

中国电视传媒产业发展态势及投资动向研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国电视传媒产业发展态势及投资动向研究报告》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/wentiule/225098225098.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

第一章 2015年全球电视传媒业运营态势分析

第一节 世界传媒业发展概述

- 一、世界传播格局的变化分析
- 二、部分传媒对于利益冲突的规范
- 三、中西方媒体和政府之间的关系
- 四、国际报业发展简况

第二节 2015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

第三节 2015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

第四节 2015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

第五节 2015-2020年全球电视广告发展预测分析

第二章 2015年主要国家电视传媒业运行态势分析

第一节 美国

第二节 英国

第三节 日本

第四节 韩国

第三章 2015年中国电视传媒业发展环境分析

第一节 2015年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、消费价格指数CPI、PPI
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况
- 七、社会消费品零售总额
- 八、对外贸易&进出口

第二节 2015年中国电视传媒业政治环境分析

第三节 2015年中国电视传媒业社会环境分析

一、中国人口规模及结构

二、电视机的普及程度分析

三、教育环境分析

四、文化环境分析

五、中国居民业娱文化情况分析

第四章 2015年中国传媒产业整体发展态势分析

第一节 中国传媒业发展总体概况

一、改革开放30年国内传媒行业发展轨迹

二、中国传媒业发展环境趋好

三、中国传媒产业的智库建设

四、我国将从媒体大国走向媒体强国

第二节 “十二五”中国传媒产业发展分析

一、传媒业产值状况

二、中国传媒产业结构正发生改变

三、中国传媒业创新分析

第三节 大众传媒与金融监管

一、大众传媒和政府金融监管的关系

二、大众传媒在金融监管中的积极影响

三、大众传媒对金融监管的负面作用

四、发挥大众传媒在金融监管中作用的策略

第五章 2015年中国电视传媒业总体概况分析

第一节 电视传媒业的地位

一、主导产业

二、支柱产业

三、基础产业

四、先导产业

第二节 2015年中国电视传媒业的发展特点分析

第三节 2015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

第六章 2015年中国电视传媒业发展现状分析

第一节 2015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
- 第二节 2015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 2015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析
- 第七章 2015年中国电视传媒产业链分析
 - 第一节 2015年电视新媒体发展现状与格局分析
 - 第二节 2015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 2015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 2015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
- 第八章 2015年中国电视传媒业细分市场发展情况分析
 - 第一节 2015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 2015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 2015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 2015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

第九章 2015年影响中国电视传媒业发展的因素分析

第一节 2015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 2015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 2015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

第十章 2015年中国电视传媒业发展策略分析

第一节 2015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 2015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 2015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

第十一章 2015年中国电视传媒业竞争格局分析

第一节 2015年中国电视传媒业竞争状况分析

第二节 2015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 2015年中国各地电视媒体收视情况分析

第十二章 2015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

第十三章 2015-2020年中国电视传媒业发展趋势分析

第一节 2015-2020年中国电视传媒业结构发展趋势分析

第二节 2015-2020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 2015-2020年中国电视传媒业产值预测分析

一、2015-2020年中国车载电视市场销量预测分析

- 二、2015-2020年中国手机电视市场消费需求预测分析
 - 三、2015-2020年中国传统电视传媒业消费需求预测分析
 - 第十四章 2015-2020年中国电视传媒业投资前景预测分析
 - 第一节 2015-2020年中国电视传媒业投资机遇分析
 - 第二节 2015-2020年中国电视传媒业投资结构分析
 - 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 2015-2020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 2015-2020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 咨询 2015-2020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
- 图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiyule/225098225098.html>