

2020-2026年中国广播行业 前景展望与前景趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国广播行业前景展望与前景趋势报告》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.cction.com/report/202005/163324.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

报告目录：第1章：中国广播行业发展综述1.1报告研究范围与整体框架1.1.1报告专业名词解释1.1.2报告研究范围界定1.1.3报告分析框架简介1.1.4报告分析工具介绍1.2中国广播行业发展环境1.2.1政策环境分析（1）广播行业管理体制1）主管部门2）监管体制（2）广播行业主要政策及法律法规1.2.2经济环境分析1.2.3消费环境分析1.2.4社会环境分析 第2章：国外广播行业发展状况与经验借鉴2.1美国广播行业发展状况与经验借鉴2.1.1美国广播行业概况2.1.2美国广播节目分析2.1.3美国广播收听分析2.1.4美国广播广告分析2.1.5美国广播业经验借鉴2.2日本广播行业发展状况与经验借鉴2.2.1日本广播行业概况2.2.2日本广播节目分析2.2.3日本广播收听分析2.2.4日本广播广告分析2.2.5日本广播业经验借鉴2.3英国广播行业发展状况与经验借鉴2.3.1英国广播行业概况2.3.2英国广播节目分析2.3.3英国广播收听分析2.3.4英国广播广告分析2.3.5英国广播业经验借鉴2.4其他国家广播行业发展概况2.4.1加拿大广播行业发展状况2.4.2德国广播行业发展状况2.4.3法国广播行业发展状况2.4.4俄罗斯广播行业发展状况2.4.5韩国广播行业发展状况2.4.6印度广播行业发展状况2.4.7澳大利亚广播行业发展状况2.4.8拉丁美洲广播行业发展状况2.4.9非洲广播行业发展状况2.5港澳台广播行业发展状况与经验借鉴2.5.1香港广播行业发展状况和经验借鉴（1）香港广播行业发展历程（2）香港广播行业运营管理（3）香港广播综艺节目分析（4）香港广播新闻类节目分析2.5.2澳门广播行业发展状况（1）澳门广播行业发展历程（2）澳门广播行业运营管理（3）澳门优秀广播节目分析2.5.3台湾广播行业发展状况（1）台湾广播行业发展历程（2）台湾广播行业运营管理（3）台湾优秀广播节目分析 第3章：中国广播行业市场前瞻与广告市场分析3.1中国广播行业发展概况3.1.1中国广播节目人口覆盖3.1.2中国广播节目制作概况3.1.3中国广播节目播出概况3.1.4中国广播海外落地概况3.1.5中国广播艺术团发展概况（1）吉林省广播艺术团发展概况（2）上海市广播艺术团发展概况（3）江西省广播艺术团发展概况（4）湖北省广播艺术团发展概况（5）四川省广播艺术团发展概况3.2中国广播节目发展分析3.2.1中国广播节目制作时间分析（1）广播节目制作时间总计（2）新闻类广播节目制作时间（3）专题类广播节目制作时间（4）综艺类广播节目制作时间（5）广播剧类广播节目制作时间（6）广告类广播节目制作时间（7）其他广播节目制作时间3.2.2中国广播节目播出时间分析（1）广播节目播出时间总计（2）新闻类广播节目播出时间（3）专题类广播节目播出时间（4）综艺类广播节目播出时间（5）广告类广播节目播出时间（6）广播剧类广播节目播出时间（7）其他广播节目播出时间3.3中国广播收听发展分析3.3.1中国广播收听环境（1）广播电台数量（2）收听设备数量3.3.2中国广播听众特征（1）广播听众规模（2）广播听众性别（3）广播听众年龄（4）广播听众职业（5）广播听众收入3.3.3广播听众收听行为（1）广播听众收听地点（2）广播听众收听时间（3）收听时间走势（4）喜欢节目类型3.3.4广播频率竞争格局3.4中国广播广告发展分析3.4.1广播广告发展概

况3.4.2广播广告市场规模3.4.3广播广告受众研究(1)广播广告受众心理分析(2)广播广告受众收听倾向3.4.4广播广告经营模式3.5中国移动广播市场分析3.5.1中国移动广播市场听众规模3.5.2中国移动广播市场竞争格局3.5.3中国移动广播听众收听目的及需求3.5.4中国移动广播广告市场分析3.6中国农村广播市场分析3.6.1中国农村广播市场概况(1)农村广播人口规模(2)农村广播人口结构(3)听众收听设备情况(4)听众收听广播场所3.6.2农村听众收听习惯分析(1)农村广播人口的媒体接触习惯(2)农村听众的广播收听习惯(3)农村听众的节目类型偏好(4)农村听众对广播广告的行为和态度(5)农村听众对各级广播频率的评价3.7中国广播行业发展趋势3.7.1中国广播节目制作发展趋势3.7.2中国广播节目播出发展趋势3.7.3中国移动广播市场发展趋势3.7.4中国广播广告市场发展趋势

第4章：中国重点省市广播行业经营情况分析

4.1北京广播行业经营情况分析4.1.1北京广播行业发展概况4.1.2北京广播节目制作分析4.1.3北京广播节目播出分析4.1.4北京广播节目交易分析4.1.5北京广播广告经营情况4.1.6北京广播节目收听市场

4.2天津广播行业经营情况分析4.2.1天津广播行业发展概况4.2.2天津广播节目制作分析4.2.3天津广播节目播出分析4.2.4天津广播广告经营情况4.2.5天津广播节目收听市场

4.3河北广播行业经营情况分析4.3.1河北广播行业发展概况4.3.2河北广播节目制作分析4.3.3河北广播节目播出分析4.3.4河北广播广告经营情况4.3.5河北广播节目收听市场

4.4山西广播行业经营情况分析4.4.1山西广播行业发展概况4.4.2山西广播节目制作分析4.4.3山西广播节目播出分析4.4.4山西广播广告经营情况4.4.5山西广播节目收听市场

4.5内蒙古广播行业经营情况分析4.5.1内蒙古广播行业发展概况4.5.2内蒙古广播节目制作分析4.5.3内蒙古广播节目播出分析4.5.4内蒙古广播广告经营情况

4.6辽宁广播行业经营情况分析4.6.1辽宁广播行业发展概况4.6.2辽宁广播节目制作分析4.6.3辽宁广播节目播出分析4.6.4辽宁广播广告经营情况4.6.5辽宁广播节目收听市场

4.7吉林广播行业经营情况分析4.7.1吉林广播行业发展概况4.7.2吉林广播节目制作分析4.7.3吉林广播节目播出分析4.7.4吉林广播节目交易分析4.7.5吉林广播广告经营情况4.7.6吉林广播节目收听市场

4.8黑龙江广播行业经营情况分析4.8.1黑龙江广播行业发展概况4.8.2黑龙江广播节目制作分析4.8.3黑龙江广播节目播出分析4.8.4黑龙江广播节目交易分析4.8.5黑龙江广播广告经营情况4.8.6黑龙江广播节目收听市场

4.9上海广播行业经营情况分析4.9.1上海广播行业发展概况4.9.2上海广播节目制作分析4.9.3上海广播节目播出分析4.9.4上海广播节目交易分析(1)东方广播公司广播节目交易情况(2)五岸传播公司经营情况4.9.5上海广播广告经营情况4.9.6上海广播节目收听市场

4.10江苏广播行业经营情况分析4.10.1江苏广播行业发展概况4.10.2江苏广播节目制作分析4.10.3江苏广播节目播出分析4.10.4江苏广播广告经营情况4.10.5江苏广播节目收听市场

4.11浙江广播行业经营情况分析4.11.1浙江广播行业发展概况4.11.2浙江广播节目制作分析4.11.3浙江广播节目播出分析4.11.4浙江广播广告经营情况4.11.5浙江广播节目收听市场

4.12安徽广播行业经营情况分析4.12.1安徽广播行业发展概

况4.12.2安徽广播节目制作分析4.12.3安徽广播节目播出分析4.12.4安徽广播广告经营情况4.12.5安徽广播节目收听市场4.13福建广播行业经营情况分析4.13.1福建广播行业发展概况4.13.2福建广播节目制作分析4.13.3福建广播节目播出分析4.13.4福建广播广告经营情况4.13.5福建广播节目收听市场4.14江西广播行业经营情况分析4.14.1江西广播行业发展概况4.14.2江西广播节目制作分析4.14.3江西广播节目播出分析4.14.4江西广播广告经营情况4.14.5江西广播节目收听市场4.15山东广播行业经营情况分析4.15.1山东广播行业发展概况4.15.2山东广播节目制作分析4.15.3山东广播节目播出分析4.15.4山东广播广告经营情况4.15.5山东广播节目收听市场4.16河南广播行业经营情况分析4.16.1河南广播行业发展概况4.16.2河南广播节目制作分析4.16.3河南广播节目播出分析4.16.4河南广播广告经营情况4.16.5河南广播节目收听市场4.17湖北广播行业经营情况分析4.17.1湖北广播行业发展概况4.17.2湖北广播节目制作分析4.17.3湖北广播节目播出分析4.17.4湖北广播广告经营情况4.17.5湖北广播节目收听市场4.18湖南广播行业经营情况分析4.18.1湖南广播行业发展概况4.18.2湖南广播节目制作分析4.18.3湖南广播节目播出分析4.18.4湖南广播广告经营情况4.18.5湖南广播节目收听市场4.19广东广播行业经营情况分析4.19.1广东广播行业发展概况4.19.2广东广播节目制作分析4.19.3广东广播节目播出分析4.19.4广东广播广告经营情况4.19.5广东广播节目收听市场4.20广西广播行业经营情况分析4.20.1广西广播行业发展概况4.20.2广西广播节目制作分析4.20.3广西广播节目播出分析4.20.4广西广播广告经营情况4.20.5广西广播节目收听市场4.21海南广播行业经营情况分析4.21.1海南广播行业发展概况4.21.2海南广播节目制作分析4.21.3海南广播节目播出分析4.21.4海南广播广告经营情况4.21.5海南广播节目收听市场4.22重庆广播行业经营情况分析4.22.1重庆广播行业发展概况4.22.2重庆广播节目制作分析4.22.3重庆广播节目播出分析4.22.4重庆广播广告经营情况4.22.5重庆广播节目收听市场4.23四川广播行业经营情况分析4.23.1四川广播行业发展概况4.23.2四川广播节目制作分析4.23.3四川广播节目播出分析4.23.4四川广播广告经营情况4.23.5四川广播节目收听市场4.24贵州广播行业经营情况分析4.24.1贵州广播行业发展概况4.24.2贵州广播节目制作分析4.24.3贵州广播节目播出分析4.24.4贵州广播广告经营情况4.24.5贵州广播节目收听市场4.25云南广播行业经营情况分析4.25.1云南广播行业发展概况4.25.2云南广播节目制作分析4.25.3云南广播节目播出分析4.25.4云南广播广告经营情况4.25.5云南广播节目收听市场4.26西藏广播行业经营情况分析4.26.1西藏广播行业发展概况4.26.2西藏广播节目制作分析4.26.3西藏广播节目播出分析4.26.4西藏广播广告经营情况4.26.5西藏广播节目收听市场4.27陕西广播行业经营情况分析4.27.1陕西广播行业发展概况4.27.2陕西广播节目制作分析4.27.3陕西广播节目播出分析4.27.4陕西广播广告经营情况4.27.5陕西广播节目收听市场4.28甘肃广播行业经营情况分析4.28.1甘肃广播行业发展概况4.28.2甘肃广播节目制作分析4.28.3甘肃广播节目播出分析4.28.4甘肃广播广告经营情况4.28.5甘肃广播节目收听市场4.29青海广播行业经营情况分析4.29.1青海广播行业发展概

况4.29.2青海广播节目制作分析4.29.3青海广播节目播出分析4.29.4青海广播广告经营情况4.30宁夏广播行业经营情况分析4.30.1宁夏广播行业发展概况4.30.2宁夏广播节目制作分析4.30.3宁夏广播节目播出分析4.30.4宁夏广播广告经营情况4.31新疆广播行业经营情况分析4.31.1新疆广播行业发展概况4.31.2新疆广播节目制作分析4.31.3新疆广播节目播出分析4.31.4新疆广播广告经营情况4.31.5新疆广播节目收听市场 第5章：中国全媒体时代广播发展战略与优秀案例5.1全媒体时代发展背景分析5.1.1广播全媒体政策背景分析5.1.2全媒体时代传播“新”变化5.1.3新媒体对传统广播媒体影响5.2全媒体时代广播发展战略5.2.1媒介融合战略分析5.2.2资源整合战略分析5.2.3合作共赢战略分析5.2.4广播网战略分析5.3案例——北京广播网分析5.3.1北京广播在线建设运营分析（1）网站建设背景（2）网站运营模式5.3.2北京广播网改造路径分析 第6章：国内外优秀广播电台全媒体转型与优秀案例6.1国外优秀广播电台全媒体转型与优秀案例分析6.1.1英国广播公司（BBC）全媒体转型与优秀案例分析（1）全媒体转型路径概述（2）数字广播发展状况（3）移动多媒体广播发展状况（4）互联网广播发展状况（5）全媒体转型策略分析（6）全媒体转型经验借鉴6.1.2哥伦比亚广播公司（CBS）全媒体转型与优秀案例分析（1）全媒体转型路径概述（2）移动多媒体广播发展状况（3）网络广播发展状况（4）全媒体转型策略分析（5）全媒体转型经验借鉴6.2中央级优秀广播电台全媒体转型与优秀案例分析6.2.1中央人民广播电台全媒体转型与优秀案例分析（1）全媒体转型路径概述（2）中国广播网发展状况（3）移动多媒体广播发展状况（4）手机版业务发展状况（5）手机广播电视发展状况（6）有声阅读业务发展状况（7）全媒体转型经验借鉴6.2.2中国国际广播电台全媒体转型与优秀案例分析（1）全媒体转型路径概述（2）国际在线发展状况（3）网络台发展状况（4）全媒体转型经验借鉴6.3省市级广播电台全媒体转型与优秀案例分析6.3.1北京广播全媒体转型与优秀案例分析（1）全媒体转型路径概述（2）网络广播发展状况（3）移动多媒体广播发展状况（4）优秀全媒体案例分析6.3.2吉林省广播全媒体转型与优秀案例分析（1）全媒体转型路径概述（2）网络广播发展状况（3）移动多媒体广播发展状况（4）优秀全媒体案例分析6.3.3黑龙江广播全媒体转型与优秀案例分析（1）全媒体转型路径概述（2）网络广播发展状况（3）移动多媒体广播发展状况（4）优秀全媒体案例分析6.3.4上海广播全媒体转型与优秀案例分析（1）全媒体转型路径概述（2）网络广播发展状况（3）移动多媒体广播发展状况（4）优秀全媒体案例分析6.3.5江苏广播全媒体转型与优秀案例分析（1）全媒体转型路径概述（2）网络广播发展状况（3）移动多媒体广播发展状况（4）优秀全媒体案例分析6.3.6浙江广播全媒体转型与优秀案例分析（1）全媒体转型路径概述（2）网络广播发展状况（3）移动多媒体广播发展状况（4）优秀全媒体案例分析6.3.7安徽广播全媒体转型与优秀案例分析（1）全媒体转型路径概述（2）网络广播发展状况（3）移动多媒体广播发展状况（4）优秀全媒体案例分析6.3.8湖北广播全媒体转型与优秀案例分析（1）全媒体

转型路径概述(2)网络广播发展状况(3)移动多媒体广播发展状况(4)优秀全媒体案例分析

6.3.9广东广播全媒体转型与优秀案例分析(1)全媒体转型路径概述(2)网络广播发展状况(3)移动多媒体广播发展状况(4)优秀全媒体案例分析

6.3.10云南广播全媒体转型与优秀案例分析(1)全媒体转型路径概述(2)网络广播发展状况(3)移动多媒体广播发展状况(4)优秀全媒体案例分析

6.3.11青海广播全媒体转型与优秀案例分析(1)全媒体转型路径概述(2)网络广播发展状况(3)移动多媒体广播发展状况(4)优秀全媒体案例分析

第7章：中国优秀广播电台经营情况与节目模式创新分析

7.1中央级优秀广播电台经营情况与节目模式创新分析

7.1.1中央人民广播电台(1)广播电台发展概况(2)热播广播节目研究(3)广播节目交易分析(4)广播广告经营情况(5)广播电台播放频道(6)广播电台收听分析(7)节目创新案例研究(8)节目研发最新动向

7.1.2中国国际广播电台(1)广播电台发展概况(2)热播广播节目研究(3)广播节目交易分析(4)广播产业经营情况(5)广播电台播放频道(6)广播电台收听分析(7)节目创新案例研究(8)节目研发最新动向

7.2省市级优秀广播电台经营情况与节目模式创新分析

7.2.1北京人民广播电台(1)广播电台发展概况(2)热播广播节目研究(3)广播节目交易分析(4)广播广告经营情况(5)广播电台播放频道(6)广播电台收听分析(7)节目创新案例研究

7.2.2天津人民广播电台(1)广播电台发展概况(2)热播广播节目研究(3)广播广告经营情况(4)广播电台播放频道(5)广播电台收听分析(6)节目创新案例研究

7.2.3山西人民广播电台(1)广播电台发展概况(2)热播广播节目研究(3)广播广告经营情况(4)广播电台播放频道(5)广播电台收听分析

7.2.4内蒙古人民广播电台(1)广播电台发展概况(2)热播广播节目研究(3)广播业务能力分析(4)广播广告经营情况(5)广播电台播放频道(6)广播电台收听分析

7.2.5辽宁人民广播电台(1)广播电台发展概况(2)热播广播节目研究(3)广播节目交易分析(4)广播广告经营情况(5)广播电台播放频道(6)广播电台收听分析(7)节目创新案例研究

7.2.6吉林人民广播电台(1)广播电台发展概况(2)热播广播节目研究(3)广播节目交易分析(4)广播广告经营情况(5)广播电台播放频道(6)广播电台收听分析(7)节目创新案例研究(8)节目研发最新动向

7.2.7黑龙江人民广播电台(1)广播电台发展概况(2)热播广播节目研究(3)广播节目交易分析(4)广播广告经营情况(5)广播电台播放频道(6)广播电台收听分析(7)广播电台交流活动

7.2.8上海人民广播电台(1)广播电台发展概况(2)热播广播节目研究(3)广播节目交易分析(4)广播广告经营情况(5)广播电台播放频道(6)广播电台收听分析(7)节目创新案例研究

7.2.9江苏省广播电视总台广播传媒中心(1)广播电台发展概况(2)热播广播节目研究(3)广播业务交流分析(4)广播广告经营情况(5)广播电台播放频道(6)广播电台收听分析(7)节目创新案例研究

7.2.10浙江人民广播电台(1)广播电台发展概况(2)热播广播节目研究(3)广播广告经营情况(4)广播电台播放频道(5)广播电台收听

分析（6）节目创新案例研究7.2.11安徽人民广播电台（1）广播电台发展概况（2）热播广播节目研究（3）广播广告经营情况（4）广播电台播放频道（5）广播电台收听分析（6）节目创新案例研究7.2.12江西广播电视台（1）广播电台发展概况（2）热播广播节目研究（3）广播广告经营情况（4）广播电台播放频道（5）节目创新案例研究7.2.13山东广播电视台（1）广播电台发展概况（2）热播广播节目研究（3）广播业务交流分析（4）广播广告经营情况（5）广播电台播放频道（6）广播电台收听分析（7）节目创新案例研究7.2.14河南人民广播电台（1）广播电台发展概况（2）热播广播节目研究（3）广播广告经营情况（4）广播电台播放频道（5）广播电台收听分析（6）节目创新案例研究7.2.15湖北广播电视台（1）广播电台发展概况（2）热播广播节目研究（3）广播电视业务分析（4）广播广告经营情况（5）广播电台播放频道（6）广播电台收听分析（7）节目创新案例研究 部分图表目录：图表1：报告专业名称解释图表2：报告分析框架图表3：广播行业主要监管部门及职责图表4：中国广播行业相关政策规划简析图表5：2018-2024年中国GDP增长趋势图（单位：%）图表6：2020-2026年全球主要国家实际GDP增长及预测（单位：%）图表7：全国公共广播节目播出情况（单位：%）图表8：城市广播听众收听广播的工具情况（单位：%）更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/163324.html>