受媒体采访及发布大量产业经济研究成果。在此，我们诚意向您推荐一种“**鉴别咨**

□□□□□□□□

□□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□□

□□□□□□□□

IPO□□□□ □□□□□ □□□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□ □□□□□
□□□□

二、研究报告目录

第一章	传媒行业“十二五”规划概述	14
第一节	“十一五”传媒行业发展回顾	14
一、	近30年国内传媒行业发展轨迹	14
二、	中国传媒业发展的版图变迁解析	16
三、	2010年传媒行业产值规模分析	20

四、	2011年传媒行业市场规模分析	22
第二节	传媒行业“十二五”总体规划	22
一、	传媒行业“十二五”规划纲要	22
二、	传媒行业“十二五”规划指导思想	24
三、	传媒行业“十二五”规划主要目标	25
第三节	传媒产业“十二五”发展规划解读	27
一、	“十二五”文化改革发展规划助推传媒业发展	27
二、	传媒产业“十二五”发展战略解读	29
第二章	“十二五”期间经济环境分析	32
第一节	“十二五”期间世界经济发展趋势	32
一、	“十二五”期间世界经济将逐步恢复增长	32
二、	“十二五”期间经济全球化曲折发展	32
三、	“十二五”期间新能源与节能环保将引领全球产业	33
四、	“十二五”期间跨国投资再趋活跃	34
五、	“十二五”期间气候变化与能源资源将制约世界经济	34
六、	“十二五”期间美元地位继续削弱	35
七、	“十二五”期间世界主要新兴经济体大幅提升	35
第二节	“十二五”期间我国经济面临的形势	36
一、	“十二五”期间我国经济将长期趋好	36
二、	“十二五”期间我国经济将围绕“三个转变”	37
三、	“十二五”期间我国工业产业将全面升级	37
四、	“十二五”期间我国以绿色发展战略为基调	38
第三节	“十二五”期间我国对外经济贸易预测	38
一、	“十二五”期间我国劳动力结构预测	38
二、	“十二五”期间我国贸易形式和利用外资方式预测	39
三、	“十二五”期间我国自主创新结构预测	39
四、	“十二五”期间我国产业体系预测	40
五、	“十二五”期间我国产业竞争力预测	40

六、	“十二五”期间我国经济国家化预测	41
七、	“十二五”期间我国经济将面临的贸易障碍预测	42
八、	“十二五”期间人民币区域化和国际化预测	42
九、	“十二五”期间我国对外贸易与城市发展关系预测	43
十、	“十二五”期间我国中小企业面临的外需环境预测	43
第四节	“十二五”规划重点倾斜内容预测	45
一、	大消费	45
二、	高铁及城轨建设	45
三、	生产性服务	45
四、	战略新兴产业	46
第五节	“十二五”期间我国主要政策预测	48
一、	“十二五”期间将推进积极的劳动力市场政策	48
二、	“十二五”期间将进一步充实扩大就业的财税政策	50
三、	“十二五”期间将进一步丰富扩大就业的金融政策	51
四、	“十二五”期间将进一步完善扩大就业的社会保障政策	52
第六节	“十二五”期间我国经济社会发展阶段预测	54
一、	“十二五”期间我国将加速建设全面小康社会	54
二、	“十二五”期间我国将全方位推进综合改革	55
三、	“十二五”期间我国工业化中期向工业化后期转变	55
第三章	“十二五”期间我国经济将面临的问题及对策	57
第一节	“十二五”期间影响投资因素分析	57
一、	财政预算内资金对全社会融资贡献率的分析	57
二、	信贷资金变动对投资来源变动的贡献率分析	57
三、	外商投资因素对未来投资来源的贡献率分析	58
四、	自筹投资增长对投资来源的贡献率分析	58
第二节	“十二五”期间我国经济稳定发展面临的问题	59
一、	经济结构失衡	59
二、	产业结构面临的问题	60

三、	资本泡沫过度膨胀	63
四、	收入差距进一步扩大	64
五、	通货膨胀风险加剧	64
六、	生态环境总体恶化趋势未改	65
第三节	“十二五”期间我国经济形势面临的问题	65
一、	世界政治、经济格局的新变化	65
二、	国际竞争更加激烈	65
三、	投资的作用将下降	66
四、	第三产业对经济增长的作用显著增加	67
五、	迫切需要解决深层次体制机制问题	67
六、	劳动力的供给态势将发生转折	67
第四节	“十二五”期间我国主要政策预测	68
一、	“十二五”期间将推进积极的劳动力市场政策	68
二、	“十二五”期间将进一步充实扩大就业的财税政策	70
三、	“十二五”期间将进一步丰富扩大就业的金融政策	71
四、	“十二五”期间将进一步完善扩大就业的社会保障政策	72
第五节	“十二五”期间我国经济社会发展阶段预测	73
一、	“十二五”期间我国将加速建设全面小康社会	73
二、	“十二五”期间我国将全方位推进综合改革	74
三、	“十二五”期间我国工业化中期向工业化后期转变	75
第四章	2010-2014年传媒行业总体发展状况	77
第一节	2010-2014年传媒行业规模情况分析	77
一、	行业单位规模情况分析	77
二、	行业人员规模状况分析	78
三、	行业市场规模状况分析	79
第二节	2010-2014年传媒行业发展分析	80
一、	行业发展情况分析	80
二、	行业竞争情况分析	82

三、	行业发展的有利和不利因素	87
四、	行业经营模式、周期性、区域性和季节性特征	94
五、	上下游行业对行业发展的影响	98
六、	大传媒时代的“变”与“势”	105
第五章	2010-2014年中国传媒市场规模分析	110
第一节	2013年中国传媒市场规模分析	110
第二节	2010-2014年我国传媒区域结构分析	112
一、	传媒区域新格局	112
二、	传媒区域分割格局	114
第六章	“十一五”传媒行业发展现状分析	115
第一节	传媒行业特性分析	115
第二节	传媒产业特征与行业重要性	115
第三节	中国传媒市场发展总体概况	121
一、	中国传媒业市场形成	121
二、	中国传媒业市场化发展历程	126
三、	影响传媒业市场的关键因素分析	131
四、	中国城市传媒业市场的发展模式探析	134
第四节	“十二五”区域产业发展分析	137
一、	健全区域协调发展的市场机制与财政体制	137
二、	培育多极带动的国土空间开发格局	138
三、	积极开展全方位多层次的区域合作	138
四、	创新各具特色的区域发展模式	139
五、	建立健全区域利益协调机制	139
第五节	中国部分区域传媒业的发展	140
一、	上海市	140
二、	浙江省	140
三、	广东省	141
四、	江西省	141

第六节	中国传媒产业集团化的发展	142
一、	传媒集团的模式	142
二、	传媒业集团化运作的层次探析	145
三、	传媒集团的资源整合及优势	147
四、	中国传媒集团经营机构发展瓶颈和职能	150
第七章	传媒行业市场竞争现状及策略分析	153
第一节	传媒业的竞争概况	153
一、	传统媒体面临新竞争的威胁	153
二、	新媒体具备的核心竞争力	154
三、	并购微妙改变传媒产业的竞争局势	157
四、	中国出版业的竞争格局分析	158
五、	电视 市场视频网站与卫视竞争状况	160
六、	中国视频传输市场竞争格局透析	163
第二节	传媒产业的竞争法则	164
一、	核心及非核心竞争力整合成现实竞争力	164
二、	兼顾受众、对手及自身的三维竞争	165
三、	用经济与出色创造竞争优势	166
四、	竞争优势应由媒体内外两部分决定	166
第三节	传媒产业对竞争情报的获取	167
一、	信息是竞争情报的基础	167
二、	综合竞争情报将成为媒体决策参考的重点	169
三、	公开信息依然是媒体获取竞争情报的主要渠道	169
四、	媒体在获取竞争情报方面存在的误区	170
第四节	中国传媒打造核心竞争力的战略	170
一、	垂直型整合	170
二、	组织结构创新	171
三、	研发创新	172
四、	管理创新	173

第五节	中国传媒的国际化竞争战略探析	174
一、	中国传媒跨入国际竞争的战略意义	174
二、	中国传媒实施“走出去”战略	175
三、	中国传媒国际竞争的主要途径	176
第六节	传媒行业竞争战略的新趋势	177
一、	从追求市场占有率走向追求个人占有率	177
二、	从“内容为王”走向“产品为王”	179
三、	从“巨内容”走向“微内容”	180
第八章	传媒行业重点企业竞争分析	183
第一节	时代出版传媒股份有限公司	183
一、	企业概况	183
二、	总体规模与盈利状况	183
三、	总体规模与盈利状况	187
四、	盈利能力分析	190
五、	营运能力分析	191
六、	偿债能力分析	192
七、	成长能力分析	193
八、	企业竞争优势分析	194
九、	未来发展战略分析	195
第二节	华谊兄弟传媒股份有限公司	197
一、	企业概况	197
二、	总体规模与盈利状况	198
三、	盈利能力分析	201
四、	营运能力分析	202
五、	偿债能力分析	203
六、	成长能力分析	204
七、	企业竞争优势分析	205
八、	未来发展战略规划	206

第三节	上海新华传媒股份有限公司	210
一、	企业概况	210
二、	总体规模与盈利状况	211
三、	盈利能力分析	214
四、	营运能力分析	215
五、	偿债能力分析	216
六、	成长能力分析	217
七、	企业竞争优势分析	218
八、	未来发展战略规划	218
第四节	深圳市天威视讯股份有限公司	220
一、	企业概况	220
二、	总体规模与盈利状况	220
三、	盈利能力分析	224
四、	营运能力分析	225
五、	偿债能力分析	226
六、	成长能力分析	227
七、	企业竞争优势分析	228
八、	未来发展战略规划	228
第五节	北京 光线传媒股份有限公司	229
一、	企业概况	229
二、	总体规模与盈利状况	230
三、	盈利能力分析	233
四、	营运能力分析	234
五、	偿债能力分析	235
六、	成长能力分析	236
七、	企业竞争优势分析	236
八、	未来发展战略规划	237
第九章	传媒行业“十二五”投资风险及对策分析	245

第一节	传媒业的投资环境	245
一、	中国传媒产业的外部环境因素及其影响	245
二、	中国传媒业风险与产出的投资特性解析	248
三、	中国传媒业吸引投资者广泛关注	249
第二节	传媒业细分市场投资点	249
一、	广播电视产业的投资机会分析	249
二、	互动电视提升新媒体产业投资价值	251
三、	车载电视媒体成为投资新热点	251
四、	出版业体制改革带来投资良机	252
第三节	传媒行业整体风险分析	253
一、	结构性风险	253
二、	市场风险	255
三、	政策风险	255
四、	财务风险	256
第四节	传媒投资领域的可行性分析	256
一、	媒体核心业务	256
二、	传媒经营业务	256
三、	传媒咨询整合业务	257
四、	传媒技术装备业务	257
第五节	中国传媒产业的投资策略	257
一、	专注细分市场	257
二、	延伸传媒产业价值链	257
三、	跨行业及跨媒体的整合	257
四、	提供增值服务	258
五、	打造新型媒体巨人	258
第十章	传媒行业“十二五”热点问题及发展战略探讨	259
第一节	中国新闻传媒业的法律问题	259
一、	新闻传媒业分类管理存在的法律问题	259

二、	国外传媒分类管理制度对中国的启示	261
三、	国外传媒业的法律规制对中国启示	262
四、	新闻传媒业准入制度的法律问题	263
五、	传媒业集团化整合中存在的法律问题	268
第二节	中国传媒业发展中的问题	270
一、	制约我国传媒产业发展的主要因素	270
二、	中国传媒产业发展存在的危机	273
三、	传媒业区域化发展带来的问题	274
四、	中国传媒产业产权体制上的缺陷	275
五、	中国传媒经济增长面临的问题分析	276
第三节	中国传媒产业发展的策略	279
一、	传媒产业的产权多元化	279
二、	传媒产业解决角色冲突的策略	281
三、	解决东西部传媒经济失衡的对策	283
四、	中国报业集团的发展对策	285
第四节	未来传媒产业的重塑战略	287
一、	传媒创新从改变方式开始	287
二、	平台衍生媒介新业态	288
三、	重新塑造传媒价值体系	289
四、	应对新问题与新挑战	290
第十一章	“十二五”期间传媒行业发展趋势及前景分析	291
第一节	传媒业的发展前景	291
一、	未来全球传媒业发展预测	291
二、	未来我国新媒体市场前景广阔	292
三、	“十二五”期间我国传媒业发展趋势分析	293
第二节	传媒业的发展趋势	300
一、	媒体读者和受众的八个消费趋势	300
二、	未来传媒产业创新的发展趋势	302

三、	新闻媒介管理模式由资产管理转向资本管理	306
四、	未来传媒行业的发展变局剖析	309
第十二章	中国传媒行业投资预测分析	313
第一节	2014-2018年中国传媒行业投资收益预测	313
一、	预测理论依据	313
二、	2014-2018年中国传媒行业投资收益分析	318
第二节	2014-2018年传媒行业发展规模预测	319
第三节	2014-2018年中国传媒行业发展前景分析	320
第十三章	观点与结论——中国传媒业市场管理和营销战略	323
第一节	传媒经营管理和运作	323
第二节	传媒产业经营模式的转变	324
第三节	现代传媒业的营销策略	325
第四节	传媒市场定位方法与应注意的问题	328
第五节	传媒市场定位效用的优化策略分析	331
第六节	从企业传播价值链角度看传媒广告营销	334

图表目录

图表 1	2008-2010年我国各地区广告业经营状况	16
图表 2	2008-2010年四大门户广告收入情况	19
图表 3	2008-2010年百度营业收入与净利润情况	19
图表 4	2010年中国传媒产业的行业结构与所占比例	21
图表 5	2009-2010年中国传媒产业各行业市场规模及增长率	21
图表 6	2011年中国传媒产业内部各细分市场结构	22
图表 7	“十二五”时期新闻出版业发展主要指标	25
图表 8	拉动我国经济增长的三要素走势	59
图表 9	2011-2015年我国投资增长速度预测	60
图表 10	主要国家原材料部门增加值占制造业比重情况	60
图表 11	各要素对经济增长的贡献率情况	61

图表 12	价值链环节的竞争示意图	62
图表 13	价值链环节的微笑曲线示意图	63
图表 14	2007-2012年中国传媒产业形态主要表现	77
图表 15	2007-2012年中国传媒产业形态主要表现	78
图表 16	2010-2012年中国广告从业人员情况	79
图表 17	2009-2013年中国传媒产业总产值情况	80
图表 18	2012年中国传媒产业各行业市场结构	81
图表 19	2011-2012年中国传媒分行业产值及增长率	82
图表 20	2002-2012年中国广告市场发展情况	83
图表 21	2002-2012年中国公共关系市场规模	83
图表 22	传媒行业增速和GDP增速对比	85
图表 23	文化产业在国民经济中占比情况	85
图表 24	2004-2012年传媒行业产值增长情况	86
图表 25	2004-2012年文化产业增加值情况	86
图表 26	城镇居民人均可支配收入实际增长速度	89
图表 27	市场主体营销推广费用占企业销售额的比重	90
图表 28	2012年获得发行许可证的电视剧的制作机构区域分布	98
图表 29	2003-2013年我国电影票房增长情况	102
图表 30	2003-2013年我国传统媒体广告市场规模增长速度与GDP增长速度	104
图表 31	中国传媒行业前5位和后5位市场份额表	112
图表 32	企业集团的主要模式及其划分依据	142
图表 33	企业集团模式划分矩阵	143
图表 35	2011-2014年03月末时代出版传媒股份有限公司资产负债情况表	188
图表 36	2011-2014年03月时代出版传媒股份有限公司利润情况表	189
图表 37	2011-2014年03月时代出版传媒股份有限公司盈利能力关键指标	191
图表 38	2011-2014年03月时代出版传媒股份有限公司营运能力关键指标	192
图表 39	2011-2014年03月时代出版传媒股份有限公司偿债能力关键指标	192
图表 40	2011-2014年03月时代出版传媒股份有限公司成长能力关键指标	193

图表 41	2011-2014年03月末华谊兄弟传媒股份有限公司资产负债情况表	199
图表 42	2011-2014年03月华谊兄弟传媒股份有限公司利润情况表	200
图表 43	2011-2014年03月华谊兄弟传媒股份有限公司盈利能力关键指标	202
图表 44	2011-2014年03月华谊兄弟传媒股份有限公司营运能力关键指标	203
图表 45	2011-2014年03月华谊兄弟传媒股份有限公司偿债能力关键指标	203
图表 46	2011-2014年03月华谊兄弟传媒股份有限公司成长能力关键指标	204
图表 47	2014年华谊兄弟传媒股份有限公司计划上映的电影	207
图表 48	2014年华谊兄弟传媒股份有限公司计划拍摄的电视剧	207
图表 49	2011-2014年03月末上海新华传媒股份有限公司资产负债情况表	212
图表 50	2011-2014年03月上海新华传媒股份有限公司利润情况表	213
图表 51	2011-2014年03月上海新华传媒股份有限公司盈利能力关键指标	215
图表 52	2011-2014年03月上海新华传媒股份有限公司营运能力关键指标	216
图表 53	2011-2014年03月上海新华传媒股份有限公司偿债能力关键指标	217
图表 54	2011-2014年03月上海新华传媒股份有限公司成长能力关键指标	218
图表 55	2011-2014年03月末深圳市天威视讯股份有限公司资产负债情况表	222
图表 56	2011-2014年03月深圳市天威视讯股份有限公司利润情况表	223
图表 57	2011-2014年03月深圳市天威视讯股份有限公司盈利能力关键指标	224
图表 58	2011-2014年03月深圳市天威视讯股份有限公司营运能力关键指标	226
图表 59	2011-2014年03月深圳市天威视讯股份有限公司偿债能力关键指标	226
图表 60	2011-2014年03月深圳市天威视讯股份有限公司成长能力关键指标	227
图表 61	2011-2014年03月末北京光线传媒股份有限公司资产负债情况表	231
图表 62	2011-2014年03月北京光线传媒股份有限公司利润情况表	232
图表 63	2011-2014年03月北京光线传媒股份有限公司盈利能力关键指标	233
图表 64	2011-2014年03月北京光线传媒股份有限公司营运能力关键指标	234
图表 65	2011-2014年03月北京光线传媒股份有限公司偿债能力关键指标	235
图表 66	2011-2014年03月北京光线传媒股份有限公司成长能力关键指标	236
图表 67	2014年北京光线传媒股份有限公司预计制作的节目	239
图表 68	2014年北京光线传媒股份有限公司预计取得收益的电视剧情况	239

核心优势

专业

团队

请选择报告版本： _____

1 PDF电子版9000元/份 2 印刷版9000元/份 3 PDF电子版+印刷版9000元/份

总计金额： _____万 _____仟 _____佰 _____拾 _____元 （小写： _____元）

预计付款日期： _____年 _____月 _____日

指定账号：

开户行：中国建设银行深圳市城建支行

开户名：深圳中商智业投资顾问有限公司

帐 号：4420 1532 7000 5254 3607

备 注：此帐户可开具增值税专用发票

款到后，发票随后寄发。此账号为唯一指定账号。

联系方式：

研究报告：400-666-1917

可研报告¥商业计划书：400-788-9700

IPO咨询专线：400-788-9689

市场调研：400-666-1917

产业园区咨询专线：400-788-9700

政府投资规划咨询热线：400-788-9700

北京：北京市右安门外大街99号国内贸易工程设计研究院5层501室

深圳：深圳市福田区红荔路1001号银盛大厦7层(团市委办公大楼)

香港：香港皇后大道中183号中远大厦19楼

传真：0755-25407715/010-83525881

网址：<http://www.askci.com>

电邮：service@askci.com

备注：请将订阅信息填好后，传真至我中心客服部，款到后发票随后寄发。