

# 2018年中国电视媒体市场分析报告- 行业深度分析与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国电视媒体市场分析报告-行业深度分析与发展前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/364797364797.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

随着我国经济的不断发展、人们生活水平的不断提高，人们的消费观念和消费水平也有了很大的转变与提升。在这个契机下，电视媒体行业也得到了快速发展，2016年我国电视媒体行业的市场规模达到\*\*亿元，2017年市场规模为\*\*亿元，同比增长了\*\*%，从这两年的市场规模发展来看，电视媒体行业正处于快速发展之中，预计2018年将保持\*\*的增速，达到\*\*亿元。

### 2012-2017年行业市场规模情况

资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

从电视媒体行业企业区域分布情况来看，电视媒体行业内企业区域格局明显，其中华东地区占比\*\*%，华南地区占比\*\*%，华中地区占比\*\*%，华北地区占比\*\*%，西部地区占比\*\*%，东北地区占比\*\*%。

2017年我国行业企业区域格局 资料来源：观研天下数据中心整理（具体数据详见报告正文）

观研天下发布的《2018年中国电视媒体市场分析报告-行业深度分析与发展前景研究》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分

析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

报告目录：

## 第一章2016-2018年国际电视媒体产业分析

### 1.12016-2018年国际电视媒体产业的发展

#### 1.1.1产业发展的因素

#### 1.1.2产业发展的特点

#### 1.1.3行业的管制思路

#### 1.1.4行业的发展趋势

### 1.2全球华语电视媒体的发展综述

#### 1.2.1早期发展

#### 1.2.2发展特征

#### 1.2.3发展路径

#### 1.2.4生存困境及策略

### 1.3美国

#### 1.3.1行业发展综述

#### 1.3.2法规管制情况

#### 1.3.3节目盈利状况

#### 1.3.4运营模式发生变化

### 1.4英国

#### 1.4.1行业生存状态

#### 1.4.2广告经营概况

#### 1.4.3行业监管制度

#### 1.4.4广告投放规定

### 1.5澳大利亚

#### 1.5.1电视机构盘点

#### 1.5.2产业格局分析

#### 1.5.3节目特征分析

## 第二章2016-2018年中国电视媒体产业分析

### 2.1中国电视媒体产业发展概况

#### 2.1.1产业进入价值竞争时期

#### 2.1.261号令对产业影响透析

#### 2.1.3行业国际化发展现状

- 2.1.4行业泛娱乐化现象简析
- 2.22016-2018年中国电视媒体产业发展分析
  - 2.2.12016-2018年产业发展状况
  - 2.2.22016-2018年产业发展现状
- 2.32016-2018年网络时代传统电视媒体的发展
  - 2.3.1网络化颠覆传统电视媒体形态
  - 2.3.2网络电视化推进传统电视平台的拓展延伸
  - 2.3.3电视媒体与网络媒体的融合发展剖析
  - 2.3.4传统电视媒体网上运作的实践与出路探讨
  - 2.3.5中国电视媒体网络化发展的的问题与对策
- 2.4电视媒体的跨媒体合作现状及对策
  - 2.4.1跨媒体合作模式的产生
  - 2.4.2跨媒体合作的现状分析
  - 2.4.3跨媒体合作模式存在的不足
  - 2.4.4跨媒体整合中电视媒体产业的突围策略
- 2.5电视收视率的相关分析
  - 2.5.1影响电视收视率的四大因素
  - 2.5.2电视媒体收视率面临的问题
  - 2.5.3电视媒体市场的收视乱象
  - 2.5.4电视媒体亟需建立绿色收视率体系
- 2.6电视媒体产业存在的问题与对策
  - 2.6.1行业面临的主要阻力
  - 2.6.2人才培育的问题分析
  - 2.6.3向大众化发展的建议
  - 2.6.4重塑公信力策略分析
  - 2.6.5电视媒体的投资策略

### 第三章2016-2018年电视新媒体的发展分析

- 3.1移动电视媒体的价值剖析
  - 3.1.1媒体发展的时代背景解读
  - 3.1.2各种媒体的市场价值分析
  - 3.1.3移动电视新媒体全效传播特征透析
- 3.2移动电视新媒体的发展探究
  - 3.2.1移动电视媒体市场现状
  - 3.2.2公交移动电视发展状况

### 3.2.3 车载移动电视发展现状

### 3.2.4 移动电视四大生存法则

### 3.2.5 地铁电视媒体经营思路

## 3.3 2016-2018年数字电视媒体的发展

### 3.3.1 发展的必然性

### 3.3.2 产业政策环境

### 3.3.3 产业发展现状

### 3.3.4 产业发展思路

## 3.4 2016-2018年手机电视媒体的发展

### 3.4.1 产业链解析

### 3.4.2 产业发展现状

### 3.4.3 市场发展现状

### 3.4.4 商业运作模式

### 3.4.5 产业发展建议

## 3.5 2016-2018年IPTV产业的发展

### 3.5.1 产业战略意义

### 3.5.2 产业发展概况

### 3.5.3 市场运作模式

### 3.5.4 市场发展面临的问题

### 3.5.5 服务提供商发展对策

## 第四章 2016-2018年电视栏目的制作与发展

### 4.1 电视栏目发展的基本概述

#### 4.1.1 电视编辑的创新是电视栏目成功的关键元素

#### 4.1.2 节目编排对电视媒体的发展起重要作用

#### 4.1.3 电视栏目的定位与品牌塑造攻略

#### 4.1.4 新创电视栏目的成功要素探讨

#### 4.1.5 电视节目的收视率论需要重新评估

#### 4.1.6 主持人与品牌电视栏目的成长关系探究

### 4.2 女性电视节目

#### 4.2.1 中国女性电视节目的形成与发展

#### 4.2.2 中国女性电视节目的生存现状透析

#### 4.2.3 中国女性电视节目发展中的问题分析

#### 4.2.4 促进中国女性电视节目发展的对策探讨

### 4.3 相亲婚恋电视节目

- 4.3.1中国相亲类电视节目发展综述
- 4.3.22016-2018年我国婚恋节目发展情况
- 4.3.3现阶段国内相亲类电视节目发展的误区
- 4.3.4国内相亲类电视节目的突围策略探索
- 4.3.5引导相亲类电视节目健康发展的对策思路
- 4.4选秀类电视节目
  - 4.4.1剖析构筑选秀节目的关键要素
  - 4.4.2从心理学角度分析电视选秀节目受追捧的原因
  - 4.4.3我国选秀类电视节目风光不再
  - 4.4.4我国选秀类电视节目发展形态剖析
  - 4.4.5我国电视选秀节目的未来出路思考
- 4.5谈话类电视栏目
  - 4.5.1电视谈话节目的基本类型
  - 4.5.2电视谈话节目的基本特征透析
  - 4.5.3电视谈话类节目陷入三大困局
  - 4.5.4深入分析中国谈话类电视节目的传播特性
  - 4.5.5我国电视谈话节目的出路思考

## 第五章2016-2018年电视媒体广告市场调研

- 5.1电视广告的相关概述
  - 5.1.1发展历程分析
  - 5.1.2分类及优缺点
  - 5.1.3语言特点分析
  - 5.1.4视觉文化环境下的发展
- 5.22016-2018年中国电视广告市场发展分析
  - 5.2.1市场发展综述
  - 5.2.2市场投放状况
  - 5.2.3市场竞争形势
  - 5.2.4市场增长趋势
  - 5.2.5行业管制情况
- 5.3电视媒体的广告影响力评价
  - 5.3.1媒体影响力评估办法简介
  - 5.3.2影响力评估指标的建立
  - 5.3.3模型的使用与评估方法
  - 5.3.4电视媒体广告影响力的评分等级探析

### 5.3.5媒体影响力与广告传播价值的相关性总结

## 5.4电视广告市场存在的问题及对策

### 5.4.1电视广告市场恶俗广告泛滥

### 5.4.2恶俗商业广告形成及发展的原因

### 5.4.3促进电视广告行业健康发展的政策建议

### 5.4.4城市电视台广告投放的问题及建议

## 5.5电视媒体广告的经营思路探讨

### 5.5.1浅析电视广告的经营环境

### 5.5.2探索正确的电视广告经营策略

### 5.5.3电视媒体广告市场化运作思路解析

### 5.5.4三网融合形势下电视广告需要创新经营

## 第六章2016-2018年电视媒体的运营与盈利

### 6.1电视媒体的品牌运作

#### 6.1.1浅析电视媒体品牌价值的挖掘方法

#### 6.1.2电视媒体品牌价值的深入剖析

#### 6.1.3电视媒体的品牌资产管理策略探究

#### 6.1.4国内省级电视媒体的品牌战略模式探讨

### 6.2我国电视媒体经营现状及策略

#### 6.2.1“播出季”运营模式在我国的兴起及扩张

#### 6.2.2电视媒体经营中的政府行为模式探究

#### 6.2.3中国电视传媒业公司化运作的必要性与意义

#### 6.2.4电视媒体健康发展需要树立正确的经营方针

#### 6.2.5无序竞争状态下电视媒体的经营出路解析

### 6.3透析电视媒体的成本核算与管理

#### 6.3.1“成本核算”问题的提出

#### 6.3.2现实的需求与差距

#### 6.3.3应对策略分析

#### 6.3.4成本控制与节约管理体系的构建

### 6.4电视媒体产业盈利模式的发展与创新

#### 6.4.1新形势下电视媒体盈利模式亟需变革

#### 6.4.2电视媒体联姻购物网站开创新盈利模式

#### 6.4.3纪录片及纪实节目创新电视业盈利渠道

#### 6.4.4电视媒体产业盈利模式的出路选择

#### 6.4.5电视媒体盈利模式的未来方向



## 6.5深入透析移动电视的受众市场和盈利模式

### 6.5.1移动电视的媒体特性解析

### 6.5.2移动电视的受众市场评估

### 6.5.3未来移动电视盈利模式的预测解析

## 第七章2016-2018年省级卫视发展分析

### 7.12014年全国省级卫视发展状况

#### 7.1.1收视形势

#### 7.1.2节目制作

#### 7.1.3竞争现状

### 7.22018年全国省级卫视发展状况

#### 7.2.1收视形势

#### 7.2.2节目制作

#### 7.2.3竞争现状

### 7.32016年全国省级卫视发展状况

#### 7.3.1收视形势

#### 7.3.2节目制作

#### 7.3.3竞争现状

### 7.42016-2018年省级卫视面临的主要挑战

#### 7.4.1省级卫视遭遇的内部困局

#### 7.4.2省级卫视遭遇的外部困局

#### 7.4.3受众环境下的困局透析

#### 7.4.4广告资源环境下的困局剖析

### 7.5省级卫视的市场定位策略解析

#### 7.5.1省级卫视媒体的市场定位现状

#### 7.5.2自我定位或咨询定位

#### 7.5.3由近及远或由远及近

#### 7.5.4概念先行或市场细分

#### 7.5.5目标积聚或标歧立异

## 第八章重点电视媒体机构分析

### 8.1中央电视台

#### 1、企业发展简况分析

#### 2、企业产品服务分析

#### 3、企业经营状况分析

#### 4、企业竞争优势分析

##### 8.2凤凰卫视

###### 1、企业发展简况分析

###### 2、企业产品服务分析

###### 3、企业经营状况分析

###### 4、企业竞争优势分析

##### 8.3湖南广播电视台

###### 1、企业发展简况分析

###### 2、企业产品服务分析

###### 3、企业经营状况分析

###### 4、企业竞争优势分析

##### 8.4上海广播电视台

###### 1、企业发展简况分析

###### 2、企业产品服务分析

###### 3、企业经营状况分析

###### 4、企业竞争优势分析

##### 8.5江苏省广播电视总台（集团）

###### 1、企业发展简况分析

###### 2、企业产品服务分析

###### 3、企业经营状况分析

###### 4、企业竞争优势分析

##### 8.6安徽电视台

###### 1、企业发展简况分析

###### 2、企业产品服务分析

###### 3、企业经营状况分析

###### 4、企业竞争优势分析

#### 第九章2016-2018年电视媒体的营销分析

##### 9.1电视媒体营销总况

###### 9.1.1新技术环境下电视媒体的营销分析

###### 9.1.2我国电视传媒品牌营销存在的问题

###### 9.1.3我国电视媒体开辟营销新渠道

##### 9.2电视媒体的活动营销

###### 9.2.1活动营销基本概述

###### 9.2.2我国电视媒体活动营销的实践综述

- 9.2.3中国电视媒体兴起活动营销高潮
- 9.2.4我国电视媒体活动营销新模式探索
- 9.2.5国内电视媒体活动营销存在的突出问题
- 9.2.6促进电视媒体活动营销成功运作的建议
- 9.3电视媒体的整合营销
  - 9.3.1整合营销的相关概述
  - 9.3.2电视频道引入整合营销的必要性阐述
  - 9.3.3电视频道整合营销的战略思路分析
  - 9.3.4我国城市电视媒体整合营销分析
  - 9.3.5电视媒体与互联网的整合营销状况
- 9.4电视媒体的植入式营销
  - 9.4.1植入式营销的概念
  - 9.4.2植入式营销的SWOT分析
  - 9.4.3电视媒体植入式营销的紧迫性
  - 9.4.4电视媒体植入式营销的特点和方式
  - 9.4.5电视媒体植入式营销面临的管理困境
  - 9.4.6电视媒体植入式营销的原则
- 9.5电视媒体的其他营销方式
  - 9.5.1电视媒体的公益营销
  - 9.5.2电视媒体的会议营销
- 9.6电视媒体的营销个案分析
  - 9.6.1安徽卫视
  - 9.6.2凤凰卫视
  - 9.6.3湖南卫视
  - 9.6.4东方卫视

## 第十章电视媒体的竞争格局分析

- 10.1中国电视媒体面临的竞争格局
  - 10.1.1电视媒体竞争的全面了解
  - 10.1.2国际化竞争
  - 10.1.3国内传媒业竞争
  - 10.1.4国内电视业竞争
  - 10.1.5网络时代电视媒体竞争
- 10.2中国电视媒体的核心竞争力剖析
  - 10.2.1核心竞争力的内涵

- 10.2.2核心竞争力的构成
- 10.2.3核心竞争力现状
- 10.2.4提升核心竞争力的途径
- 10.32016-2018年省级卫视的竞争分析
- 10.3.1市场竞争主体
- 10.3.2竞争特征解析
- 10.3.3竞争形态剖析
- 10.4电视媒体与博客/微博的竞合综述
- 10.4.1博客对电视媒体的影响浅述
- 10.4.2电视媒体与博客的对比评价
- 10.4.3电视媒体与博客的竞争及合作阐述
- 10.4.4微博与电视媒体的融合分析
- 10.5电视媒体的竞争对策解析
- 10.5.1电视媒体的竞争策略
- 10.5.2电视媒体提升竞争力的平台思维探究
- 10.5.3“三网融合”下电视媒体的竞争对策

## 第十一章电视媒体产业的投资分析

- 11.1中国电视媒体市场的投资状况
- 11.1.1广播影视业投融资综合分析
- 11.1.2国产电视剧的投资现状及出路
- 11.1.3数字电视市场的投资机会及风险
- 11.2风投在电视媒体市场大有可为
- 11.2.1风险投资的内涵与特点
- 11.2.2风险投资提高电视媒体综合竞争力
- 11.2.3风险投资进入电视媒体所需的基本条件
- 11.2.4电视媒体为吸引风险投资需要做出的努力
- 11.3外资媒体进入中国电视业的可行性探析
- 11.3.1中国电视产业的结构与利润空间
- 11.3.2境外媒体进入中国电视产业的模式探析
- 11.3.3境外电视媒体在中国市场的投资机遇透析
- 11.3.4外资进入中国电视媒体领域的可行途径分析

## 第十二章电视媒体产业的趋势预测分析

- 12.1电视媒体业的发展趋势

- 12.1.1中国电视媒体的发展走向预测
  - 12.1.2电视媒体投资预测及驱动因素分析
  - 12.1.3我国儿童电视媒体市场发展潜力巨大
  - 12.22018-2024年中国电视媒体产业预测分析
    - 12.2.1影响电视媒体的因素分析
    - 12.2.22018-2024年中国电视媒体产业规模预测
    - 12.2.32018-2024年中国电视广告投资规模预测
  - 12.3电视媒体各细分市场前景分析
    - 12.3.1中国电视各类型节目的趋势
    - 12.3.2电视新闻节目的发展方向透析
    - 12.3.3未来电视剧市场发展趋势分析
- 图表详见正文 . . . . . (GYWWPT)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/364797364797.html>