

2017-2022年中国文化传媒 行业市场监测与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国文化传媒行业市场监测与投资战略咨询报告》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.abaogao.com/b/chuanmei/883827J6XE.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

2015年传媒行业总产值持续保持平稳增长，但由于传媒行业整体投资趋于冷静，增幅有所放缓。2015年传媒行业整体市场规模达到12754亿元，同比增长12.3%。2015是国家传媒产业政策频出的一年。“十三五”规划建议明确提出，到2020年文化产业要成为国民经济支柱性产业。根据该目标，文化产业未来的增加值至少应该达到5万亿元，年均名义增长率至少要保持13%以上，这也就意味着作为文化产业重要组成部分的传媒产业在“十三五”期间将保持总体上的高速增长。

2006-2015年中国传媒产业总值与增长率数据来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国文化传媒行业市场监测与投资战略咨询报告》共十二章。首先介绍了文化传媒产业相关概念及发展环境，接着分析了中国文化传媒行业规模及消费需求，然后对中国文化传媒行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国文化传媒行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国文化传媒行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 2016年中国文化传媒行业发展环境分析13

第一节 中国经济环境分析13

一、国民经济运行情况GDP13

二、消费价格指数CPI、PPI14

三、全国居民收入情况20

四、恩格尔系数20

五、工业发展形势22

六、固定资产投资情况26

七、中国汇率调整（人民币升值）33

八、对外贸易&进出口33

九、2016年中国经济发展预测分析37

第二节 文化传媒行业相关政策41

一、国家“十三五”产业政策41

二、其他相关政策(标准、技术)55

三、出口关税及相关税收政策56

第三节 2016年中国文化传媒行业发展社会环境分析59

一、我国人口结构分析59

二、教育环境分析60

三、文化环境分析68

四、生态环境分析71

五、中国城镇化率分析71

六、居民的各种消费观念和习惯72

第二章 文化传媒行业发展概述75

第一节 行业界定75

一、文化传媒行业定义及分类75

1、新闻服务76

2、出版和版权76

2015年传统报业的“断崖式”下跌仍在持续，全国各类报纸的零售总量与2014年相比下滑了41.14%，其中都市报类下滑幅度最大，已达到50.8%。相对稳定的订阅市场在2015年也出现了加速下滑的趋势。据不完全统计，2014年中国停刊或休刊的知名报纸数量约为10家，而2015年这个数字扩大到30家左右。媒介的迁移对传统的媒体格局是历史性的颠覆和革新，传统优势资源向新兴媒体市场的转移，互联网企业对传统媒体进行收购兼并的“倒融合”也是大势所趋。

2009-2015年报纸广告经营额及增长率数据来源：公开资料整理

3、广播、电视、电影服务77

4、文化艺术服务78

5、网络文化服务79

6、文化休闲娱乐服务79

7、其他文化服务80

8、部分相关文化服务80

二、文化传媒行业经济特性82

三、文化传媒行业产业链简介83

第二节 文化传媒行业发展成熟度84

一、行业发展周期分析84

二、行业中外市场成熟度对比86

第三节 文化传媒行业相关产业动态88

第三章 2016年全球文化传媒行业市场运行形势分析89

第一节 全球文化传媒行业市场运行环境分析89

第二节 全球文化传媒行业市场发展情况分析90

一、全球文化传媒行业市场供需分析90

二、全球文化传媒行业市场规模分析91

三、全球文化传媒行业主要国家发展情况分析92

1、美国92

2、日本93

3、英国94

4、德国95

第三节 2017-2022年全球文化传媒行业市场规模趋势预测分析96

第四章 2016年中国文化传媒行业技术发展分析97

第一节 中国文化传媒行业技术发展现状97

第二节 文化传媒行业技术特点分析99

第三节 文化传媒行业热门专利技术分析100

第四节 文化传媒行业技术发展趋势分析103

第五章 我国文化传媒行业发展分析104

第一节 2016年中国文化传媒行业发展状况104

一、2016年文化传媒行业发展状况分析104

二、2016年中国文化传媒行业发展动态105

三、2016年我国文化传媒行业发展热点106

四、2016年我国文化传媒行业存在的问题107

第二节 2016年中国文化传媒行业市场发展状况110

一、2016年中国文化传媒行业发展分析110

- 二、2016年中国文化传媒行业细分市场分析112
- 三、中国文化传媒行业发展趋势分析115
- 四、2016年中国文化传媒行业市场规模分析116

第六章 2014-2016年中国文化传媒所属行业主要数据监测分析117

第一节 2014-2016年中国文化传媒所属行业规模分析117

- 一、企业数量分析117
- 二、资产规模分析118
- 三、销售规模分析119
- 四、利润规模分析120

第二节 2014-2016年中国文化传媒所属行业产值分析121

- 一、产成品分析121
- 二、工业总产值分析122

第三节 2014-2016年中国文化传媒所属行业成本费用分析123

- 一、销售成本分析123
- 二、销售费用分析124
- 三、管理费用分析125
- 四、财务费用分析126

第四节 2014-2016年中国文化传媒所属行业运营效益分析127

- 一、盈利能力分析127
- 二、偿债能力分析127
- 三、运营能力分析128
- 四、成长能力分析128

第七章 2016年中国文化传媒行业竞争格局分析129

第一节 行业竞争结构分析129

- 一、国内企业竞争格局129
- 二、行业企业竞争分析130

第二节 文化传媒行业集中度分析139

- 一、行业市场销售集中度分析139
- 二、行业区域消费集中度分析140

第三节 2016年中国文化传媒行业swot模型分析141

- 一、优势141
- 二、劣势142
- 三、机会142
- 四、威胁144

第八章 2016年文化传媒行业优势生产企业竞争力分析145

第一节 中视传媒股份有限公司145

- 一、公司基本情况分析145
- 二、公司经营情况分析146
- 三、公司竞争力分析146

第二节 华谊兄弟传媒股份有限公司147

- 一、公司基本情况分析147
- 二、公司经营情况分析148
- 三、公司竞争力分析149

第三节 凤凰出版传媒股份有限公司150

- 一、公司基本情况分析150
- 二、公司经营情况分析150
- 三、公司竞争力分析151

第四节 上海新华传媒股份有限公司151

- 一、公司基本情况分析151
- 二、公司经营情况分析152
- 三、公司竞争力分析153

第五节 浙报传媒集团股份有限公司153

- 一、公司基本情况分析153
- 二、公司经营情况分析154
- 三、公司竞争力分析154

第九章 2014-2016年中国文化传媒行业上下游分析及其影响155

第一节 2016年中国文化传媒行业上游发展及影响分析155

- 一、2016年中国文化传媒行业上游运行现状分析155
- 二、2017-2022年中国文化传媒行业上游市场发展前景预测157
- 三、上游对本行业产生的影响分析157

第二节 2016年中国文化传媒行业下游发展及影响分析158

一、2016年中国文化传媒行业下游运行现状分析158

二、2017-2022年中国文化传媒行业下游市场发展前景预测159

三、下游对本行业产生的影响分析159

第十章 2017-2022年文化传媒行业发展及投资前景预测分析160

第一节 2017-2022年文化传媒行业市场规模预测分析160

第二节 中国文化传媒行业五力分析161

一、现有企业间竞争161

二、潜在进入者分析161

三、替代品威胁分析161

四、供应商议价能力161

五、客户议价能力161

第三节 2017-2022年我国文化传媒行业前景展望分析162

第四节 2017-2022年我国文化传媒行业销售额预测162

第五节 2017-2022年我国文化传媒行业盈利预测163

第十一章 2017-2022年中国文化传媒行业投资风险分析164

第一节 2014-2016年中国文化传媒行业投资金额分析164

第二节 近年中国文化传媒行业主要投资项目分析165

第三节 2017-2022年中国文化传媒行业投资规模预测166

第四节 2017-2022年中国文化传媒行业投资风险分析167

一、政策和体制风险167

二、技术发展风险169

三、市场竞争风险169

四、进入退出风险170

五、经营管理风险172

第十二章 2017-2022年中国文化传媒行业发展策略及投资建议分析173 (ZY CW)

第一节 文化传媒行业发展策略分析173

一、坚持产品创新的领先战略173

二、坚持品牌建设的引导战略173

三、坚持工艺技术创新的支持战略	173
四、坚持市场营销创新的决胜战略	173
五、坚持企业管理创新的保证战略	174
第二节 文化传媒行业市场重点客户战略实施	174
一、实施重点客户战略的必要性	174
二、合理确立重点客户	175
三、对重点客户的战略管理	175
四、强化重点客户的管理	175
五、实施重点客户战略要重点解决的问题	176
第三节 2017-2022年中国文化传媒产品生产及销售投资运作模式探讨	177
一、国内生产企业投资运作模式	177
二、国内营销企业投资运作模式	177
三、外销与内销优势分析	177
1、产品外销优势	177
2、产品内销优势	178
第四节 2017-2022年中国文化传媒行业发展建议	178
第五节 2017-2022年中国文化传媒行业投资建议	180

部分图表目录：

图表：2014-2016年国民生产总值（GDP）表	13
图表：2014-2016年中国GDP增速走势图	13
图表：2014-2016年中国CPI走势图	15
图表：2014-2016年中国CPI月度统计与增长率	15
图表：2016年工业生产者价格主要数据	16
图表：2014-2016年中国PPI走势图	19
图表：2016年中国PPI月度统计与增长率	19
图表：2016年全年中国规模以上工业增加值	22
图表：2016年中国规模以上工业生产主要数据	23
图表：2014-2016年份工业增加值增长	25
图表：2016年中国固定资产投资到位增速	27
图表：2016年固定资产投资（不含农户）主要数据	28
图表：2014-2016年中国固定资产投资（不含农户）情况	32

图表：2014-2016年固定资产投资（不含农户）走势图32

图表：2016年我国一般贸易进出口统计表33

图表：2016年我国对主要贸易伙伴进出口情况34

图表：2016年我国民营企业进出口情况34

图表：2016年我国机电产品出口统计35

图表：2016年我国铁矿及原油进口统计表35

图表：2014-2016年中国海关进出口增减情况一览表36

图表：2014-2016年中国海关进出口增减走势图36

图表：中国文化传媒行业相关政策56

图表：现代职业教育体系建设量化目标61

图表：2016年中国文化产业经济指标69

图表：文化及相关产业体系75

图表：文化传媒行业产业链构架83

图表：文化传媒消费需求来源84

图表：行业周期示意图85

图表：中国文化传媒行业改革历程85

图表：2014-2016年全球文化传媒行业市场规模91

图表：2014-2016年美国文化传媒行业市场规模92

图表：2014-2016年日本文化传媒行业市场规模93

图表：2014-2016年英国文化传媒行业市场规模94

图表：2014-2016年德国文化传媒行业市场规模95

图表：2017-2022年全球文化传媒行业市场规模预测96 更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/883827J6XE.html>