

# 2013-2018年中国电视传媒 市场现状评估与投资战略咨询研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2013-2018年中国电视传媒市场现状评估与投资战略咨询研究报告》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/201307/96374.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

电视是真正实现视听结合的大众媒体。正是这种视听结合的特点，对现实的模拟和再现更容易，对受众的感染力和冲击力更强，而其直观性和不需要“解码”的特点使其覆盖面更广。

电视传媒有着极其特殊的行业特点，决不同于一般的商品和产业。电视传媒产业的主要经济学特征有两个：1.它一般属于管制性产业。由于具有自然垄断行业属性，西方各国大多将电视传媒产业置于政府或独立机构的管制之下；2.它一般属于网络型产业。这是由其产业结构的特点决定的，由物理传输网络、节目交换网络、经济运营网络构成的网络系统是电视传媒提供有效服务的重要保证。

中企顾问发布的《2013-2018年中国电视传媒市场现状评估与投资战略咨询研究报告》对我国的市场环境、生产经营、产品市场、技术水平、产业链运行、企业竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

在数据处理方面，报告以调研数据和国家统计局数据、海关进出口数据、公司调研数据等为基础数据，为保证报告的翔实、准确可靠、数据之间具有可比性，报告对统计样本数据进行必要的筛选、分组，将宏观样本数据、微观样本数据紧密结合，并采用定量分析为主（包括经济统计模型的应用），定量与定性分析相结合的方法，深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息。同时采用统计图表等多种形式将分析结果清晰、直观的展现出来，多方位、多角度为企业提供系统完整的参考信息，同时也增加了报告研究结论的客观性和可靠性。

### 第一章 2012-2013年全球电视传媒业运营态势分析

#### 第一节 2012-2013年全球电视媒体发展概况分析

##### 一、国外著名电视台分析

##### 二、国外优秀电视节目分析

#### 第二节 2012-2013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

#### 第三节 2012-2013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

#### 第四节 2013-2018年全球电视广告发展预测分析

### 第二章 2012-2013年主要国家电视传媒业市场运行形式分析

#### 第一节 美国

#### 第二节 英国

#### 第三节 日本

#### 第四节 韩国

### 第三章 2012-2013年中国电视传媒业发展环境分析

#### 第一节 国内宏观经济环境分析

##### 一、GDP历史变动轨迹分析

##### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

##### 三、2013年中国宏观经济发展预测分析

#### 第二节 中国电视传媒行业政策环境分析

### 第四章 2012-2013年中国电视传媒业总体概况分析

#### 第一节 2012-2013年中国电视传媒业的三大领域分析

##### 一、电视内容制作与流通

##### 二、频道网络平台

##### 三、广告销售业务

#### 第二节 2012-2013年中国电视节目制作与发行主体分析

##### 一、中央电视台下属和直属的节目制作发行公司

##### 二、各省级广电集团下属的节目制作和运营公司

##### 三、民间制作力量

#### 第三节 2012-2013年中国电视传媒业的发展特点分析

##### 一、电视媒介的多元化分析

##### 二、电视媒介面对视觉文化分析

##### 三、节目内容制作和流通成为电视传媒业最具赢利能力的领域

##### 四、电视业制播分离已经成为不可逆转的趋势

### 第五章 2012-2013年中国电视传媒业发展现状分析

#### 第一节 2012-2013年电视行业发展现状分析

##### 一、中国广播电视业发展现状分析

##### 二、中国国产电视剧分析

##### 三、中国电视媒体地位在下降

四、&ldquo;80后&rdquo;人群收看电视时间显著下降

五、中国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分析

第二节 2012-2013年中国电视传媒业发展分析

一、中国民营电视传媒企业发展模式探究

二、中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分析

第三节 2012-2013年中国电视传媒业运营状况分析

一、中国传媒广告营业额分析

二、中国电视广告营业额分析

三、中国电视传媒行业年均复合增长率分析

四、中国全国电视人口综合覆盖率分分析

五、奥运、世博带动电视传媒发展状况分析

第六章 2012-2013年中国电视传媒产业链分析

第一节 2012-2013年电视新媒体发展现状与格局分析

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、车载液晶电视市场分析

四、数字电视发展分析

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分析

第二节 2012-2013年传统电视的新媒体发展策略分析

一、新媒体对传统电视的影响分析

二、传统电视的新媒体发展策略分析

第三节 2012-2013年中国电视传媒产业链结构分析

一、电视媒体的价值链

二、中国电视剧产业价值链分析

第四节 2012-2013年中国电视栏目发展情况分析

一、中国电视节目的发展概况分析

二、打造电视栏目的竞争力分析

三、新创电视栏目的成长攻略分析

#### 四、收视率对于电视栏目的影响分析

#### 五、电视频道制改革优势分析

### 第七章 2012-2013年中国电视传媒业细分市场情况分析

#### 第一节 2012-2013年中国电视选秀类节目的发展分析

##### 一、观众类型分析

##### 二、播出时间段分析

##### 三、观众满意度分析

#### 第二节 2012-2013年中国电视剧节目发展分析

##### 一、观众类型分析

##### 二、播出时间段分析

##### 三、观众满意度分析

#### 第三节 2012-2013年中国体育电视节目发展分析

##### 一、观众类型分析

##### 二、播出时间段分析

##### 三、观众满意度分析

#### 第四节 2012-2013年中国少儿娱乐节目发展现状分析

##### 一、观众类型分析

##### 二、播出时间段分析

##### 三、观众满意度分析

#### 第五节 2012-2013年中国电视读书节目发展现状分析

##### 一、观众类型分析

##### 二、播出时间段分析

##### 三、观众满意度分析

#### 第六节 2012-2013年中国谈话节目发展现状分析

##### 一、观众类型分析

##### 二、播出时间段分析

##### 三、观众满意度分析

#### 第七节 2012-2013年中国电视广告发展现状分析

##### 一、播出频率分析

##### 二、播出时间段分析

##### 三、观众关注度分析

##### 四、观众满意度分析

## 第八节 略&hellip;&hellip;

## 第八章 2012-2013年影响中国电视传媒业发展的因素分析

### 第一节 2012-2013年中国电视传媒业发展的有利因素分析

#### 一、传统电视媒体的优势分析

#### 二、体制改革与消费升级因素分析

### 第二节 2012-2013年中国电视传媒业发展的不利因素分析

#### 一、进入威胁因素分析

#### 二、替代产品压力分析

#### 三、买方侃价能力分析

#### 四、供方侃价能力分析

#### 五、法律政策因素分析

#### 六、人力资本因素分析

#### 七、现有竞争对手的竞争分析

### 第三节 2012-2013年中国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

## 第九章 2012-2013年中国电视传媒业发展策略分析

### 第一节 2012-2013年中国电视传媒业产业化运作策略分析

#### 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

### 第二节 2012-2013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

### 第三节 2012-2013年中国电视传媒业活动营销策略分析

#### 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

#### 第四节 2012-2013年中国电视传媒业电视广告投放策略分析

##### 一、央视与省级地面频道分析

##### 二、卫视与省级地面频道分析

#### 第五节 2012-2013年中国电视传媒业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

#### 第十章 2012-2013年中国电视传媒业竞争格局分析

##### 第一节 2012-2013年中国电视传媒业竞争状况分析

##### 一、中国电视媒体进入品牌竞争时代

##### 二、中国电视媒体竞争阶段属于同质化竞争阶段

##### 第二节 2012-2013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

##### 第三节 2012-2013年中国各地电视媒体收视情况分析

##### 第四节 2012-2013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

##### 第五节 2012-2013年中国省级卫视竞争分析

##### 一、2012-2013年中国省级卫视竞争格局分析

##### 二、2012-2013年中国省级卫视错位竞争分析

##### 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

#### 第十一章 2012-2013年中国电视传媒业重点企业竞争力分析

##### 第一节 中央电视台

##### 一、基本情况

##### 二、特色节目发展分析

##### 三、动态分析

##### 四、中央节目收视率情况

## 五、央视发展展望

### 第二节 凤凰卫视

#### 一、基本情况

#### 二、运营状况分析

#### 三、发展战略解析

#### 四、凤凰卫视节目大变脸

### 第三节 北京电视台

#### 一、基本情况介绍

#### 二、发展动态

### 第四节 湖南电视台

#### 一、基本情况介绍

#### 二、数字电视业务发展情况

#### 三、发展动态

### 第五节 上海文广

#### 一、基本情况介绍

#### 二、整合创造力量

#### 三、战略合作

### 第六节 江苏电视台

#### 一、基本情况介绍

#### 二、品牌价值

### 第七节 广东电视台

#### 一、基本情况介绍

#### 二、收视及品牌

### 第八节 安徽电视台

#### 一、基本情况

#### 二、安徽卫视着力客户结构升级

### 第九节 香港TVB

#### 一、基本情况介绍

#### 二、收视及品牌介绍

#### 三、高清动向

### 第十节 略&hellip;&hellip;

## 第十二章 2013-2018年中国电视传媒业发展趋势分析

## 第一节 2013-2018年中国电视传媒业结构发展趋势分析

一、以电视节目的生产制作和经营为主导产业

二、以广告业为支柱产业

三、以网络经营和技术经营为基础产业。

四、以数字广播影视扩展业务、数字广播影视增值业务及电视传媒咨询服务业为先导产业

## 第二节 2013-2018年中国电视传媒业走向预测分析

一、电视传媒产业动力机制分析

二、电视节目创新趋势分析

三、电视节目策划趋势分析

四、电视新闻发展趋势分析

## 第三节 2013-2018年中国电视传媒业产值预测

一、2013-2018年中国车载电视市场销量预测

二、2013-2018年中国手机电视市场消费需求预测

三、2013-2018年中国传统电视传媒业消费需求预测

## 第四节 2013-2018年中国电视传媒业细分市场趋势预测

一、电视剧发展趋势分析

二、国内电视节目细分趋势分析

三、省级卫视电视剧发展战略与趋势分析

四、网络冲击下的电视新闻评论发展趋势分析

## 第五节 2013-2018年中国区域性电视元素的内涵与价值分析

一、区域性电视元素的内涵

二、区域性电视元素的价值

三、广电媒体数字化战略前瞻

## 第十三章 2013-2018年中国电视传媒业投资前景预测

### 第一节 2013-2018年中国电视传媒业投资机遇

### 第二节 2013-2018年中国电视传媒业投资结构

一、产业结构分析

二、成长方向分析

三、生态转型特征

四、可能性利润空间分析

五、政策空间分析

### 第三节 2013-2018年中国境外媒体大陆投资策略分析

一、境外电视媒体成长调查分析

二、境外电视媒体进入大陆市场策略分析

第四节 2013-2018年优化中国电视传媒业结构要点分析

一、单一经营和多元化经营的关系

二、正确处理传统产业和新兴产业之间的关系

三、劳动密集型、资金密集型、技术密集型产业的关系

四、电视传媒业垄断和竞争的关系

第五节 2013-2018年中国电视传媒业的政策建议分析

一、加快电视传媒业规制体制改革

二、加快电视传媒业产业结构调整

三、改善电视传媒业内部经营管理

四、注重电视传媒业品牌与文化建设

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：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201307/96374.html>