

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>