# 2009年中国电视媒体行业市场分析及投资前景预测报告

## 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

《2009年中国电视媒体行业市场分析及投资前景预测报告》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/200901/10634.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

第一章 2008年中国电视媒体产业发展环境分析

一、2008年中国经济发展环境分析

（一）2008年前三季度经济运行情况

（二）全球金融危机对中国产业格局影响

（三）中国应对金融危机的措施

二、2008年中国电视媒体产业发展政策环境分析

（一）整顿广播电视医疗资讯服务和电视购物节目

（二）《标准清晰度数字电视节目录像磁带录制规范》

（三）广电总局要求全面抵制低俗之风

（四）广电总局限制卫视黄金时段播出内容

（五）广电总局要求黄金时段禁播境外动画片

三、2008年中国电视媒体行业发展社会环境分析

第二章 2008年全球电视媒体产业发展状况分析

一、2008年全球电视媒体发展概况

（一）日本电视媒体简况

（二）国外著名电视台

（三）国外优秀电视节目

（四）英国媒体产业的发展与控制

二、2008年全球电视媒体产业发展分析

（一）全球新媒体产业平均增长率分析

（二）韩国民营电视公司成功之道

（三）美国电视剧产业运作的启示

（四）年全球电视广告发展预测

三、2008年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

第三章 2008年中国电视媒体业发展形势分析

一、2008年中国电视媒介发展特点

（一）电视媒介的多元化传播分析
（二）电视媒介面对视觉文化分析
二、2008年电视媒体产业发展现状分析
（一）中国广播电视业发展现状
（二）国产电视剧分析
（三）电视的媒体地位在下降
（四）“后”人群收看电视时间显著下降
（五）电视与网络新媒体融合分析
（六）电视购物推动中国电视媒体经营升级
（七）电视媒体的文化责任
三、2008年中国电视传媒企业发展分析
（一）民营电视传媒企业发展模式探究
（二）我国民营传媒业的现状及SWOT分析
（三）海外华语电视媒体的困境与策略

第四章 2008年中国电视媒体产业运行动态分析
一、2008年中国电视新媒体发展现状分析
（一）有线数字电视IPTV增速双双放缓
（二）手机电视发展前景可观
（三）2008年奥运车载液晶电视市场分析
（四）2008年奥运助推数字电视发展
（五）不同年龄人群电视媒体接触差异分析
（六）广播电视新媒体的发展及对策
二、2008年中国传统电视的新媒体发展策略探讨
（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、2008年中国电视媒体产业链结构研究
（一）电视媒体的价值链
（二）中国电视剧产业价值链分析
四、未来电视新媒体发展预测分析
（一）中国车载电视市场销量预测
（二）中国手机电视市场消费需求预测

第五章 2008年中国电视栏目运行情况解析
一、2008年中国电视栏目发展综述
（一）电视节目的发展概况分析
（二）打造电视栏目的竞争力
（三）新创电视栏目的成长攻略
（四）收视率对于电视栏目的影响
（五）电视频道制改革优势分析
（六）2008年电视节目的发展趋势
二、2008年中国各类型电视节目发展情况分析
（一）2008年电视选秀类节目的发展分析
（二）中日韩电视婚恋节目比较
（三）中国女性电视节目发展分析
（四）少儿娱乐节目发展现状
（五）电视读书节目发展现状
（六）谈话节目发展现状及趋势

第六章 2008年影响中国电视媒体产业发展因素研究
一、2008年对电视媒体有利因素分析
（一）传统电视媒体的优势分析
（二）体制体制改革与消费升级因素
二、2008年对电视媒体不利因素分析
（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
三、2008年网络多媒体对电视媒体的影响分析
（一）发挥电视媒体优势分析
（二）电视媒体数字化原则

第七章 2008年中国电视媒体行业发展策略剖析
一、2008年中国电视媒体产业化运作策略
（一）完善电视产业化管理
（二）调整产业化进程中的过渡式管理
（三）依法治台与营造公平竞争的平台
（四）隶属电视台其他公司的管理
（五）电视人才管理和改革
二、2008年中国西部电视媒体的市场定位策略分析
（一）定位迷失
（二）定位选择
（三）定位评估
三、2008年中国电视广告投放策略
（一）央视与省级地面频道
（二）卫视与省级地面频道
四、2008年中国电视媒体的整合营销策略分析
（一）资源整合
（二）凸显主持人的魅力
（三）让营销工具说话
五、构建电视媒体的和谐经营分析

第八章 2008年中国电视媒体产业市场竞争格局分析
一、2008年中国电视媒体竞争状况分析
（一）中国电视媒体进入品牌竞争时代
（二）网络视频与电视媒体的竞争
二、2008年中国电视新闻竞争分析
（一）新闻成为电视竞争主战场
（二）中央台、凤凰、省级卫视拼抢全国电视市场
（三）省级非卫星频道和城市台博弈区域电视市场
（四）未来中国电视新闻竞争格局展望
三、2008年中国各地电视媒体收视情况分析
四、2008年中国电视剧频道竞争力的构建分析
（一）电视剧播出竞争激烈

（二）电视节目版权是电视剧频道的核心竞争力
（三）电视剧频道核心竞争力的打造
五、2008年中国省级卫视竞争分析
（一）省级卫视竞争格局分析
（二）省级卫视错位竞争
（三）打造地方电视媒体核心竞争力分析
（四）省级卫视竞争进入频道运营阶段

第九章 中国电视媒体行业重点企业分析
一、中央电视台
二、凤凰卫视
三、北京电视台
四、湖南电视台
五、上海文广
六、江苏电视台
七、广东电视台
八、安徽电视台

第十章 2009-2012年中国电视媒体产业发展及投资展望分析
一、2009-2012年中国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
二、2009-2012年中国电视媒体产业运行趋势分析
（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
（七）广电行业“十一五”规划及影响

三、2009-2012年中国电视媒体产业下的细分市场趋势分析
（一）电视剧发展趋势
（二）国内电视节目细分趋势
（三）省级卫视电视剧发展战略与趋势
（四）网络冲击下的电视新闻评论发展趋势
四、2009-2012年中国电视媒体产业投资分析
（一）中国电视媒体产业投资环境分析
（二）中国电视媒体产业投资机会分析
（三）中国电视媒体产业投资风险分析
（四）境外媒体大陆投资策略分析

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况
图表：2008年前三季度中国三大产业结构
图表：2003-2008年中国工业增加值增长率
图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况
图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势
图表：2008年1-9月中国外贸增长情况
图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）
图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）
图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）
图表：近期公布的刺激经济的政策一览表
图表：提高出口退税率的商品清单
图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：http://www.cction.com/report/200901/10634.html