

2006年传媒行业发展预测 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/230/2021_2022_2006_E5_B9_B4_E4_BC_A0_c108_230116.htm 传媒英才网编者按：随着中国传媒资本市场的进一步开放和新媒体的崛起，媒体面临空前的机遇和挑战。加入WTO后的中国传媒业既面临着良好的发展机遇，也面临着严峻的挑战。中国的传媒业与世界同行相比，在资本实力、经营理念、管理体制及人才素质上，都存在一定差距。转贴于 学生大求职站 <http://job.studa.com> 传媒引发新挑战 中国是全球传媒业受众最多的国家，占世界受众百分之20%，电视观众超过九亿人，预计每年还会以1000万户的速度增加。据预测，到2008年，中国潜在的文化消费能力将达到六千多亿。美国在线时代华纳、新闻集团、迪士尼公司和广播与电视博物馆国际理事会（MT 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com