2020年中国电视媒体市场分析报告-产业供需现状与投资前景预测

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年中国电视媒体市场分析报告-产业供需现状与投资前景预测》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/wangluomeiti/465778465778.html

报告价格：电子版: 8200元　纸介版：8200元　电子和纸介版: 8500

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

【报告大纲】

第一部分 电视媒体行业发展现状
第一章 2016-2019年全球电视媒体产业发展分析
第一节 国外电视节目业发展要素分析
一、政策环境和历史背景
二、资本运营
三、经营理念
四、新产品开发
五、产权保护
第二节 全球电视媒体产业发展分析
一、2016-2019年金融风暴对传媒业的影响
二、2016-2019年美国媒体市场分析
三、2016-2019年英国媒体发展分析
四、2016-2019年俄罗斯电视媒体发展分析
五、2016-2019年澳大利亚电视媒体分析
六、2016-2019年法国电视媒体的发展分析
第三节 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

第二章 中国电视媒体产业发展现状
第一节 电视媒体产业发展概况
一、电视媒体发展概况
二、电视媒体发展的新方式
三、媒体竞合下的电视业前景分析
第二节 2016-2019年电视媒体产业发展现状
一、2016-2019年电视媒体广告市场分析
二、电视与网络新媒体融合分析
三、电视媒体品牌价值的市场解析
四、2019年国内首例电视媒体注资情况分析
五、不同年龄人群电视媒体接触差异分析

第三节 传统电视媒体与新媒体的融合分析
一、对新媒体的作用
二、以客户需求为导向
三、加大与新媒体的整合传播
第四节 电视传媒的符号特征及文化责任
一、电视传媒的符号特征
二、电视传媒的价值判断
三、电视传媒的文化责任
四、电视传播的文化潜能
五、电视传播对我国社会的文化意义

第三章 2016-2019年中国电视媒体产业链分析
第一节 电视新媒体发展现状与格局
一、电视购物对电视媒体影响
二、2019年手机电视实践亮点分析
三、2016-2019年中国IPTV市场发展现状
四、2016-2019年中国数字电视行业发展现状
五、广播电视新媒体的发展情况
第二节 电视新媒体发展预测
一、2019年中国数字电视用户规模预测
二、2019年中国车载电视市场销量预测
三、2020-2026年中国手机电视市场消费需求预测
第三节 中国电视媒体产业链结构
一、电视媒体的价值链
二、中国电视剧产业价值链分析
三、2016-2019年移动多媒体广播电视产业链分析
第四节 电视栏目发展情况
一、电视台节目定位分析
二、新媒体语境下电视节目生产的发展空间
三、收视率对于电视栏目的影响
四、主持人对品牌电视栏目的影响
五、打造电视栏目的竞争力
六、电视节目的发展趋势
第五节 各类型电视节目发展情况
一、我国少儿电视节目发展

二、电视宣传片发展特色分析
三、美容时尚类节目的发展
四、讲坛类电视栏目的发展
五、电视栏目剧的发展
六、谈话节目发展现状及趋势

第四章 影响中国电视媒体产业发展因素
第一节 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
第二节 不利因素分析
一、进入威胁因素
二、替代产品压力
三、买方侃价能力
四、供方侃价能力
五、法律政策因素
六、人力资本因素
七、现有竞争对手的竞争
第三节 网络多媒体对电视媒体的影响
一、发挥电视媒体优势分析
二、电视媒体数字化原则
三、未来10年互联网对电视媒体的影响
第四节 跨媒体整合电视媒体的情况
一、目前跨媒体合作模式诞生的背景
二、目前的合作模式中的得失分析
三、跨媒体整合中电视媒体行业的对策

第二部分 电视媒体行业竞争格局
第五章 电视媒体行业竞争分析
第一节 电视媒体竞争状况
一、网络媒体对电视媒体的冲击
二、奥运赛场的传媒竞争与融合
三、地方电视媒体核心竞争力
四、行业与传统电视媒体竞争格局
五、2016-2019年网络视频与电视媒体的竞争

第二节 电视传媒竞争的方向分析
一、媒体后时代的发展
二、电视竞争新格局
三、媒体后时代的生存法则
四、电视媒体的竞争力
第三节 省级卫视竞争分析
一、我国省级卫视的市场竞争环境分析
二、省级卫视竞争格局分析
三、省级卫视全国收视分析
四、各地晚间黄金段电视剧收视率
第四节 2020-2026年中国电视媒体行业竞争分析及预测
一、电视媒体市场竞争情况分析
二、电视媒体市场竞争形势分析
三、2020-2026年集中度分析及预测
四、2020-2026年SWOT分析及预测
五、2020-2026年进入退出状况分析及预测
六、2020-2026年生命周期分析及预测

第六章 电视媒体企业竞争策略分析
第一节 电视媒体市场竞争策略分析
一、电视媒体市场增长潜力分析
二、电视媒体主要潜力项目分析
三、现有电视媒体竞争策略分析
四、电视媒体潜力项目竞争策略选择
五、典型企业项目竞争策略分析
第二节 电视媒体企业竞争策略分析
一、金融危机对电视媒体行业竞争格局的影响
二、金融危机后电视媒体行业竞争格局的变化
三、2016-2019年我国电视媒体市场竞争趋势
四、2016-2019年电视媒体行业竞争格局展望
五、2016-2019年电视媒体行业竞争策略分析
六、2016-2019年电视媒体企业竞争策略分析

第七章 电视媒体重点企业分析
第一节 中央电视台

一、企业发展简况分析
二、企业产品服务分析
三、企业经营状况分析
1、企业偿债能力分析
2、企业运营能力分析
3、企业盈利能力分析
四、企业竞争优势分析
第二节 凤凰卫视
一、企业发展简况分析
二、企业产品服务分析
三、企业经营状况分析
1、企业偿债能力分析
2、企业运营能力分析
3、企业盈利能力分析
四、企业竞争优势分析
第三节 北京电视台
一、企业发展简况分析
二、企业产品服务分析
三、企业经营状况分析
1、企业偿债能力分析
2、企业运营能力分析
3、企业盈利能力分析
四、企业竞争优势分析
第四节 湖南电视台
一、企业发展简况分析
二、企业产品服务分析
三、企业经营状况分析
1、企业偿债能力分析
2、企业运营能力分析
3、企业盈利能力分析
四、企业竞争优势分析
第五节 江苏电视台
一、企业发展简况分析
二、企业产品服务分析
三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析
2、企业运营能力分析
3、企业盈利能力分析
四、企业竞争优势分析
第六节 广东电视台
一、企业发展简况分析
二、企业产品服务分析
三、企业经营状况分析
1、企业偿债能力分析
2、企业运营能力分析
3、企业盈利能力分析
四、企业竞争优势分析
第七节 山东电视台
一、企业发展简况分析
二、企业产品服务分析
三、企业经营状况分析
1、企业偿债能力分析
2、企业运营能力分析
3、企业盈利能力分析
四、企业竞争优势分析
第八节 浙江电视台
一、企业发展简况分析
二、企业产品服务分析
三、企业经营状况分析
1、企业偿债能力分析
2、企业运营能力分析
3、企业盈利能力分析
四、企业竞争优势分析
第三部分 电视媒体行业前景预测

第八章 中国电视媒体产业趋势分析
第一节 电视媒体产业发展趋势
一、中国电视传媒发展的方向分析
二、2020-2026年电视媒体发展趋势
三、广告形势的预测

四、“十一五”广电行业规划及影响
第二节 电视媒体产业走向分析
一、电视传媒产业动力机制
二、电视节目创新趋势
三、电视节目策划趋势
四、电视新闻发展趋势
第三节 电视媒体产业运行趋势
一、传播趋势
二、运营的创新
三、整合营销方式
四、产业链模式
五、开展SP业务策略
六、节目体系的创新
第四节 中国电视媒体的转型与创新
一、影响电视媒体转型的因素
二、电视媒体转型的内涵

第九章 电视媒体行业发展趋势预测
第一节 2020-2026年电视媒体市场趋势分析
一、2020-2026年电视媒体市场趋势总结
二、2020-2026年电视媒体发展趋势分析
三、2020-2026年电视媒体市场发展空间
四、2020-2026年电视媒体产业政策趋向
五、2020-2026年电视媒体价格走势分析
第二节 2020-2026年电视媒体市场预测
一、2020-2026年电视媒体市场结构预测
二、2020-2026年电视媒体市场需求前景
三、2020-2026年电视媒体市场价格预测
四、2020-2026年电视媒体行业集中度预测

第四部分 电视媒体行业投资战略研究
第十章 电视媒体行业投资环境分析
第一节 经济发展环境分析
一、2016-2019年我国宏观经济运行情况
二、2016-2019年我国宏观经济形势分析

三、2016-2019年投资趋势及其影响预测
第二节 政策法规环境分析
一、电视媒体行业政策环境
二、国内宏观政策对其影响
三、行业产业政策对其影响
第三节 社会发展环境分析
一、国内社会环境发展现状
二、社会环境发展分析
三、2016-2019年社会环境对行业的影响分析

第十二章 电视媒体行业投资机会与风险
第一节 电视媒体行业投资效益分析
一、2020-2026年电视媒体行业投资状况分析
二、2020-2026年电视媒体行业投资效益分析
三、2020-2026年电视媒体行业投资趋势预测
四、2020-2026年电视媒体行业的投资方向
五、2020-2026年电视媒体行业投资的建议
六、新进入者应注意的障碍因素分析
第二节 影响电视媒体行业发展的主要因素
一、2020-2026年影响电视媒体行业运行的有利因素分析
二、2020-2026年影响电视媒体行业运行的稳定因素分析
三、2020-2026年影响电视媒体行业运行的不利因素分析
四、2020-2026年我国电视媒体行业发展面临的挑战分析
五、2020-2026年我国电视媒体行业发展面临的机遇分析
第三节 电视媒体行业投资风险及控制策略分析
一、2020-2026年电视媒体行业市场风险及控制策略
二、2020-2026年电视媒体行业政策风险及控制策略
三、2020-2026年电视媒体行业经营风险及控制策略
四、2020-2026年电视媒体同业竞争风险及控制策略
五、2020-2026年电视媒体行业其他风险及控制策略

第十三章 电视媒体行业投资战略研究
第一节 电视媒体行业发展战略研究
一、战略综合规划
二、业务组合战略

三、区域战略规划
四、产业战略规划
五、营销品牌战略
六、竞争战略规划
第二节 对电视媒体品牌的战略思考
一、企业品牌的重要性
二、电视媒体实施品牌战略的意义
三、电视媒体企业品牌的现状分析
四、电视媒体企业的品牌战略
五、电视媒体品牌战略管理的策略
第三节 电视媒体行业投资战略研究
一、电视媒体行业投资战略
二、2020-2026年电视媒体行业投资战略
三、2020-2026年细分行业投资战略

第十四章 电视媒体行业发展策略分析
第一节 电视媒体活动营销策略
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
第二节 电视媒体广告经营的品牌化战略
一、理念定位
二、机制创新
三、形象整合
第三节 电视新闻在新媒体环境下的发展策略
一、数字化浪潮下的新媒体时代
二、新媒体环境下电视新闻的外延
三、新媒体下的电视新闻制胜路径
第四节 传统电视的新媒体发展策略
一、新媒体对传统电视的影响
二、传统电视的新媒体发展策略
三、电视媒体经营战略转型分析

图表目录：

图表：2019年美国媒体并购次数与交易金额
图表：2019年美国网络媒体交易值排前10名的媒体
图表：2019年美国不同形式广播媒体受众规模
图表：2016-2019年澳大利亚电视媒体和网络媒体人均每周使用时间
图表：不同年龄人群看电视的频率
图表：不同年龄人群看电视对电视节目的偏好
图表：不同年龄人群报纸媒体接触频度
图表：电视购物产业链图
图表：电视购物频道主办单位
图表：现代电视购物与传统电视直销的区别
图表：中国IPTV发展产业链示意图
图表：2016-2019年上半年中国IPTV用户数
图表：截至2019年上半年中国IPTV用户数运营商分布
图表：2016-2019年中国IPTV用户数
图表：2016-2019年上半年中国有线数字电视用户发展情况
图表：2016-2019年上半年中国有线数字电视用户增长情况
图表：2020-2026年中国车载电视市场规模及增长预测
图表：电视媒体的价值链示意图
图表：CCTV品牌栏目列表
图表：凤凰卫视品牌栏目列表
图表：部分电视栏目剧一览
图表：2019年最具价值体育广告活动日均观看次数
图表：2019年最具价值体育广告活动日均参与次数
图表：省级卫视的五力分析模型
图表：35城市全国性电视媒体收视排名

图表详见正文·····（GYZQPT）

【简介】

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年中国电视媒体市场分析报告-产业供需现状与投资前景预测》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。
更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：http://baogao.chinabaogao.com/wangluomeiti/465778465778.html