

2020-2026年中国电视媒体 产业发展现状与产业竞争格局报告

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年中国电视媒体产业发展现状与产业竞争格局报告》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/202007/175409.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

电视媒体包括电视、录像机、影碟机和摄像机等，是指以电视为宣传载体，进行信息的传播的媒介或是平台，是现代社会生活不可缺少的一部分。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国电视媒体产业发展现状与产业竞争格局报告》共十四章。首先介绍了电视媒体相关概念及发展环境，接着分析了中国电视媒体规模及消费需求，然后对中国电视媒体市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国电视媒体面临的机遇及发展前景。您若想对中国电视媒体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：

第一部分 电视媒体行业发展现状

第一章 2016-2019年全球电视媒体产业发展分析

第一节 国外电视节目业发展要素分析

一、政策环境和历史背景

二、资本运营

三、经营理念

四、新产品开发

五、产权保护

第二节 全球电视媒体产业发展分析

一、2016-2019年金融风暴对传媒业的影响

二、2016-2019年美国媒体市场分析

三、2016-2019年英国媒体发展分析

四、2016-2019年俄罗斯电视媒体发展分析

五、2016-2019年澳大利亚电视媒体分析

六、2016-2019年法国电视媒体的发展分析

第三节 西方电视媒体产业走势分析

一、渠道突围

- 二、内容并非“为王”
- 三、全媒体争夺战

第二章 中国电视媒体产业发展现状

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 2016-2019年电视媒体产业发展现状

- 一、2016-2019年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、2019年国内首例电视媒体注资情况分析
- 五、不同年龄人群电视媒体接触差异分析

第三节 传统电视媒体与新媒体的融合分析

- 一、对新媒体的作用
- 二、以客户需求为导向
- 三、加大与新媒体的整合传播

第四节 电视传媒的符号特征及文化责任

- 一、电视传媒的符号特征
- 二、电视传媒的价值判断
- 三、电视传媒的文化责任
- 四、电视传播的文化潜能
- 五、电视传播对我国社会的文化意义

第三章 2016-2019年中国电视媒体产业链分析

第一节 电视新媒体发展现状与格局

- 一、电视购物对电视媒体影响
- 二、2019年手机电视实践亮点分析
- 三、2016-2019年中国IPTV市场发展现状
- 四、2016-2019年中国数字电视行业发展现状
- 五、广播电视新媒体的发展情况

第二节 电视新媒体发展预测

- 一、2019年中国数字电视用户规模预测
- 二、2019年中国车载电视市场销量预测
- 三、2020-2026年中国手机电视市场消费需求预测

第三节 中国电视媒体产业链结构

- 一、电视媒体的价值链
- 二、中国电视剧产业价值链分析
- 三、2016-2019年移动多媒体广播电视产业链分析

第四节 电视栏目发展情况

- 一、电视台节目定位分析
- 二、新媒体语境下电视节目生产的发展空间
- 三、收视率对于电视栏目的影响
- 四、主持人对品牌电视栏目的影响
- 五、打造电视栏目的竞争力
- 六、2019年电视节目的发展趋势

第五节 各类型电视节目发展情况

- 一、我国少儿电视节目发展
- 二、电视宣传片发展特色分析
- 三、美容时尚类节目的发展
- 四、讲坛类电视栏目的发展
- 五、电视栏目剧的发展
- 六、谈话节目发展现状及趋势

第四章 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 不利因素分析

- 一、进入威胁因素
- 二、替代产品压力
- 三、买方侃价能力
- 四、供方侃价能力

五、法律政策因素

六、人力资本因素

七、现有竞争对手的竞争

第三节 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

第四节 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

第二部分 电视媒体行业竞争格局

第五章 电视媒体行业竞争分析

第一节 电视媒体竞争状况

一、网络媒体对电视媒体的冲击

二、奥运赛场的传媒竞争与融合

三、地方电视媒体核心竞争力

四、2019年视频行业与传统电视媒体竞争格局

五、2016-2019年网络视频与电视媒体的竞争

第二节 电视传媒竞争的方向分析

一、媒体后时代的发展

二、电视竞争新格局

三、媒体后时代的生存法则

四、电视媒体的竞争力

第三节 省级卫视竞争分析

一、我国省级卫视的市场竞争环境分析

二、省级卫视竞争格局分析

三、2019年省级卫视全国收视分析

四、2019年各地晚间黄金段电视剧收视率

第四节 2016-2019年中国电视媒体行业竞争分析及预测

一、2019年电视媒体市场竞争情况分析

- 二、2019年电视媒体市场竞争形势分析
- 三、2016-2019年集中度分析及预测
- 四、2016-2019年SWOT分析及预测
- 五、2016-2019年进入退出状况分析及预测
- 六、2016-2019年生命周期分析及预测

第六章 电视媒体企业竞争策略分析

第一节 电视媒体市场竞争策略分析

- 一、2019年电视媒体市场增长潜力分析
- 二、2019年电视媒体主要潜力项目分析
- 三、现有电视媒体竞争策略分析
- 四、电视媒体潜力项目竞争策略选择
- 五、典型企业项目竞争策略分析

第二节 电视媒体企业竞争策略分析

- 一、贸易战对电视媒体行业竞争格局的影响
- 二、贸易战对电视媒体行业竞争格局的变化
- 三、2020-2026年我国电视媒体市场竞争趋势
- 四、2020-2026年电视媒体行业竞争格局展望
- 五、2020-2026年电视媒体行业竞争策略分析
- 六、2020-2026年电视媒体企业竞争策略分析

第七章 电视媒体重点企业分析

第一节 中央电视台

- 一、基本概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第二节 凤凰卫视

- 一、基本概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第三节 北京电视台

- 一、基本概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第四节 湖南电视台

- 一、基本概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第五节 江苏电视台

- 一、基本概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第六节 广东电视台

- 一、基本概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第七节 山东电视台

- 一、基本概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第八节 浙江电视台

- 一、基本概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第三部分 电视媒体行业前景预测

第八章 中国电视媒体产业趋势分析

第一节 2019年电视媒体产业发展趋势

- 一、中国电视传媒发展的方向分析
- 二、2016-2019年电视媒体发展趋势
- 三、2019年电视广告形势的预测
- 四、“十一五”广电行业规划及影响

第二节 电视媒体产业走向分析

- 一、电视传媒产业动力机制
- 二、电视节目创新趋势
- 三、电视节目策划趋势
- 四、电视新闻发展趋势

第三节 电视媒体产业运行趋势

- 一、传播趋势
- 二、运营的创新
- 三、整合营销方式
- 四、产业链模式
- 五、开展SP业务策略
- 六、节目体系的创新

第四节 中国电视媒体的转型与创新

- 一、影响电视媒体转型的因素
- 二、电视媒体转型的内涵

第九章 电视媒体行业发展趋势预测

第一节 2020-2026年电视媒体市场趋势分析

- 一、2016-2019年电视媒体市场趋势总结
- 二、2020-2026年电视媒体发展趋势分析
- 三、2020-2026年电视媒体市场发展空间
- 四、2020-2026年电视媒体产业政策趋向
- 五、2020-2026年电视媒体价格走势分析

第二节 2020-2026年电视媒体市场预测

- 一、2020-2026年电视媒体市场结构预测
- 二、2020-2026年电视媒体市场需求前景

三、2020-2026年电视媒体市场价格预测

四、2020-2026年电视媒体行业集中度预测

第四部分 电视媒体行业投资战略研究

第十章 电视媒体行业投资现状分析

第一节 2019年电视媒体行业投资情况分析

一、2019年总体投资及结构

二、2019年投资规模情况

三、2019年投资增速情况

四、2019年分行业投资分析

五、2019年分地区投资分析

六、2019年外商投资情况

第二节 2019年电视媒体行业投资情况分析

一、2019年总体投资及结构

二、2019年投资规模情况

三、2019年投资增速情况

四、2019年分行业投资分析

五、2019年分地区投资分析

六、2019年外商投资情况

第十一章 电视媒体行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2016-2019年我国宏观经济运行情况

二、2020-2026年我国宏观经济形势分析

三、2020-2026年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2019年电视媒体行业政策环境

二、2019年国内宏观政策对其影响

三、2019年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2019年社会环境发展分析

三、2020-2026年社会环境对行业的影响分析

第十二章 电视媒体行业投资机会与风险

第一节 电视媒体行业投资效益分析

一、2016-2019年电视媒体行业投资状况分析

二、2020-2026年电视媒体行业投资效益分析

三、2020-2026年电视媒体行业投资趋势预测

四、2020-2026年电视媒体行业的投资方向

五、2020-2026年电视媒体行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响电视媒体行业发展的主要因素

一、2020-2026年影响电视媒体行业运行的有利因素分析

二、2020-2026年影响电视媒体行业运行的稳定因素分析

三、2020-2026年影响电视媒体行业运行的不利因素分析

四、2020-2026年我国电视媒体行业发展面临的挑战分析

五、2020-2026年我国电视媒体行业发展面临的机遇分析

第三节 电视媒体行业投资风险及控制策略分析

一、2020-2026年电视媒体行业市场风险及控制策略

二、2020-2026年电视媒体行业政策风险及控制策略

三、2020-2026年电视媒体行业经营风险及控制策略

四、2020-2026年电视媒体同业竞争风险及控制策略

五、2020-2026年电视媒体行业其他风险及控制策略

第十三章 电视媒体行业投资战略研究

第一节 电视媒体行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节 对电视媒体品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、电视媒体实施品牌战略的意义
- 三、电视媒体企业品牌的现状分析
- 四、电视媒体企业的品牌战略
- 五、电视媒体品牌战略管理的策略
- 第三节 电视媒体行业投资战略研究
- 一、2019年电视媒体行业投资战略
- 二、2019年电视媒体行业投资战略
- 三、2020-2026年电视媒体行业投资战略
- 四、2020-2026年细分行业投资战略

第十四章 电视媒体行业发展策略分析（ ）

第一节 电视媒体活动营销策略

- 一、活动营销概述
- 二、活动营销现状
- 三、活动营销问题
- 四、活动营销策略

第二节 电视媒体广告经营的品牌化战略

- 一、理念定位
- 二、机制创新
- 三、形象整合

第三节 电视新闻在新媒体环境下的发展策略

- 一、数字化浪潮下的新媒体时代
- 二、新媒体环境下电视新闻的外延
- 三、新媒体下的电视新闻制胜路径

第四节 传统电视的新媒体发展策略

- 一、新媒体对传统电视的影响
- 二、传统电视的新媒体发展策略
- 三、电视媒体经营战略转型分析

图表目录：

图表：2019年美国媒体并购次数与交易金额

图表：2019年美国网络媒体交易值排前10名的媒体

图表：2019年美国不同形式广播媒体受众规模

图表：2016-2019年澳大利亚电视媒体和网络媒体人均每周使用时间

图表：不同年龄人群看电视的频率

图表：不同年龄人群看电视对电视节目的偏好

图表：不同年龄人群报纸媒体接触频度

图表：电视购物产业链图

图表：电视购物频道主办单位

图表：现代电视购物与传统电视直销的区别

图表：中国IPTV发展产业链示意图

图表：2016-2019年中国IPTV用户数

图表：截至2019年中国IPTV用户数运营商分布

图表：2019年中国IPTV市场用户数市场份额

图表：2016-2019年中国IPTV用户数

图表：2016-2019年中国有线数字电视用户发展情况

图表：2016-2019年中国有线数字电视用户增长情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/175409.html>