

2015-2020年中国光纤通信 市场监测与趋势预测分析报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国光纤通信市场监测与趋势预测分析报告》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/qtzzh1503/U2510481GF.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】2026-04-16

【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：

第一章 光纤通讯产业的定义与发展

第一节 光纤与光纤通讯 1

- 一、光纤通讯的定义与特点 1
- 二、光纤通信产品的种类和性能 2

第二节 光纤通讯的发展历程 10

- 一、光通信发展概况 10
- 二、光纤通信的应用意义 12
- 三、光通信在中国的发展 16
- 四、各通信网发展及对光通信发展的推动力 20
 - (一) 电信网发展趋势及对光通信发展的推动力 20
 - (二) 其它专用通信网的发展对光通信发展的推动作用 22
- 五、光通信发展综述 22
 - (一) 光通信产业构成与行业特性 22
 - (二) 光纤通信产业技术发展概况 25
 - (三) 光通信产业的国际市场状况 27
- 六、世界光纤通信产品市场远景 31
 - (一) 光纤通信产品市场急增的原因 31
 - (二) 光纤光缆的应用趋势 32

第二章 光纤通信市场现状分析

第一节 2013-2014年光通信行业发展现状 33

- 一、我国光通信行业规模与发展现状 33
- 二、我国光纤市场及产业结构分析 34
 - (一) 我国光纤市场供需分析 35
 - (二) 国内光纤产能状况 36
 - (三) 我国光纤产业结构不合理的主要原因与调整建议 38
- 三、我国光纤通信市场特点分析 39
- 四、光纤光缆市场分析 43
 - (一) 中国光纤光缆市场的容量及预测 43
 - (二) 中国光纤光缆市场的组成及容量特点 45

(三) 中国电信改革和联通、广电的变革对光缆需求的影响	47
(四) 不同结构的带缆的市场容量及趋势分析	47
(五) G.655光纤的市场前景	48
(六) 电力专用光缆(ADSS、OPGW)的趋势预测	48
(七) 室内光缆的市场前景和走势	49
(八) 光纤光缆价格走势及其对光缆而求的影响	49
(九) 新技术的发展对光纤光缆行业发展的影响	50
五、我国光通信产业面临的机遇和挑战	51
(一) 加入WTO对我国光通信设备制造商的影响	51
(二) 我国光通信设备制造商目前面临的主要问题及应对策略	52
第二节 光纤通信市场子行业分析	53
一、我国光传输设备市场分析	53
(一) 光传输设备市场国际国内发展现状与趋势	53
(二) 我国光传输设备市场现状	54
(三) 光传输设备的技术走势	56
二、光纤光缆行业现状分析	61
(一) 国际国内光纤产业的变化	62
(二) 国际国内光纤市场分析	64
三、光电器件市场	70
四、光纤通信系统设备市场	72
(一) 全球市场概况	73
(二) 国内市场概况	74
第三节 主要光纤通信产品市场分析	76
一、光纤配线设备的现状和发展趋势	76
二、DWDM市场分析	81
(一) DWDM产品的市场格局及各大公司的光网络理念	81
(二) 各大公司的DWDM产品和它们的光网络解决方案	83
(三) DWDM市场状况分析	86
三、光纤连接器的现状及发展分析	90
四、光纤放大器发展现状与最新动向	101
五、光通信用光开关现状与市场前景	111
第四节 我国光纤通信市场态势分析	114

一、中国光传输市场的进入新格局	114
二、中国光纤通信市场发展趋势	115
三、中国光传输设备市场分析	117
(一) 光传输设备市场规模继续扩大	117
(二) 国内设备提供商脱颖而出	118
四、光纤通信市场综合分析	121
第三章光纤通信市场技术发展状况分析	
第一节 2013-2014年中国光纤通信技术的现状及未来	124
一、我国光通信历程的回顾	124
二、我国光通信研究开发与应用的现状	126
三、我国光纤通信技术发展的展望	128
第二节 光纤通信技术发展现状分析	129
一、世界光纤通信技术发展与产品市场	129
(一) 世界光纤通信技术发展概况	129
(二) 主要光纤通信技术与产品市场	131
二、光纤光缆技术的发展与市场应用分析	133
(一) 光纤制造技术的发展	134
(二) 光缆技术的进展	136
(三) 光纤通信技术进展	144
第四章光纤通信市场企业与投资分析	
第一节 我国光纤通信企业概况	153
(一) 全球光纤行业重要企业介绍	153
(二) 我国光纤通信行业企业分类	154
第二节 我国光通信行业企业比较分析	158
一、光纤通信上市公司比较与分析	158
二、主要光通信企业重点分析	162
(一) 烽火通信公司	162
(二) 长江通信公司	169
第三节 2013-2014年光纤通信行业投资分析	174
一、国内外光纤市场产业及投资形势	174
(一) 光纤市场成长与需求变化	174
(二) 光纤产业投资变化分析	175

(三) 行业市场垄断与行业发展	176
二、光通信产业潜在投资热点—VCSEL	179
第五章 光纤通信产业未来发展与预测	
第一节 我国光纤通信产业未来发展分析	193
一、我国光纤市场发展的驱动力	193
二、电信拆分与重组对我国光网络的影响	194
三、我国光通信产业“十一五”发展规划	198
四、全球光纤光缆市场继续平稳过渡	202
第二节 我国光纤通信市场产品技术发展预测	204
一、全球光纤光缆市场发展趋势与需求热点	204
二、中国光通信行业产能过剩光通信市场价格走低	206
三、主要光通信产品市场预测	207
四、光通信领域的技术发展趋势	210
附录：中国电信“八横八纵”光缆干线网工程	211
图表目录：	
图表：美国五大主要电信业务承载商的光纤利用率	20
图表：光纤光缆全球市场分配预估	28
图表：我国光纤行业现状分析	36
图表：近年我国光纤生产企业生产概况	37
图表：主要光纤生产厂家的生产情况	40
图表：全球光缆市场增长速率	43
图表：我国光纤市场需求量统计预测(1997~2007)	43
图表：我国光缆需求量和平均芯数的统计及预测(1997~2007)	45
图表：全国主要光缆生产企业2013-2014年光缆市场供应量	50
图表：中国光纤和光缆市场状况	64
图表：中国光纤、光缆市场历史与预测数据	64
图表：我国光通信网络覆盖情况	65
图表：全国主要光缆生产企业2014年光缆产量	66
图表：我国近几年光纤市场规模	66
图表：我国近几年光缆市场规模	67
图表：2013-2014年光纤铺设情况图	67
图表：光电端机、光有源器件、光连接器的市场预测	71

图表：我国光端机、光连接器的市场历史与预测数据	71
图表：全球光纤通信各类产品的市场现状及预测趋势	73
图表：中国光纤、光缆及有关设备市场历史与预测数据	74
图表：各公司在中国光传输设备市场所占份额	75
图表：我国光纤配线设备通信市场的预测	79
图表：我国光缆连接器的需求预测	80
图表：世界主要DWDM产品光通信公司	84
图表：2013-2014年DWDM市场分布状况	87
图表：光纤连接器的分类	91
图表：光纤连接器光学特性的确定	92
图表：光纤连接器机械性能的确定	93
图表：光纤连接器环境性能的确定	94
图表：不同材料对光纤连接器性能的影响	99
图表：美国城域/接入光网设备市场规模（单位：百万美元）	133
图表：各种预制棒制造工艺比较	135
图表：1000芯骨架式光缆结构	138
图表：各种FRP加强件的性能和用这些加强件时光缆的相对重量	139
图表：最佳光缆设计方案	139
图表：1000芯光缆的弯曲刚度	140
图表：光通信产业上市公司基本情况	160
图表：光通信产业上市公司资产、赢利、规模状况比较	160
图表：主要上市公司每股收益比较	160
图表：烽火通信公司主要财务指标	167
图表：烽火通信公司募集资金投向	168
图表：光缆行业企业一览	183
图表：中国电信拆分后各运营商光网络状况	195
图表：中国近几年通信投资状况	196
图表：2014年1-12月电信业投资状况	196
图表：2013-2014年1-12月电信业投资状况	196
图表：2013-2014年光纤铺设情况	196
图表：各地区光电产业基地“十五”发展规划一览	201

报告目录：

第1章：传媒产业定义及发展环境分析 31

1.1 传媒产业定义 31

1.1.1 传媒产业定义 31

1.1.2 传媒产业在国民经济中的地位分析 33

1.2 传媒产业政策环境分析 34

1.2.1 传媒产业管理体制 34

(1) 主管部门 34

(2) 监管体制 35

1.2.2 传媒产业主要政策及法律法规 36

(1) 《新闻出版业“十二五”时期发展规划》 36

(2) 文化业入选《产业结构调整指导目录（2014年本）》鼓励类 56

(3) 《“十二五”时期文化产业倍增计划》 58

(4) 有线电视网络行业相关政策 85

1.2.3 传媒产业体制改革进展分析 87

(1) 报刊体制改革进展 87

(2) 图书出版发行体制改革进展 89

(3) 广播电视体制改革进展 96

(4) 音像出版业体制改革进展 100

(5) 电影体制改革进展 104

1.3 传媒产业环境分析 105

1.3.1 国际宏观经济环境分析 105

(1) 国际宏观环境发展现状 105

(2) 国际宏观经济发展预测 112

1.3.2 国内宏观经济环境分析 112

(1) 国内宏观经济发展现状 112

(2) 国内宏观经济发展预测 113

1.4 传媒产业社会环境分析 115

1.4.1 舆论多元化 115

1.4.2 公民展开新闻运动 116

1.4.3 传媒市场“碎片化” 119

1.4.4 社群圈子形成 130

1.4.5 判据感性化	138
第2章：国内外传媒产业发展现状及趋势分析	140
2.1 国外传媒产业发展现状及趋势分析	140
2.1.1 全球传媒产业发展现状分析	140
(1) 全球传媒产业发展概况	140
(2) 全球传媒产业发展特征	142
2.1.2 美国传媒产业发展状况	149
(1) 美国传媒产业总体概况	149
(2) 美国传统媒体产业发展状况	153
(3) 美国新媒体产业发展状况	164
2.1.3 英国传媒产业发展状况	168
(1) 英国传媒产业总体概况	168
(2) 英国传统媒体产业发展状况	173
(3) 英国新媒体产业发展状况	173
2.1.4 日本传媒产业发展状况	174
(1) 日本传媒产业总体概况	174
(2) 日本传统媒体产业发展状况	178
(3) 日本新媒体产业发展状况	182
2.1.5 全球传媒产业发展趋势分析	187
2.2 国内传媒产业发展现状及趋势分析	190
2.2.1 国内传媒产业发展总体概况	190
(1) 总产值及增长情况	190
(2) 细分市场规模及增长情况	191
(3) 市场结构	195
(4) 产业形态	199
2.2.2 国内传媒产业发展现状分析	201
(1) 传统媒体产业发展现状分析	201
(2) 新媒体产业发展现状分析	203
2.2.3 国内传媒产业发展趋势分析	205
第3章：传统媒体产业发展现状及趋势分析	206
3.1 报纸产业发展现状及趋势分析	206
3.1.1 报纸产业发展规模分析	206

- (1) 报纸产业总体规模分析 206
- (2) 报纸出版发行规模分析 206
- (3) 报纸广告规模分析 208
- 3.1.2 报纸发行市场竞争分析 213
 - (1) 报纸发行市场概况 213
 - (2) 都市类报纸区域竞争格局分析 217
 - (3) 其他类别报纸市场竞争格局分析 225
- 3.1.3 报纸广告市场运行分析 226
 - (1) 报纸广告市场概况 226
 - (2) 报纸广告市场结构分析 226
 - (3) 传媒环境变化对报业的影响分析 229
- 3.1.4 报业集团上市情况 230
- 3.1.5 报纸产业发展趋势分析 231
- 3.2 图书产业发展现状及趋势分析 234
 - 3.2.1 图书产业发展规模分析 234
 - (1) 图书出版社数量 234
 - (2) 图书发行网点数量与出版发行业从业人数 234
 - (3) 图书出版及销售情况 235
 - (4) 图书进出口与版权引进输出情况 236
 - 3.2.2 2014年图书出版产业政策解析 238
 - 3.2.3 2014年图书出版产业进展分析 239
 - (1) 主题出版 239
 - (2) 数字化转型 239
 - 3.2.4 2014年图书出版产业资本运作分析 246
 - 3.2.5 图书出版产业发展趋势分析 250
- 3.3 期刊产业发展现状及趋势分析 251
 - 3.3.1 期刊产业发展规模分析 251
 - (1) 期刊出版规模 251
 - (2) 期刊类群结构 251
 - (3) 期刊销售和广告规模 255
 - 3.3.2 期刊发行市场竞争格局分析 257
 - (1) 期刊市场概况 257

- (2) 时尚类期刊竞争格局分析 259
- (3) 汽车类期刊竞争格局分析 263
- (4) 财经类期刊竞争格局分析 265
- (5) 家居类期刊竞争格局分析 265
- 3.3.3 期刊产业发展趋势分析 265
- 3.4 广播音像产业发展现状及趋势分析 268
- 3.4.1 广播产业发展现状分析 268
 - (1) 广播产业发展规模 268
 - (2) 广播产业受众市场分析 268
 - (3) 广播广告经营分析 270
 - (4) 广播产业发展特点 270
- 3.4.2 音像产业发展现状分析 274
 - (1) 音像产业发展规模 274
 - (2) 不同类别音像载体出版情况 274
 - (3) 音像产业进出口分析 275
- 3.4.3 广播收听市场分析 276
 - (1) 广播听众规模 276
 - (2) 城市广播听众特征 277
 - (3) 听众的收听行为分析 278
 - (4) 听众的收听需求分析 279
- 3.4.4 广播市场竞争格局分析 279
 - (1) 总体市场竞争格局 279
 - (2) 区域市场竞争格局 280
 - (3) 各类频率竞争格局 280
- 3.4.5 广播产业融媒体转型分析 281
 - (1) 融合背景下广播生态分析 281
 - (2) 国家电台融媒体转型案例分析 284
- 3.4.6 广播产业发展趋势分析 289
- 3.5 电视产业发展现状及趋势分析 292
- 3.5.1 电视产业发展现状分析 292
 - (1) 电视产业基础 292
 - (2) 电视节目制播情况 292

- (3) 电视产业规模 292
- 3.5.2 电视市场收视特征与竞争趋势分析 294
 - (1) 收视总量及其分布特征 294
 - (2) 各级频道竞争现状及变化特征 304
 - (3) 各级频道主要节目类型特征和受众收视特点 313
- 3.5.3 网络电视发展特点及趋势分析 314
 - (1) 网络电视定义及分类 314
 - (2) 网络电视与传统电视的区别 314
 - (3) 网络电视发展特点及趋势分析 321
- 3.5.4 电视产业发展趋势分析 322
- 3.6 电影产业发展现状及趋势分析 324
 - 3.6.1 电影产业发展规模分析 324
 - (1) 电影基础设施规模 324
 - (2) 电影产量规模 324
 - (3) 电影收入规模 324
 - 3.6.2 电影产业格局分析 325
 - (1) 资本进入电影产业，电影产业进入资本市场 325
 - (2) 上市企业股市表现低迷，企业谋求多元发展 326
 - (3) 广播电视行业与电影牵手联姻 327
 - (4) 互联网公司进军电影产业 331
 - 3.6.3 电影生产发展特征分析 332
 - (1) 优质企业产品优势更趋明显 332
 - (2) 中小成本影片形态多样 332
 - (3) 合拍片凸显市场竞争优势 333
 - (4) 国产3D紧急起步 333
 - (5) 国产动画电影迎来发展高潮 334
 - 3.6.4 电影市场发展特征分析 335
 - (1) 中小城市进入主流影院市场 335
 - (2) 院线竞争格局基本稳定 336
 - (3) 全年电影市场持续高温 337
 - (4) 影院促销手段多元化 337
 - (5) 农村放映工程全面实施 338

- (6) 国际交流活动频繁 339
- (7) 海外票房有所下降 339
- (8) 国产动画等待春天的到来 340
- 3.6.5 3D电影发展分析 342
 - (1) 3D电影票房分析 342
 - (2) 3D电影发展契机 344
 - (3) 3D技术亟待强化“融合性” 347
 - (4) 3D电影发展中存在的问题 347
 - (5) 3D电影产业的发展路径 348
- 3.6.6 电影产业发展趋势分析 349
- 第4章：新媒体产业发展现状及趋势分析 352
- 4.1 传统媒体数字化发展现状及趋势分析 352
- 4.1.1 数字报纸发展分析 352
 - (1) 数字报纸发展规模分析 352
 - (2) 报业数字化转型分析 353
 - (3) 3D报纸发展分析 355
 - (4) 数字报纸发展趋势分析 356
- 4.1.2 数字图书发展分析 357
 - (1) 数字图书发展现状 357
 - (2) 数字图书技术分析 359
 - (3) 数字图书应用模式 359
 - (4) 数字图书制作来源及前景分析 359
 - (5) 电子书市场主流经营模式及终端竞争格局分析 361
- 4.1.3 数字期刊发展分析 362
 - (1) 数字期刊发展现状分析 362
 - (2) 纸质期刊的数字化转型分析 364
 - (3) 数字期刊的发展趋势分析 367
- 4.1.4 数字广播/音像发展分析 368
 - (1) 数字广播/音像发展现状分析 368
 - (2) 数字广播/音像发展趋势分析 370
- 4.1.5 数字电视发展分析 372
 - (1) 数字电视用户规模 372

- (2) 数字电视市场结构 373
- (3) 有线数字电视发展分析 373
- (4) 数字电视发展趋势分析 375
- 4.1.6 数字电影发展分析 376
 - (1) 数字电影发展现状分析 376
 - (2) 数字电影发展趋势分析 377
- 4.2 互联网传媒产业发展现状及趋势分析 379
 - 4.2.1 互联网发展规模分析 379
 - (1) 互联网网民规模 379
 - (2) 互联网资源规模 379
 - 4.2.2 互联网经济发展分析 380
 - (1) 网络经济规模 380
 - (2) 网络应用结构 381
 - (3) 网络经济细分市场发展分析 381
 - 4.2.3 互联网传媒产业发展分析 393
 - (1) 互联网传媒产业基本状况 393
 - (2) 互联网传媒产业细分市场情况 395
 - 4.2.4 互联网传媒产业主要变化分析 409
 - (1) 国家政策变化 409
 - (2) 技术和新产业业态变化 411
 - (3) 融资变化 411
 - (4) 重大事件 411
 - 4.2.5 互联网传媒产业发展趋势分析 413
- 4.3 移动媒体产业发展现状及趋势分析 414
 - 4.3.1 移动媒体基础资源发展情况 414
 - (1) 用户规模 414
 - (2) 移动终端 415
 - (3) 移动网络建设 416
 - 4.3.2 移动媒体产品与服务发展情况 417
 - (1) 用户使用情况 417
 - (2) 市场规模情况 418
 - 4.3.3 手机媒体发展分析 419

- (1) 手机媒体发展概况 419
- (2) 手机媒体各项业务发展情况 422
- (3) 手机媒体发展面临的机遇与挑战 425
- 4.3.4 户外媒体发展分析 427
 - (1) 户外媒体发展概况 427
 - (2) 户外媒体市场分析 427
 - (3) 户外媒体发展趋势 431
- 4.3.5 移动互联网发展热点解析 431
 - (1) 3G发展 431
 - (2) iPad发展 432
 - (3) 应用 (Application) 发展 434
 - (4) 微博与LBS发展 435
 - (5) 手机游戏与移动支付发展 436
- 第5章：新媒体与传统媒体融合及全媒体发展分析 439
- 5.1 新媒体与传统媒体的融合发展分析 439
 - 5.1.1 新媒体与传统媒体融合的必然性分析 439
 - (1) 新媒体的优越性和局限性 439
 - (2) 传统媒体的不可替代性 440
 - (3) 传统媒体与新媒体的融合与发展 441
 - 5.1.2 美国传统媒体与新媒体融合的几种方式 443
 - (1) 实时提供实用信息 443
 - (2) 内容多次开发利用 444
 - (3) 大量运用社交媒体 444
 - (4) 数据视觉化，互动个性化 444
 - (5) 积极拓展流媒体空间 445
 - 5.1.3 电视媒体与网络媒体融合发展现状分析 445
 - (1) 取长补短之融合——电视媒体与网络媒体 445
 - (2) 电视媒体与网络媒体融合发展情况 446
 - (3) 电视媒体与网络媒体在融合过程中存在问题分析 450
 - (4) 电视媒体融合网络媒体的具体对策 452
 - 5.1.4 传统媒体与新媒体融合发展趋势分析 457
 - (1) 新媒体体系逐渐成型 457

- (2) 传统媒体积极转型 458
- (3) 传统媒体与新兴媒体优势互补形成新型媒体 458
- 5.2 全媒体发展分析 459
 - 5.2.1 全媒体战略提出的背景 459
 - 5.2.2 全媒体概念解析 461
 - (1) 全媒体概念 461
 - (2) 全媒体与新媒体的区别 462
 - 5.2.3 传统媒体选择全媒体战略的现实基础 463
 - 5.2.4 传统媒体实施全媒体战略的关键点 464
 - 5.2.5 全媒体战略风险分析 466
 - (1) 全媒体易导致内容同质化 466
 - (2) 全媒体对竞争力的消解 466
 - (3) 全媒体导致的磨合风险 467
 - (4) “全”媒体记者与“专”的矛盾 468
 - 5.2.6 全媒体发展现状分析 471
 - (1) 主要的全媒体发展模式 471
 - (2) 全媒体实践分析 473
 - 5.2.7 全媒体的发展和内容管理面临的新挑战 479
 - (1) 全媒体平台建设方面的主要问题 479
 - (2) 全媒体品牌建设方面的主要问题 480
 - (3) 全媒体内容管理方面的主要问题 481
 - (4) 全媒体发展和管理的对策建议 482
 - 5.2.8 全媒体发展趋势分析 486
- 5.3 北京电视台网络春晚个案分析 486
 - 5.3.1 北京电视台网络春晚举办概况 486
 - 5.3.2 北京电视台网络春晚诞生背景 488
 - (1) 面对观众流失，谋求观众回归新途径 488
 - (2) 视频业务崛起，构建全民同乐新思路 489
 - (3) 三网融合，推动三屏联动新突破 490
 - 5.3.3 北京电视台网络春晚运作情况 492
 - (1) 三大平台通力合作 492
 - (2) 各方高手加盟策划 492

- (3) 过亿网民点将支招 493
- 5.3.4 北京电视台网络春晚差异定位 493
 - (1) 全民参与, 草根登上舞台 493
 - (2) 风格活泼, 吸引年轻受众 493
- 5.3.5 首届网络互动春晚的影响和启示 494
 - (1) 需求就是硬道理 494
 - (2) 融合创造机会 494
 - (3) 内容为王, 渠道制胜 494
- 5.4 盛大集团从游戏门户向全媒体转型个案分析 495
 - 5.4.1 盛大转型的基本历程 495
 - (1) 盛大的总体情况 495
 - (2) 盛大的转型历程 495
 - 5.4.2 盛大现阶段的业务布局 498
 - (1) 盛大在线 498
 - (2) 盛大游戏 499
 - (3) 盛大文学 499
 - (4) 盛大互动游戏业务——云游天地 500
 - (5) 盛大无限娱乐业务——华友世纪 500
 - (6) 盛大音乐 504
 - (7) 盛大影视业务——华影盛世 504
 - (8) 盛大互联网视频业务——酷6网 505
 - 5.4.3 盛大成功转型的启示 506
 - (1) 强化核心竞争力, 打通健康产业链 506
 - (2) 通过资本运作, 整合产业链资源 507
 - (3) 成立创新院, 引领企业发展 508
- 5.5 华视整合车载移动电视广告资源个案分析 509
 - 5.5.1 华视传媒车载移动电视广告联播网的发展历程 509
 - (1) 复制成功模式, 布局全国公交移动电视广告市场 509
 - (2) 借力资本市场, 贯通地铁与公交移动电视广告市场 509
 - 5.5.2 车载移动电视的传播价值分析 510
 - (1) 户外实时移动 510
 - (2) 提供精短信息 511

- (3) 受众人群稳定 512
- (4) 社会影响广泛 513
- 5.5.3 华视传媒的广告价值分析 514
 - (1) 可实施广告监播 514
 - (2) 广告传播千人成本低 515
 - (3) 与传统电视广告存在良好的互补性 518
- 5.5.4 城镇化与公交优先战略为车载移动电视带来新机遇 520
- 第6章：三网融合利益格局及进展分析 521
 - 6.1 三网融合概述 521
 - 6.1.1 三网融合定义及涉及领域 521
 - 6.1.2 三网融合包含四要素分析 522
 - 6.1.3 发展三网融合的积极意义 523
 - 6.2 三网融合利益格局分析 524
 - 6.2.1 三网融合产业链利益竞争关系 524
 - 6.2.2 三网融合受益方分析 525
 - (1) 设备提供商在融合前期受益 525
 - (2) 有线运营商与内容制作商长远受益 525
 - 6.2.3 三网融合产业链投资机会分析 526
 - (1) 设备提供商 526
 - (2) 网络服务商 527
 - (3) 服务及内容提供商 531
 - 6.3 三网融合影响分析 531
 - 6.3.1 三网融合对广电网的影响 531
 - (1) 广电网未来发展思路 531
 - (2) 三网融合下广电网SWOT分析 536
 - (3) 三网融合对广电网的影响 538
 - 6.3.2 三网融合对电信网的影响 540
 - (1) 电信运营业务现状分析 540
 - (3) 三网融合下电信网SWOT分析 545
 - 6.3.3 三网融合对互联网的影响 547
 - (1) 三网融合下互联网的地位 547
 - (2) 三网融合下互联网的创新发展 548

6.4 2014年以来三网融合进展分析	550
6.4.1 运营商加大投资力度	550
6.4.2 三网融合用户数量取得突破	552
6.4.3 各地区三网融合制定试点与实施方案	554
6.5 三网融合未来展望	555
6.5.1 三网融合发展障碍分析	555
(1) 体制障碍	555
(2) 监管体制障碍	557
(3) 技术挑战	559
6.5.2 三网融合发展建议	560
(1) 设立第三方监管机构	560
(2) 完善产业标准与法规	561
(3) 形成合作竞争机制	561
(4) 打造良好的生态系统	561
6.5.3 三网融合未来展望	561
(1) 长远前景	561
(2) 2014年趋势预测	562
第7章：传媒产业领先企业经营分析	563
7.1 传统媒体产业领先企业经营分析	563
7.1.1 北青传媒股份有限公司经营情况分析	563
(1) 企业发展规模分析	563
(2) 企业主营业务分析	563
(3) 企业运营情况分析	563
(一) 企业偿债能力分析	563
(二) 企业运营能力分析	565
(三) 企业盈利能力分析	568
(4) 企业经营优劣势分析	569
(5) 企业发展战略分析	569
(6) 企业投资兼并与重组	570
(7) 企业最新发展动向	570
7.1.2 北京赛迪传媒投资股份有限公司经营情况分析	570
(1) 企业发展规模分析	570

- (2) 企业主营业务分析 570
- (3) 企业运营情况分析 571
 - (一) 企业偿债能力分析 571
 - (二) 企业运营能力分析 573
 - (三) 企业盈利能力分析 575
- (4) 企业经营优劣势分析 576
- (5) 企业发展战略分析 576
- (6) 企业最新发展动向 577

7.1.3 华闻传媒投资集团股份有限公司经营情况分析 577

- (1) 企业发展规模分析 577
- (2) 企业主营业务分析 577
- (3) 企业运营情况分析 578
 - (一) 企业偿债能力分析 578
 - (二) 企业运营能力分析 580
 - (三) 企业盈利能力分析 583
- (4) 企业经营优劣势分析 584
- (5) 企业发展战略分析 585
- (6) 企业投资兼并与重组分析 586
- (7) 企业最新发展动向 587

7.1.4 广东广州日报传媒股份有限公司经营情况分析 587

- (1) 企业发展规模分析 587
- (2) 企业主营业务分析 588
- (3) 企业运营情况分析 588
 - (一) 企业偿债能力分析 588
 - (二) 企业运营能力分析 590
 - (三) 企业盈利能力分析 593
- (4) 企业经营优劣势分析 594
- (5) 企业发展战略分析 594
- (6) 企业投资兼并与重组 595
- (7) 企业最新发展动向 595

7.1.5 上海新华传媒股份有限公司经营情况分析 596

- (1) 企业发展规模分析 596

- (2) 企业主营业务分析 596
 - (3) 企业运营情况分析 596
 - (一) 企业偿债能力分析 596
 - (二) 企业运营能力分析 598
 - (三) 企业盈利能力分析 601
 - (4) 企业经营优劣势分析 602
 - (5) 企业发展战略分析 602
 - (6) 企业投资兼并与重组分析 603
 - (7) 企业最新发展动向 603
- 7.2 新媒体产业领先企业经营分析 604

7.2.1 华视传媒集团有限公司经营情况分析 604

- (1) 企业发展规模分析 604
- (2) 企业主营业务分析 604
- (3) 企业运营情况分析 605
 - (一) 企业偿债能力分析 605
 - (二) 企业运营能力分析 607
 - (三) 企业盈利能力分析 610
- (4) 企业经营优劣势分析 611
- (5) 企业发展战略分析 611
- (6) 企业最新发展动向 612

7.2.2 上海东方明珠(集团)股份有限公司经营情况分析 612

- (1) 企业发展规模分析 612
- (2) 企业主营业务分析 612
- (3) 企业运营情况分析 613
 - (一) 企业偿债能力分析 613
 - (二) 企业运营能力分析 615
 - (三) 企业盈利能力分析 618
- (4) 企业经营优劣势分析 619
- (5) 企业发展战略分析 620
- (6) 企业最新发展动向 620

7.2.3 TOM集团有限公司经营情况分析 620

- (1) 企业发展规模分析 620

- (2) 企业主营业务分析 621
- (3) 企业运营情况分析 621
 - (一) 企业偿债能力分析 621
 - (二) 企业运营能力分析 623
 - (三) 企业盈利能力分析 626
- (4) 企业经营优劣势分析 627
- (5) 企业发展战略分析 627
- (6) 企业最新发展动向 628
- 7.2.4 分众传媒控股有限公司经营情况分析 628
 - (1) 企业发展规模分析 628
 - (2) 企业主营业务分析 628
 - (3) 企业运营情况分析 629
 - (一) 企业偿债能力分析 629
 - (二) 企业运营能力分析 631
 - (三) 企业盈利能力分析 634
 - (4) 企业经营优劣势分析 635
 - (5) 企业发展战略分析 636
 - (6) 企业最新发展动向 636
- 7.2.5 北京航美传媒广告有限公司经营情况分析 636
 - (1) 企业发展规模分析 636
 - (2) 企业主营业务分析 637
 - (3) 企业运营情况分析 637
 - (一) 企业偿债能力分析 637
 - (二) 企业运营能力分析 639
 - (三) 企业盈利能力分析 642
 - (4) 企业经营优劣势分析 643
 - (5) 企业发展战略分析 643
 - (6) 企业最新发展动向 644
- 第8章：传媒产业投融资现状分析及建议 645
 - 8.1 传媒产业投资特性分析 645
 - 8.1.1 传媒产业进入壁垒分析 645
 - (1) 规模经济壁垒 645

- (2) 产品差异化壁垒 646
- (3) 资源壁垒 647
- (4) 资金壁垒 648
- 8.1.2 传媒产业盈利因素分析 649
 - (1) 决策型人才因素 649
 - (2) 产业价值链因素 651
 - (3) 创意因素 652
- 8.1.3 传媒产业盈利模式分析 654
 - (1) 广播电视盈利模式 654
 - (2) 新媒体盈利模式 656
 - (3) 出版类传媒盈利模式 657
- 8.2 传媒产业投融资现状分析 659
 - 8.2.1 传媒产业投融资环境变化 659
 - (1) 信贷环境变化 659
 - (2) 金融支持政策 661
 - 8.2.2 传媒新股投融资概况 663
 - 8.2.3 传媒上市企业概况 664
 - (1) 传媒上市企业总市值概况 664
 - (2) 传媒上市企业运营概况 665
 - (3) 传媒上市企业盈利概况 665
 - 8.2.4 传媒企业上市潮解读 666
- 8.3 传媒产业投资建议 666
 - 8.3.1 传媒产业投资机会分析 666
 - (1) 影视产业投资机会 666
 - (2) 新媒体面临发展机遇 668
 - (3) 整合与数字化利好出版业 674
 - 8.3.2 传媒产业投资前景分析 674
 - (1) 政策管制风险 674
 - (2) 宏观经济波动风险 674
 - (3) 关联产业需求变动风险 675
 - (4) 传媒企业所有制风险 676
 - 8.3.3 传媒产业投资建议 676

- (1) 适当加大广告投入 676
- (2) 继续发展影视行业 676
- (3) 争当动漫行业领导者 677
- (4) 加大数字化出版投入 677

图表目录：

- 图表 1 传媒产业主要监管部门及职责 34
- 图表 2 “十一五”规划主要指标实现情况 39
- 图表 3 “十二五”时期新闻出版业发展主要指标 43
- 图表 4 社会主义核心价值观体系建设工程 45
- 图表 5 新闻出版精品生产工程 45
- 图表 6 新闻出版公共服务建设工程 47
- 图表 7 新闻出版产业发展重点 48
- 图表 8 新闻出版产业振兴工程 49
- 图表 9 新闻出版科技创新工程 51
- 图表 10 新闻出版“走出去”工程 52
- 图表 11 新闻出版市场监管工程 53
- 图表 12 美国政府加杠杆与家庭去杠杆 106
- 图表 13 美国GDP增长分项指标 106
- 图表 14 美国消费与房地产持续复苏 106
- 图表 15 美国PMI与就业情况向好 107
- 图表 16 欧元区各国GDP增长触底回升 108
- 图表 17 欧元区财政赤字与政府债务 108
- 图表 18 欧元区各国PMI指数 108
- 图表 19 欧元区各国失业率分化严重(%) 109
- 图表 20 日本国内需求逐步回升 110
- 图表 21 日本利率和汇率趋弱 110
- 图表 22 日本通货膨胀率上行 110
- 图表 23 日本进出口增长提速 111
- 图表 24 美国制造业和服务业平均每周工作小时数 141
- 图表 25 全球人均每周娱乐小时数 141
- 图表 26 美国传媒的三个重要的渠道变更时代 150
- 图表 27 好莱坞影片利润表 151

- 图表 28 美国制片厂电影和电视业务结构比重 151
- 图表 29 美国六大制片厂及其所属集团 152
- 图表 30 我国传媒业传媒总产值 190
- 图表 31 各类报纸零售市场份额 214
- 图表 32 生活服务类报纸零售发行趋势 214
- 图表 33 时政类报纸零售发行趋势 215
- 图表 34 财经类报纸零售发行趋势 216
- 图表 35 IT类报纸零售发行趋势 216
- 图表 36 天津综合类日报零售市场份额对比 218
- 图表 37 上海综合类日报零售市场份额对比 219
- 图表 38 南京综合类日报零售市场份额对比 220
- 图表 39 杭州综合类报纸整体平均销量对比 220
- 图表 40 武汉综合类日报零售市场份额对比 222
- 图表 41 郑州综合类日报零售市场份额对比 223
- 图表 42 重庆综合类日报零售市场份额对比 223
- 图表 43 综合类日报零售市场份额对比 224
- 图表 44 城市广播听众特征 277
- 图表 45 中国互联网经济规模 380
- 图表 46 2015-2020年中国电子商务市场交易规模 382
- 图表 47 2013年中国电子商务市场细分行业构成 384
- 图表 48 中国电子商务各细分市场未来发展预期 385
- 图表 49 2015-2020年中国移动互联网市场规模 414
- 图表 50 2015-2020年中国智能手机保有量 415
- 图表 51 2015-2020年中国PC网民及移动网民规模 417
- 图表 52 2015-2020年中国移动互联网细分行业结构占比 418
- 图表 53 北京网络春晚的观众构成 490
- 图表 54 北京网络春晚的收视频道 491
- 图表 55 近3年北青传媒股份有限公司资产负债率变化情况 564
- 图表 56 近3年北青传媒股份有限公司产权比率变化情况 565
- 图表 57 近3年北青传媒股份有限公司固定资产周转次数情况 565
- 图表 58 近3年北青传媒股份有限公司流动资产周转次数变化情况 566
- 图表 59 近3年北青传媒股份有限公司总资产周转次数变化情况 567

- 图表 60 近3年北京青传媒股份有限公司销售毛利率变化情况 568
- 图表 61 近3年北京赛迪传媒投资股份有限公司资产负债率变化情况 571
- 图表 62 近3年北京赛迪传媒投资股份有限公司产权比率变化情况 572
- 图表 63 近3年北京赛迪传媒投资股份有限公司固定资产周转次数情况 573
- 图表 64 近3年北京赛迪传媒投资股份有限公司流动资产周转次数变化情况 574
- 图表 65 近3年北京赛迪传媒投资股份有限公司总资产周转次数变化情况 575
- 图表 66 近3年北京赛迪传媒投资股份有限公司销售毛利率变化情况 576
- 图表 67 近3年华闻传媒投资集团股份有限公司资产负债率变化情况 578
- 图表 68 近3年华闻传媒投资集团股份有限公司产权比率变化情况 579
- 图表 69 近3年华闻传媒投资集团股份有限公司固定资产周转次数情况 580
- 图表 70 近3年华闻传媒投资集团股份有限公司流动资产周转次数变化情况 581
- 图表 71 近3年华闻传媒投资集团股份有限公司总资产周转次数变化情况 582
- 图表 72 近3年华闻传媒投资集团股份有限公司销售毛利率变化情况 583
- 图表 73 近3年广东广州日报传媒股份有限公司资产负债率变化情况 589
- 图表 74 近3年广东广州日报传媒股份有限公司产权比率变化情况 590
- 图表 75 近3年广东广州日报传媒股份有限公司固定资产周转次数情况 591
- 图表 76 近3年广东广州日报传媒股份有限公司流动资产周转次数变化情况 592
- 图表 77 近3年广东广州日报传媒股份有限公司总资产周转次数变化情况 593
- 图表 78 近3年广东广州日报传媒股份有限公司销售毛利率变化情况 593

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtzzh1503/U2510481GF.html>