

# 中国新媒体运营态势与发展可行性预测报告（2011-2015年）

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《中国新媒体运营态势与发展可行性预测报告（2011-2015年）》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.cction.com/report/201102/61493.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

### 第一章 新媒体产业相关概述

#### 第一节 新媒体的基础概述

- 一、新媒体的内涵
- 二、新媒体内容分类
- 三、新媒体的传播特征
- 四、新媒体的经济学特性

#### 第二节 新媒体发展模式分析

- 一、新媒体的内涵及传播特征
- 二、新媒体发展条件
- 三、新媒体内容
- 四、运营与赢利模式
- 五、目标群体分析

#### 第三节 新媒体传播的特点及对营销传播的影响

- 一、新媒体的传播特点分析
- 二、新媒体传播对营销传播的影响

### 第二章 2010年中国新媒体产业运行环境分析

#### 第一节 2010年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

#### 第二节 金融危机对新媒体行业的影响

- 一、金融危机对传媒业的影响
- 二、金融危机下的中国新媒体广告分流显著

#### 第三节 2010年中国新媒体产业发展的政策环境分析

- 一、中国传媒业知识产权政策
- 二、文化传媒业对外开放政策

- 三、互联网视听节目许可制度施行
- 四、《信息网络传播视听节目许可证》推动市场洗牌
- 五、《电子出版物出版管理规定》正式实施
- 六、《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》
- 七、文化产业振兴规划
- 八、2010年九部门发布金融支持文化产业振兴发展指导意见
- 九、2010年国家广电总局加强互联网视听节目发展和管理
- 十、2010年“十二五”国家重点音像电子出版方向确定

#### 第四节 2010年中国新媒体产业技术环境分析

#### 第五节 2010年中国新媒体产业社会环境分析

### 第三章 2010年中国新媒体产业整体运行态势分析

#### 第一节 2010年新媒体行业运行综述

- 一、世界主要国家新媒体发展综述
- 二、新媒体传播研究热点述评
- 三、中国新媒体产业链日渐成熟
- 四、国内新媒体业务布局决胜要点
- 五、中国新媒体运营与赢利模式浅析

#### 第二节 2010年中国新媒体产业受众及需求分析

- 一、中国新媒体业目标群体分析
- 二、用户的需求与使用特点发生改变
- 三、针对需求变化提供新媒体产品
- 四、需求演变带来媒体角色的新变化

#### 第三节 2010年中国新媒体营销解析

- 一、新媒体营销初露峥嵘
- 二、营销行业迎接新媒体时代来临
- 三、整合营销下的我国新媒体价值实现
- 四、新媒体变化促进精准营销发展
- 五、我国新媒体营销势在必行
- 六、新媒体实效营销传播趋势
- 七、新媒体营销的制胜之道

#### 第四节 2010年中国新媒体行业的问题及对策分析

- 一、我国新媒体产业发展面临的瓶颈及对策
- 二、新媒体产业链问题及对策
- 三、2010年新媒体行业面临大洗牌
- 四、新媒体业以差异化与精准化突围

#### 第四章 2010年中国移动媒体行业运行分析

##### 第一节 2010年中国移动媒体业简况

- 一、移动新媒体的主要特性
- 二、媒体移动化是行业发展的趋势
- 三、移动媒体创造传媒产业新天地

##### 第二节 2010年中国移动媒体市场分析

- 一、移动多媒体业务的消费群体分析
- 二、移动多媒体应用产业发展分析
- 三、移动新媒体的商业模式创新
- 四、移动媒体的受众之争
- 五、移动新媒体发展趋势

##### 第三节 2010年中国三大通信运营商的移动媒体战略研讨

- 一、三大通信运营商的基本情况分析
- 二、三大运营商移动媒体战略的具体情况
- 三、三大通讯运营商移动媒体战略比较

##### 第四节 2010年中国移动媒体行业面临的挑战及对策

- 一、移动传媒产业盈利模式存在的问题
- 二、移动新媒体发展存在的误区
- 三、移动媒体产业发展已迫在眉睫

##### 第五节 未来中国移动媒体行业投资前景分析

- 一、中国移动媒体产业发展趋势
- 二、2011-2015年移动媒体市场预测
- 三、移动多媒体的投资机遇分析
- 四、2011-2015年下一代移动多媒体蓝图

#### 第五章 2010年中国移动电视媒体业运行新形势分析

##### 第一节 2010年中国移动电视行业现状综述

- 一、中国移动电视业营收增长迅猛
- 二、移动电视市场竞争格局转变
- 三、中国主要城市移动电视收视率赶超传统电视
- 四、移动电视演变为第五媒体

## 第二节 2010年中国移动电视营运分析

- 一、数字移动电视运营模式分析
- 二、移动电视的盈利分析
- 三、数字移动电视产业化运营的战略分析

## 第三节 2010年中国车载电视发展分析

- 一、载移动电视市场步入发展新阶段
- 二、2010年车载移动电视市场分析
- 三、2010年车载电视主题发展分析
- 四、中国车载电视市场销量预测
- 五、车载电视成投资新宠
- 六、未来中国车载移动电视市场预测

## 第四节 2010年中国移动电视行业存在的问题分析

- 一、传播方式有待改进
- 二、收视环境不好
- 三、受众的不确定性
- 四、中国数字移动电视的现实瓶颈

## 第五节 2010年中国移动电视行业发展对策分析

- 一、制定相关产业政策
- 二、产业链平衡发展
- 三、移动电视行业挺进一二线城市是关键
- 四、欧盟移动电视发展战略对我国的启示

## 第六节 未来移动电视发展前景预测分析

- 一、中国新媒体分化与移动电视发展趋势探讨
- 二、2010年全国移动电视市场规模预测
- 三、全球移动电视市场消费规模预测

## 第六章 2010年中国手机媒体及其业务运行分析

### 第一节 2010年中国手机媒体市场发展分析

一、手机媒体的形态与内容分析

二、手机媒体的用户与需求分析

三、手机媒体赢利模式探讨

四、3G时代的手机媒体发展分析

第二节 2010年中国手机电视发展分析

一、手机电视覆盖率分析

二、我国手机电视运营模式研究

三、亚洲手机电视渗透率全球领先

四、手机电视有望成立产业联盟

五、手机电视市场蕴含巨大潜力

六、未来手机电视产业的问题及解决

七、2012年3G手机电视用户预测

第三节 2010年中国手机游戏运行分析

一、手机游戏产业链及收费模式

二、2010年全球手机游戏营收情况

三、2010年手机游戏整体盈利状况

四、2010年新兴市场拉动手机游戏收入增长

五、2010年3G行业带来手机游戏大发展机遇

六、2011-2015年手机游戏市场规模及发展趋势

七、2011-2015年手机游戏年复合增长率

第四节 2010年中国手机短信发展分析

一、全球短信业务浅析

二、短信业务在企业售后服务中的应用

三、手机短信的新闻管理和产业发展探讨

四、全球手机短信业务发展情况

五、2010年我国短信业务量增长情况

第五节 2010年中国手机广告发展分析

一、手机广告的几种模式

二、手机广告业务将加速发展

三、2010年手机广告市场规模分析

四、手机媒体广告的发展瓶颈及对策

五、未来手机广告市场发展预测

## 第六节 2010年中国手机媒体市场问题对策分析

- 一、手机媒体的缺陷与消费困境分析
- 二、中国手机媒体发展的五大制约因素
- 三、中国手机媒体的良性发展途径探析

## 第七章 2010年中国网络电视产业运行综述

### 第一节 2010年中国IPTV市场运行综述

- 一、我国IPTV市场运行特点
- 二、2010年中国IPTV市场规模分析
- 三、中国IPTV市场上演激烈竞争

### 第二节 2010年中国IPTV产业链分析

- 一、设备供应商及设备供应市场
- 二、平台提供商及平台市场分析
- 三、电信运营商及运营市场分析
- 四、频道/内容运营商及内容市场分析
- 五、芯片及其他技术供应商及市场分析
- 六、终端厂商及终端市场分析
- 七、用户及用户市场分析

### 第三节 2010年中国网络电视市场存在问题及对策

- 一、IPTV版权问题
- 二、中国的IPTV为何发展缓慢的原因
- 三、IPTV应突破传统定价模式

### 第四节 2011-2015年中国IPTV发展趋势分析

- 一、我国IPTV发展前景分析
- 二、2009年IPTV技术发展趋势
- 三、我国IPTV用户发展预测

## 第八章 2010年其它网络媒体及其业务运行分析

### 第一节 网络视频

- 一、网络视频发展概况
- 二、网络视频广告的春天充满挑战
- 三、网络视频迎来“3G元年”



- 四、2010年网络视频市场规模
- 五、2010年中国网络视频市场收入
- 六、网络视频营销的发展与趋势分析
- 七、网络视频业发展面临的问题
- 八、网络视频业的良性发展道路探析

## 第二节 网络博客

- 一、中国博客规模发展情况
- 二、2010年中国博客作者人数
- 三、中国博客市场调查分析
- 四、博客发展趋势分析
- 五、未来博客发展方向分析

## 第三节 网络游戏

- 一、2010年我国网络游戏产业逆市飘红
- 二、2010年中国网络游戏市场规模情况
- 三、2010年我国网络游戏用户规模情况
- 四、未来年我国网页游戏发展前景分析

## 第四节 网络广告

- 一、网络广告市场现状及发展趋势
- 二、2010年中国网络广告联盟市场规模
- 三、2010年中国网络广告市场分析
- 四、未来中国网络广告规模分析预测
- 五、网络广告未来趋势

## 第九章 2010年中国新媒体竞争新格局透析

### 第一节 2010年中国传统媒体与新媒体的竞争分析

- 一、新媒体环境下的传媒创新特征
- 二、新媒体对传统媒体的冲击分析
- 三、新媒体受众接触率已经超越传统媒体
- 四、新媒体与传统媒体竞争分析
- 五、传统媒体与新兴媒体的竞争格局
- 六、危机促进传统媒体向新媒体转变
- 七、新媒体与传统媒体的融合

## 八、中国新媒体广告增长远超传统媒体

### 第二节 新媒体竞争现状分析

- 一、国内新媒体竞争进入2.0时代
- 二、新媒体同质化竞争加速行业洗牌
- 三、2010年出版传媒集团加速“进攻”新媒体
- 四、外资角逐我国新媒体市场

### 第三节 新媒体竞争策略分析

- 一、三网融合背景下新媒体的竞争策略
- 二、提高新媒体核心竞争力策略

## 第十章 2010年中国新媒体行业相关上市企业运营状况分析

### 第一节 上海东方明珠（集团）股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第二节 中视传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第三节 成都博瑞传播股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第四节 湖南电广传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第五节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

#### 第六节 陕西广电网络传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第十一章 2011-2015年新媒体行业发展趋势

#### 第一节 2011-2015年中国新媒体行业前景分析

- 一、未来新媒体的发展趋势展望
- 二、中国新媒体未来发展前景广阔
- 三、我国新媒体产业发展趋势
- 四、中国新媒体市场发展预测
- 五、2011-2015年新媒体发展方向探讨
- 六、2011-2015年新媒体市场规模预测

#### 第二节 2011-2015年新媒体行业发展趋势

- 一、2011-2015年中国新媒体产业发展十大趋势

- 二、2011-2015年中国新媒体趋势预测报告
- 三、2011-2015年中国新媒体市场发展预测
- 四、2011-2015年新媒体成为高端消费品传播新通路
- 五、2011-2015年中国新媒体市场规模预测

### 第三节 中国电视与网络新媒体融合发展

- 一、电视与新媒体的融合
- 二、市场竞争及优势互补融合

### 第四节 中国报业必将转型为新媒体机构

- 一、传媒环境的变化
- 二、未来的传媒格局
- 三、新媒体环境下的报业发展
- 四、转型之路——“化被动为主动”

## 第十二章 2011-2015年新媒体行业发展策略

### 第一节 我国新媒体产业发展瓶颈及对策

- 一、我国新媒体产业发展中所面临的瓶颈
- 二、产业基础设施的重要性
- 三、国家新媒体产业基地在产业发展中的实践

### 第二节 新媒体发展模式及策略分析

- 一、新媒体动漫营销的新模式
- 二、户外新媒体的价值创新路径
- 三、户外新媒体的发展策略
- 四、广播电视新媒体的发展策略
- 五、央视进军移动传媒
- 六、数字新媒体需适度营销

### 第三节 移动媒体的运营与发展策略——湖北移动频道为例

- 一、湖北移动频道的发展现状
- 二、湖北移动频道发展存在的问题
- 三、湖北移动频道的发展策略

### 第四节 传统电视的新媒体发展策略

- 一、新媒体对传统电视的影响
- 二、传统电视的新媒体发展策略

## 第五节 经验借鉴：英国第四频道新媒体品牌运营策略

- 一、全方位多渠道拓展品牌内涵
- 二、建立新旧媒体融合统一的品牌形象
- 三、实现传统电视节目内容的传播增值
- 四、提升新媒体形态下的品牌核心竞争力
- 五、在互动中提升品牌影响力

## 第六节 经验借鉴：法新社新媒体发展战略

- 一、大力发展新媒体产品
- 二、以渠道合作扩张市场

## 第十三章 2011-2015年中国新媒体行业投资战略规划研究

### 第一节 2010年中国新媒体产业投资概况

- 一、中国新媒体产业投资环境
- 二、中国新媒体投资特性
- 三、中国新媒体产业投资周期
- 四、新媒体的盈利方式分析

### 第二节 2011-2015年中国新媒体产业投资机会分析

- 一、新媒体行业风险投资形势分析
- 二、无线新媒体逆势飘红加大投资力度

### 第三节 2011-2015年中国新媒体行业投资战略分析

- 一、新媒体VC投资策略分析
- 二、专家建议

### 图表目录：

图表：新媒体的经济学特性

图表：2004-2010年中国网民人数增长情况

图表：2002-2010年中国互联网普及率

图表：互联网的应用功能分类

图表：2006-2010年中国新媒体产业规模

图表：2006-2010年中国新媒体产业细分市场结构

图表：移动网络升级带来的增值业务提升

图表：两种主流地面广播技术标准比较

图表：基于移动通信和数字广播的移动电视业务比较

图表：2006-2010年中国车载电视市场规模及增长预测

图表：Media.与Media.的对比

图表：公交移动受众人群特征

图表：公交移动受众时段调查

图表：国际移动电视广播标准

图表：融合运营商业模式

图表：融合运营商业模式下手机电视产业运营的具体操作层面

图表：2007-2012年全球手机电视市场规模及增长

图表：2010年手机单机游戏市场数据分析

图表：2010年手机网游市场数据分析

图表：手机游戏产品流程

图表：2004-2011年中国手机游戏总体市场规模及预测

图表：2010年中国手机游戏市场规模组成模块比例

图表：2004-2011年中国手机游戏市场用户规模及预测

图表：2006-2010年手机网游用户占总体手机游戏用户比例

图表：非即时互动&ldquo;树状传播&rdquo;模式

图表：可即时互动&ldquo;树状+网状传播&rdquo;模式

图表：2010年1季度短信业务增量速度情况

图表：2010年2季度中国移动增值细分市场份

图表：2007年-2010年中国SMS市场规模及增长

图表：2008-2012年全球手机广告市场规模预测

图表：2005-2010年中国无线广告市场规模及增长率

图表：典型IPTV业务组成

图表：IPTV厂商所面临的外部环境

图表：广电运营商的SWOT分析

图表：电信运营商的SWOT分析

图表：IPTV领域广电和电信的博弈矩阵

图表：IPTV领域广电和电信的博弈矩阵

图表：2003-2010年上半年中国IPTV用户数

图表：2010第中国IPTV市场用户数市场份额

图表：2008-2012年中国IPTV用户数

图表：IPTV产业链示意图

图表：2006-2010年我国IPTV用户规模发展情况

图表：2006-2012年中国网络视频市场规模及增长率

图表：2009-2012年中国网络视频市场发展的影响因素

图表：2010年中国网络视频市场规模

图表：2008-2012年中美网络视频用户规模对比

图表：2008年中国网络视频行业主要细分领域广告主数量

图表：一些典型的视频（广告）营销形式

图表：2009-2012年中国网络视频广告市场发展的影响因素

图表：2006-2010年中国网络视频市场规模及增长率

图表：2003-2007年中国博客规模发展情况

图表：博客价值链

图表：博客作者总规模

图表：活跃博客作者规模

图表：博客作者拥有的博客帐户数量

图表：活跃用户拥有博客帐户的数量

图表：2002-2007年活跃博客作者的增长趋势

图表：博客开始使用互联网的时间分布

图表：博客作者的网龄分布特点

图表：博客作者的平均上网时间

图表：每个博客作者的注册博客帐户的数量

图表：博客作者的博客状态

图表：博客作者注册博客的原因

图表：博客作者注册博客的动因分析

图表：博客作者更新博客的频率

图表：博客作者停止更新博客的原因

图表：博客作者日志内容分布

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

图表：博客作者链接什么人的博客

图表：博客作者中参加博客圈的比例

图表：博客作者参加博客圈的类型

图表：博客作者是否在博客中留下自己的真实信息

图表：博客上个人真实信息的类型

图表：博客作者的博客日志内容与线下行为的一致性

图表：博客作者对增值服务的态度

图表：博客作者的性别比例

图表：博客作者的学历构成

图表：博客作者的职业类别

图表：博客作者收入情况

图表：博客注册用户的博文浏览行为

图表：博客作者浏览博客的频率

图表：博客注册用户是否有固定浏览别人博客的行为

图表：博客作者进入固定浏览博客页面的方式

图表：获知博客的渠道分布

图表：浏览博客的目的分析

图表：经常浏览的博客内容类别

图表：经常浏览那些人的博客

图表：博客工具使用度研究

图表：网民浏览博文与新闻的时长比较

图表：网民浏览博文与新闻的频率比较

图表：网民对博文与新闻的信任度比较

图表：博客作者对博客平台的满意度情况

图表：博客作者是否更换过博客平台

图表：博客作者更换博客平台的原因

图表：博客作者使用过的博客功能或者工具

图表：博客作者对博客平台功能的需求

图表：博客作者对自己的博客使用独立域名的需求状况

图表：博客作者对个性化博客域名的接受度

图表：2007-2011年中国网页游戏用户付费率

图表：2010年中国网络游戏市场季度收入规模

图表：2006-2011年中国网络广告联盟市场规模

图表：2007年2季度-2008年2季度中国网络广告市场规模

图表：2003-2011年中国网络广告市场规模

图表：2010年中国网络广告市场规模



图表：2010年中国主要形式网络广告市场份额比较

图表：2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010年一季度中国三产业增加值结构图

图表：2008-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2000-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表：2005-2010年我国社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2009年我国财政收入支出走势图

图表：2009年1月-2010年4月人民币兑美元汇率中间价

图表：2010年4月人民币汇率中间价对照表

图表：2009年1月-2010年3月中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009年1月-2010年3月中国货币供应量的增速走势图

图表：2001-2009年中国外汇储备走势图

图表：2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表：2008年12月23日中国人民币利率调整表

图表：2007-2008年央行历次调整利率时间及幅度表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2009年中国就业人数走势图

图表：2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：1978-2009年中国城镇化率走势图

图表：2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：上海东方明珠（集团）股份有限公司主要经济指标走势图

图表：上海东方明珠（集团）股份有限公司经营收入走势图

图表：上海东方明珠（集团）股份有限公司盈利指标走势图

图表：上海东方明珠（集团）股份有限公司负债情况图

图表：上海东方明珠（集团）股份有限公司负债指标走势图

图表：上海东方明珠（集团）股份有限公司运营能力指标走势图

图表：上海东方明珠（集团）股份有限公司成长能力指标走势图

图表：中视传媒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：中视传媒股份有限公司经营收入走势图

图表：中视传媒股份有限公司盈利指标走势图

图表：中视传媒股份有限公司负债情况图

图表：中视传媒股份有限公司负债指标走势图

图表：中视传媒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：中视传媒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：成都博瑞传播股份有限公司主要经济指标走势图

图表：成都博瑞传播股份有限公司经营收入走势图

图表：成都博瑞传播股份有限公司盈利指标走势图

图表：成都博瑞传播股份有限公司负债情况图

图表：成都博瑞传播股份有限公司负债指标走势图

图表：成都博瑞传播股份有限公司运营能力指标走势图

图表：成都博瑞传播股份有限公司成长能力指标走势图

图表：湖南电广传媒股份有限公司主要经济指标走势图

图表：湖南电广传媒股份有限公司经营收入走势图

图表：湖南电广传媒股份有限公司盈利指标走势图

图表：湖南电广传媒股份有限公司负债情况图

图表：湖南电广传媒股份有限公司负债指标走势图

图表：湖南电广传媒股份有限公司运营能力指标走势图

图表：湖南电广传媒股份有限公司成长能力指标走势图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司主要经济指标走势图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司经营收入走势图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司盈利指标走势图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司负债情况图

图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司负债指标走势图  
图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司运营能力指标走势图  
图表：北京歌华有线电视网络股份有限公司成长能力指标走势图  
图表：陕西广电网络传媒股份有限公司主要经济指标走势图  
图表：陕西广电网络传媒股份有限公司经营收入走势图  
图表：陕西广电网络传媒股份有限公司盈利指标走势图  
图表：陕西广电网络传媒股份有限公司负债情况图  
图表：陕西广电网络传媒股份有限公司负债指标走势图  
图表：陕西广电网络传媒股份有限公司运营能力指标走势图  
图表：陕西广电网络传媒股份有限公司成长能力指标走势图  
图表：中国新媒体在美国纳斯达克上市情况  
图表：纳斯达克中国新媒体企业广告营收  
图表：主要代表企业在纳斯达克沉浮  
图表：广告市场变化与经济发展周期的关联  
图表：户外新媒体投放量大的行业受冲击较小  
图表：新媒体逐渐被大型广告主认可  
图表：途中媒体的四个层次  
图表：媒体的内在价值标准  
图表：媒体的外部环境

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201102/61493.html>