

2020-2026年中国电视广播 行业发展态势与投资前景报告

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年中国电视广播行业发展态势与投资前景报告》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/202007/174551.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

电视广播是指应用电子技术，将图像及其伴音在电视接收机中重现的一种广播。中企顾问网发布的《2020-2026年中国电视广播行业发展态势与投资前景报告》分析了电视广播行业的产业链，竞争格局，面临的机遇及挑战以及发展前景等，您若想对中国电视广播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 2017-2019年中国电视、广播行业发展分析

1.1 广播电视概述

1.1.1 广播电视经济的概念

1.1.2 广播电视产品的商品属性

1.1.3 广播电视传播的经济目的

1.1.4 广播电视业的产业定位

1.2 中国电视、广播行业发展概况

1.2.1 我国电视、广播行业发展历程

1.2.2 中国电视、广播产业改革发展成就

1.2.3 我国深入推进广播电视体制改革

1.2.4 数字化推动电视、广播行业全面升级

1.2.5 新兴媒体对广电产业发展的影响

1.2.6 我国加快发展网络广播电视

1.3 2017-2019年中国电视、广播行业发展概况

1.3.1 我国广播电视业保持良好发展态势

1.3.2 2019年我国广播电视业的发展简况

1.3.3 2019年我国广播电视业运行现状分析

1.3.4 2019年我国广播电视业的发展动态

1.4 2017-2019年中国彩色电视机产量分析

1.4.1 2019年全国及主要省份彩色电视机产量分析

1.4.2 2019年全国及主要省份彩色电视机产量分析

1.4.3 2019年全国及主要省份彩色电视机产量分析

1.5 2016-2019年中国无线电广播、电视发送设备进出口数据分析

1.5.1 进出口总量数据分析

1.5.2 主要贸易国进出口情况分析

1.5.3 主要省市进出口情况分析

1.6 中国电视、广播业存在的问题与对策

1.6.1 我国广播电视体制改革中存在的不足

1.6.2 我国电视、广播行业产业化发展策略

1.6.3 加强媒介融合推动广电产业创新

1.6.4 推进我国广播电视体制改革的建议

第二章 2017-2019年中国电视业发展分析

2.1 2017-2019年中国电视产业总体概述

2.1.1 中国电视产业的发展历程

2.1.2 我国电视产业的运行现状

2.1.3 我国电视行业的转型与创新

2.1.4 电视媒体的大众化发展态势及其思路

2.1.5 新媒体技术影响下电视媒体的盈利模式探析

2.2 电视广告

2.2.1 电视广告概念及表现形式

2.2.2 中国电视广告业发展历程

2.2.3 中国电视广告产业发展概况

2.2.4 数字化对电视广告产业发展的影响

2.2.5 电视广告的营销策略分析

2.3 数字电视

2.3.1 数字电视的发展优势

2.3.2 中国数字电视发展的渐进过程

2.3.3 2019年我国数字电视产业发展状况

2.3.4 2019年国内数字电视市场发展分析

2.3.5 2019年中国数字电视产业发展状况

2.3.6 我国数字电视四大产业链规模初显

2.3.7 国内有线数字电视的发展及问题

2.4 移动电视

2.4.1 我国移动电视业迅猛增长

2.4.2 移动电视市场竞争格局变化

2.4.3 移动电视市场蓬勃发展

2.4.4 中国移动电视

的运营优势2.4.5 移动电视的赢利模式构建2.4.6 移动电视发展尚处初级阶段2.4.7 移动电视行业突破瓶颈的发展对策2.5 网络电视2.5.1 网络电视的概念及特征2.5.2 中国网络电视的发展简述2.5.3 我国网络电视产业发展现状2.5.4 中国网络电视牌照运营商分析2.5.5 我国网络电视存在的问题及其原因2.5.6 网络电视业须加强产业链环节联盟2.5.7 中国网络电视业务进一步发展的关键因素2.6 中国电视业发展中存在的问题及对策2.6.1 我国电视业发展面临的四大难题2.6.2 制约我国电视业发展的主要因素2.6.3 推动电视媒体发展的对策措施2.6.4 整顿国内电视行业的措施建议2.6.5 新媒体时代电视新闻媒体的发展策略 第三章

2017-2019年中国广播业发展分析3.1 广播概述3.1.1 广播的定义及发展3.1.2 广播的特征优势3.1.3 数字广播3.1.4 网络广播3.2 中国广播业发展概况3.2.1 我国广播产业发展历程回顾3.2.2 中国广播业发展势头迅猛3.2.3 国内广播节目形态变革路径3.2.4 我国广播广告业的发展3.2.5 移动多媒体广播产业链初步形成3.2.6 广播产业价值链发展分析3.3 2017-2019年中国广播产业分析3.3.1 2019年国内广播业发展分析3.3.2 2019年中国广播业发展现状3.3.3

2019年中国广播业发展分析3.4 媒介融合环境下广播业的发展3.4.1 媒介融合时代广播业发展面临的局势3.4.2 媒介融合时代广播业的发展措施3.4.3 广播与新媒体融合的发展途径探析3.5 中国广播产业化发展的瓶颈3.5.1 意识形态的制约3.5.2 体制性障碍的制约3.5.3 政策性瓶颈3.5.4 资金与人才等局限性障碍的制约3.6 中国广播产业发展的对策3.6.1 应充分深刻认识广播产业属性3.6.2 发展广播产业的优势与关键点3.6.3 深化广播体制改革及体制创新3.6.4 加快广播政策研究和国际传媒趋势接轨3.6.5 加快广播人才培养以突破人才瓶颈 第四章

2017-2019年中国电视、广播业的区域发展4.1 山东省4.1.1 山东广电业大力拓展影视市场4.1.2 广播影视业列入《山东省政府工作报告》重点工作4.1.3 山东淄博加快整合广播电视行业4.1.4 山东电视业进军国际传媒产业的探索发展4.1.5 促进山东省电视、广播业发展的关键点4.2 江苏省4.2.1 江苏广播、电视综合人口覆盖率99%以上4.2.2 江苏省13市广电网络实现全网互通4.2.3 江苏省出台数字电视收费管理办法4.2.4 江苏“三农”类广播电视节目的主要特点4.2.5 江苏广播业深度整合谋求共赢4.3 浙江省4.3.1 浙江省电视、广播业发展回顾4.3.2 浙江省电视、广播业发展成就4.3.3 浙江电视、广播行业实施产业化经营4.3.4 浙江省推进电视、广播业发展的具体措施4.4 湖南省4.4.1 湖南省电视、广播业发展回顾4.4.2 湖南电视、广播产业的整合过程4.4.3 湖南省电视产业蓬勃发展4.4.4 湖南电视产业改革发展模式4.4.5 湖南广播业发展综述4.5 其他4.5.1 北京广播电视业打造网络视频平台4.5.2 上海广电业应对境外媒体挑战的策略4.5.3 四川省电视、广播业发展态势良好4.5.4 广东电视产业竞争态势 第五章 2017-2019年中国电视、广播业的运营及竞争5.1 2017-2019年电视、广播行业运营分析5.1.1 电视、广播产业的经营特点5.1.2 电视、广播业经营存在巨大市场需求5.1.3 广播电视媒体运营趋向多媒体领域发展5.1.4 我国

电视、广播广告市场经营分析5.1.5 我国电视、广播产业运营战略5.2 2017-2019年电视、广播行业竞争态势5.2.1 中国电视、广播行业竞争日益严峻5.2.2 我国电视、广播业外资进入状况5.2.3 海外电视运营商进入加速中国电视行业竞争5.2.4 多种广播电视传输手段加剧电视市场竞争5.3 电视、广播业的竞争力5.3.1 中国电视、广播业的竞争优势5.3.2 中国电视、广播业的竞争劣势5.3.3 创意才是电视、广播业的核心竞争力5.3.4 提高电视、广播行业竞争力的对策措施5.4 电视业竞争策略5.4.1 致力开办精品频道5.4.2 应对国际化竞争5.4.3 提升节目质量5.4.4 从生产导向型走向市场导向型5.4.5 实施人才战略5.5 广播业竞争策略5.5.1 积极融合5.5.2 拓展市场5.5.3 主动经营5.5.4 建设绩效机制 第六章 2017-2019年中国电视、广播行业重点企业分析6.1 中视传媒股份有限公司6.1.1 企业发展概况6.1.2 经营效益分析6.1.3 业务经营分析6.1.4 财务状况分析6.1.5 核心竞争力分析6.1.6 公司发展战略6.1.7 未来前景展望6.2 上海东方明珠（集团）股份有限公司6.2.1 企业发展概况6.2.2 经营效益分析6.2.3 业务经营分析6.2.4 财务状况分析6.2.5 核心竞争力分析6.2.6 公司发展战略6.2.7 未来前景展望6.3 北京歌华有线电视网络股份有限公司6.3.1 企业发展概况6.3.2 经营效益分析6.3.3 业务经营分析6.3.4 财务状况分析6.3.5 核心竞争力分析6.3.6 公司发展战略6.3.7 未来前景展望6.4 深圳市天威视讯股份有限公司6.4.1 企业发展概况6.4.2 经营效益分析6.4.3 业务经营分析6.4.4 财务状况分析6.4.5 核心竞争力分析6.4.6 公司发展战略6.4.7 未来前景展望6.5 湖南电广传媒股份有限公司6.5.1 企业发展概况6.5.2 经营效益分析6.5.3 业务经营分析6.5.4 财务状况分析6.5.5 核心竞争力分析6.5.6 公司发展战略6.5.7 未来前景展望6.6 陕西广电网络传媒股份有限公司6.6.1 企业发展概况6.6.2 经营效益分析6.6.3 业务经营分析6.6.4 财务状况分析6.6.5 核心竞争力分析6.6.6 公司发展战略6.6.7 未来前景展望 第七章 2020-2026年中国电视、广播产业投资分析及前景预测7.1 中国电视、广播市场投资分析7.1.1 中国电视、广播市场的投资模式7.1.2 外商投资广播影视产业政策综述7.1.3 数字电视产业的投资机会及风险7.2 中国电视、广播产业未来发展趋势7.2.1 未来全球广播电视数字化前景预测7.2.2 我国广电产业发展趋势7.2.3 数字化成为我国广播电视业发展方向7.2.4 未来我国广电产业管理方式转变趋向（）7.2.5 移动多媒体广播电视业务发展前景可观7.3 2020-2026年广播电视设备制造业发展预测分析7.3.1 2020-2026年广播电视设备制造业收入预测7.3.2 2020-2026年广播电视设备制造业利润预测7.3.3 2020-2026年广播电视设备制造业产值预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/174551.html>