

2017-2022年中国电视媒体行业市场监测及十三五 投资定位分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国电视媒体行业市场监测及十三五投资定位分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/wanluomeiti/259613259613.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

电视媒体是指以电视为宣传载体，进行信息的传播的媒介或是平台。电视媒体是媒体的一种分类，电视媒体与平面媒体、广播媒体、网络媒体、户外媒体和手机媒体共称为六大媒体。

中国报告网发布的《2017-2022年中国电视媒体行业市场监测及十三五投资定位分析报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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：

第一章电视媒体行业产品概述

第一节产品定义、特点分析

第二节产品主要应用领域

第三节行业发展生命周期分析

第二章我国电视媒体行业发展现状

第一节电视媒体产业发展概况

一、电视媒体发展概况

二、电视媒体发展的新方式

三、媒体竞合下的电视业前景分析

第二节2017-2022年电视媒体产业发展现状

一、电视媒体广告市场分析

二、电视与网络新媒体融合分析

三、电视媒体品牌价值的市场解析

四、不同年龄人群电视媒体接触差异分析

第三章影响中国电视媒体产业发展因素

第一节有利因素分析

一、传统电视媒体的优势分析

二、体制改革与消费升级因素

第二节网络多媒体对电视媒体的影响

一、发挥电视媒体优势分析

二、电视媒体数字化原则

三、未来10年互联网对电视媒体的影响

第三节跨媒体整合电视媒体的情况

一、目前跨媒体合作模式诞生的背景

二、目前的合作模式中的得失分析

三、跨媒体整合中电视媒体行业的对策

第四章电视媒体行业竞争格局分析

第一节电视媒体行业集中度分析

一、电视媒体市场集中度分析

二、电视媒体企业集中度分析

三、电视媒体区域集中度分析

第二节电视媒体行业竞争格局分析

一、2009年电视媒体行业竞争分析

二、2009年中外电视媒体产品竞争分析

三、2014-2016年国内外电视媒体竞争分析

四、2014-2016年我国电视媒体市场竞争分析

五、2014-2016年我国电视媒体市场集中度分析

六、2017-2022年国内主要电视媒体企业动向

第五章2014-2016年中国电视媒体行业发展形势分析

第一节电视媒体行业发展概况

一、电视媒体行业发展特点分析

二、电视媒体行业投资现状分析

三、电视媒体行业总产值分析

四、电视媒体行业技术发展分析

第二节2014-2016年电视媒体行业市场情况分析

一、电视媒体行业市场发展分析

二、电视媒体市场存在的问题

三、电视媒体市场规模分析

第三节中国电视媒体市场发展对策

一、发展中国电视媒体市场的思路

二、中国电视媒体市场投资策略分析

三、中国电视媒体市场发展的新思路

第六章2014-2016年国内电视媒体行业（所属行业）数据监测分析

第一节2014-2016年中国电视媒体行业（所属行业）总体数据分析

一、2016年中国电视媒体行业全部企业（所属行业）数据分析

二、2016年中国电视媒体行业全部企业（所属行业）数据分析

三、2016年中国电视媒体行业全部企业（所属行业）数据分析

第二节2014-2016年中国电视媒体行业（所属行业）不同规模企业数据分析

一、2016年中国电视媒体行业（所属行业）不同规模企业数据分析

二、2016年中国电视媒体行业（所属行业）不同规模企业数据分析

三、2016年中国电视媒体行业（所属行业）不同规模企业数据分析

第三节2014-2016年中国电视媒体行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

一、2016年中国电视媒体行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

二、2016年中国电视媒体行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

三、2016年中国电视媒体行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

第七章重点电视媒体企业分析

第一节中央电视台

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司发展战略

第二节凤凰卫视

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司发展战略

第三节北京电视台

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司发展战略

第四节湖南电视台

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司发展战略

第五节江苏电视台

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司发展战略

第六节广东电视台

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司发展战略

第七节山东电视台

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司发展战略

第八节浙江电视台

一、公司概况

二、公司经营分析

三、公司发展战略

第八章电视媒体行业投资前景研究分析

第一节行业SWOT分析

第二节行业投资形势分析

第九章电视媒体企业管理策略建议

第一节市场策略分析

一、电视媒体价格策略分析

二、电视媒体渠道策略分析

第二节销售策略分析

第三节提高电视媒体企业竞争力的策略

第四节对我国电视媒体品牌的战略思考

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2016年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2016年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2016年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2016年中国GDP增速预测

(GYZT)

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wanluomeiti/259613259613.html>