

2020年中国广播电视行业分析报告- 市场深度分析与发展趋势研究

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《2020年中国广播电视行业分析报告-市场深度分析与发展趋势研究》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/guangbo/365260365260.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

一、行业管理体制和行业政策

主要法律法规及政策

序号

文件名称

颁布机构

时间

1

《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》（国发[2016]67号）

国务院

2016年11月

2

《国务院办公厅关于推动实体零售创新转型的意见》（国办发[2016]78号）

国务院

2016年11月

3

《互联网广告管理暂行办法》（国家工商总局令第87号）

国家工商总局

2016年7月

4

《中华人民共和国广告法》（主席令第二十二号）

全国人大

2015年4月（修订）

5

《国务院关于推进文化创意和设计服务与相关产业融合发展的若干意见》（国办发[2014]10号）

国务院

2014年2月

6

《网络交易管理办法》（国家工商总局令第60号）

国家工商总局

2014年1月

7

《关于开展电视购物专项整治工作的通知》（商秩发

商务部、工业和信息化部等

2013年12月

[2013]445号)

8

《关于进一步加强卫视频道播出电视购物短片广告管理工作的通知》

广电总局

2013年10月

9

《中华人民共和国著作权法实施条例》(国务院令633号)

国务院

2013年1月(修订)

10

《国务院办公厅关于加快发展高技术服务业的指导意见》

国务院办公厅

2011年12月

(国办发[2011]58号)

11

《互联网文化管理暂行规定》(文化部令51号)

文化部

2011年2月

12

《中华人民共和国著作权法》(主席令第二十六号)

全国人大

2010年2月(修订)

13

《文化部关于加快文化产业发展的指导意见》

文化部

2009年9月

14

《广播电视广告播出管理办法》及其补充规定(广电总局令61号、第66号)

广电总局

2009年9月、2011年11月

15

《广电总局关于加强电视购物短片广告和居家购物节目管理的通知》(广发〔2009〕71号)

广电总局

2009年9月

16

《电信业务经营许可管理办法》（工业和信息化部令第5号）

工业和信息化部

2009年3月

17

《互联网视听节目服务业务分类目录（试行）》（2017年）

广电总局

2017年3月

18

《专网及定向传播视听节目服务管理规定》（国家新闻出版广电总局令第6号）

广电总局

2016年4月

19

《互联网视听节目服务管理规定》（广电总局、信息产业部令第56号）

广电总局、工业和信息化部

2015年10月（修订）

20

《广播电视节目制作经营管理规定》（广电总局令第34号）

广电总局

2015年8月（修订）

21

《电信服务质量监督管理暂行办法》（信息产业部令第6号）

工业和信息化部

2014年9月（修订）

22

《互联网信息服务管理办法》（国务院令第292号）

国务院

2011年1月（修订）

23

《中华人民共和国电信条例》（国务院令第291号）

国务院

2016年2月（修订）

二、行业发展概况

1、广播电视及网络视听行业发展概况

近年来，我国收入分配制度改革不断深化、社会保障体系不断健全，有利于提升居民消费能力和消费预期。2010-2017年，我国城镇居民人均可支配收入从19,109.00元增长至36,396.00元，农村居民人均纯收入从5,919.00元增长至13,432.00元，年均复合增长率分别达到了9.64%和12.42%，高于经济增长速度。

2010-2017年我国城镇人均可支配收入情况

数据来源：国家统计局

2010-2017年我国农村人均纯收入情况

数据来源：国家统计局

我国居民收入的增长促进了消费市场规模持续扩大。2010-2017年期间，我国社会消费品零售总额从15.70万亿元增长至36.63万亿元，年均复合增长率达12.87%。目前我国社会消费品零售总额市场规模已位居全球第二，仅次于美国。

2010-2017年我国社会消费品零售总额情况

数据来源：国家统计局

2、细分行业发展概况

根据已上市的省级有线电视网络公司（以下简称“上市网络公司”）披露的年度报告数据，推算2015年全国有线电视网络卫视覆盖服务市场规模为69亿元左右。推算过程选取详细披露了卫视覆盖服务收入的广西广电、贵广网络等6家上市网络公司的数据。

2015年全国有线电视网络卫视覆盖服务市场规模情况

项目

广西广电

贵广网络

湖北广电

广电网络

歌华有线

江苏有线

合计

-600936

-600996

-665

-600831

-600037

-600959

2015年卫视覆盖

17,549.55

15,066.45

20,850.33

12,058.33

29,120.76

45,998.71

140,644.11

服务收入（万元）

服务地区

广西地区

贵州省

湖北省

陕西省

北京市

江苏省

-

2015年常住人口数（万人）

4,796

3,530

5,852

3,793

2,171

7,976

28,118

人均覆盖金额（元/人）

5

2015年全国人口总数（万人）

137,462

2015年有线电视网络卫视覆盖服务收入（万元）

687,574.53信息来源：观研天下整理

电视购物频道经过数年的孕育发展，逐渐成为提供给受众视听享受与多样化选择于一体的家庭购物方式，2016年，信号覆盖全国的11家企业平均销售额27亿元，同比增长7.6%，信号覆盖省域的14家企业平均销售额为4亿元，同比减少43.7%，信号覆盖市域的7家企业平均销售额1.27亿元，同比减少41.2%。信号覆盖省域和市域的企业普遍出现销售下滑的情况。

2016年各覆盖领域的电视购物企业收入增长情况

数据来源：中国文化产业协会

随着三网融合的深入推进，传统的广播电视行业与互联网等新媒体传播渠道不断融合发展，IPTV、互联网电视、手机电视、网络广播电视台等新媒体业态日益增加。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）2018年1月发布的《第41次中国互联网络发展状况统计报告》，互联网电视融传统电视和网络为一身，其共享性、智能性和可控性迎合现代家庭娱乐需求，逐渐成为一种新兴的家庭娱乐模式，截至2017年12月，互联网电视使用率已达到28.2%。

3、电视剧行业发展概况

近年来，随着电视剧行业的相关政策放宽以及各种扶持政策的出台，我国电视剧市场在20世纪90年代尝试制播分离后，开始向民间资本开放，电视剧制作机构数量逐年稳步增长。2008-2017年期间，我国持有《广播电视节目制作经营许可证》的机构从2,874家增长至14,389家，年均复合增长率达19.60%，呈现快速增长态势。

2008-2017年我国持有《广播电视节目制作经营许可证》机构的数量情况

数据来源：中国文化产业协会

随着我国互联网的不断发展，IPTV和互联网电视（OTT）逐渐走进千家万户，根据2017年1月3日易观智库发布的《中国网络视频付费市场专题分析》数据显示，2016年中国网络视频付费市场继续增长，2013-2015年期间，付费用户规模从308万人增长至2,923万人，2016年预测达到6,130万人，至2019年预计超过1亿人。

2013-2019年我国网络视频付费市场用户规模预测（单位：万人）

数据来源：中国文化产业协会

从我国网络视频付费市场收入来看，2013-2015年期间，我国网络视频付费市场规模从4.6亿元增长至48.4亿元，2016年预测达到108.9亿元，此后以29%左右的年均增速增长至2019年的233.8亿元。

2013-2019年中国网络视频付费市场收入规模预测（单位：亿元）

数据来源：中国文化产业协会

视频广告是广告行业的黄金细分行业，主要包括电视广告和网络视频广告。根据广电总局发展研究中心《中国广播电影电视发展报告（2017）》的统计，2014年、2015年、2016年电视广告收入分别为1,116.19亿元、1,065.16亿元和1,004.87亿元，始终保持千亿以上规模，是广告行业中较重要的领域。

2016年我国电视广告收入位居前10名的省市

数据来源：中国文化产业协会（YZ）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国广播电视行业分析报告-市场深度分析与发展趋势研究》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。

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家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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国广播电视行业发展概述

第一节 广播电视行业发展情况概述

- 一、广播电视行业相关定义
- 二、广播电视行业基本情况介绍
- 三、广播电视行业发展特点分析

第二节 中国广播电视行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、广播电视行业产业链条分析
- 三、中国广播电视行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国广播电视行业生命周期分析

- 一、广播电视行业生命周期理论概述
- 二、广播电视行业所属的生命周期分析

第四节 广播电视行业经济指标分析

- 一、广播电视行业的赢利性分析
- 二、广播电视行业的经济周期分析
- 三、广播电视行业附加值的提升空间分析

第五节 中国广播电视行业进入壁垒分析

- 一、广播电视行业资金壁垒分析
- 二、广播电视行业技术壁垒分析
- 三、广播电视行业人才壁垒分析
- 四、广播电视行业品牌壁垒分析
- 五、广播电视行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球广播电视行业市场发展现状分析

第一节 全球广播电视行业发展历程回顾

第二节 全球广播电视行业市场区域分布情况

第三节 亚洲广播电视行业地区市场分析

- 一、亚洲广播电视行业市场现状分析
- 二、亚洲广播电视行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲广播电视行业市场前景分析

第四节 北美广播电视行业地区市场分析

- 一、北美广播电视行业市场现状分析
- 二、北美广播电视行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美广播电视行业市场前景分析

第五节 欧盟广播电视行业地区市场分析

- 一、欧盟广播电视行业市场现状分析
- 二、欧盟广播电视行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟广播电视行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界广播电视行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球广播电视行业市场规模预测

第三章 中国广播电视产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品广播电视总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国广播电视行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国广播电视产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国广播电视行业运行情况

第一节 中国广播电视行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国广播电视行业市场规模分析

第三节 中国广播电视行业供应情况分析

第四节 中国广播电视行业需求情况分析

第五节 中国广播电视行业供需平衡分析

第六节 中国广播电视行业发展趋势分析

第五章 中国广播电视所属行业运行数据监测

第一节 中国广播电视所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国广播电视所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国广播电视所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国广播电视市场格局分析

第一节 中国广播电视行业竞争现状分析

- 一、中国广播电视行业竞争情况分析
- 二、中国广播电视行业主要品牌分析

第二节 中国广播电视行业集中度分析

- 一、中国广播电视行业市场集中度分析
- 二、中国广播电视行业企业集中度分析

第三节 中国广播电视行业存在的问题

第四节 中国广播电视行业解决问题的策略分析

第五节 中国广播电视行业竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国广播电视行业需求特点与动态分析

第一节 中国广播电视行业消费市场动态情况

第二节 中国广播电视行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 广播电视行业成本分析

第四节 广播电视行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国广播电视行业价格现状分析

第六节 中国广播电视行业平均价格走势预测

- 一、中国广播电视行业价格影响因素
- 二、中国广播电视行业平均价格走势预测
- 三、中国广播电视行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国广播电视行业区域市场现状分析

第一节 中国广播电视行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区广播电视市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区广播电视市场规模分析
- 四、华东地区广播电视市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区广播电视市场规模分析
- 四、华中地区广播电视市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区广播电视市场规模分析
- 四、华南地区广播电视市场规模预测

第九章 2017-2020年中国广播电视行业竞争情况

第一节 中国广播电视行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国广播电视行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国广播电视行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 广播电视行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国广播电视行业发展前景分析与预测

第一节 中国广播电视行业未来发展前景分析

一、广播电视行业国内投资环境分析

二、中国广播电视行业市场机会分析

三、中国广播电视行业投资增速预测

第二节 中国广播电视行业未来发展趋势预测

第三节 中国广播电视行业市场发展预测

一、中国广播电视行业市场规模预测

二、中国广播电视行业市场规模增速预测

三、中国广播电视行业产值规模预测

四、中国广播电视行业产值增速预测

五、中国广播电视行业供需情况预测

第四节 中国广播电视行业盈利走势预测

一、中国广播电视行业毛利润同比增速预测

二、中国广播电视行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国广播电视行业投资风险与营销分析

第一节 广播电视行业投资风险分析

一、广播电视行业政策风险分析

二、广播电视行业技术风险分析

三、广播电视行业竞争风险分析

四、广播电视行业其他风险分析

第二节 广播电视行业企业经营发展分析及建议

一、广播电视行业经营模式

二、广播电视行业销售模式

三、广播电视行业创新方向

第三节 广播电视行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国广播电视行业发展战略及规划建议

第一节 中国广播电视行业品牌战略分析

一、广播电视企业品牌的重要性

二、广播电视企业实施品牌战略的意义

三、广播电视企业品牌的现状分析

四、广播电视企业的品牌战略

五、广播电视品牌战略管理的策略

第二节 中国广播电视行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国广播电视行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国广播电视行业发展策略及投资建议

第一节 中国广播电视行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国广播电视行业定价策略分析

第三节 中国广播电视行业营销渠道策略

- 一、广播电视行业渠道选择策略
- 二、广播电视行业营销策略

第四节 中国广播电视行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国广播电视行业重点投资区域分析
- 二、中国广播电视行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guangbo/365260365260.html>