

2017-2022年中国广播电视产业发展态势及发展策略研究报告

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《2017-2022年中国广播电视产业发展态势及发展策略研究报告》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/guangbo/281669281669.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

我国广播电视传输业务由国务院、广电总局牵头规划，以中央、省、自治区、直辖市为单位四级办组建公司，地（市）、县相应建立分公司或子公司进行统一经营管理，建立覆盖本地范围的电视台、无线传输部门和有线电视网络公司。

我国的有线电视网建设起源于1964年，由原中央广播事业局专门立项，1990年，国务院颁布了“有线电视管理暂行办法”，中国发布有线电视进入了高速、规范、法制的管理轨道，20世纪90年代逐渐完成HFC网同轴电缆的替代。2000年以来，广电总局组建网络传输总公司，大力推进广播与电视联合、有线台与无线台合并，为集团化形成奠定基础。

中国有线电视发展历程

随着我国有线电视网络覆盖率不断提升，特别是数字化、双向化改造深入推进以来，入户率和用户数不断增长，广播电视收入持续增长。2016年全国广播电视行业总收入达到4226.27亿元，全国广播电视广告收入达1464.49亿元。

2006-2015全国广播电视总收入（亿元）

截至2016Q3，我国有线电视用户新增200.2万户达到2.55亿户，收视份额达59%；直播卫星用户增长1132.1万户，达到9904.2万户，收视份额23%，IPTV用户新增979.7万户，达到7560.9万户，单季度增长14.6%，收视份额为18%。

2016Q3全国广播电视用户分布（万户）

2011-2016年OTT盒子市场销售规模（万台）

中国报告网发布的《2017-2022年中国广播电视产业发展态势及发展策略研究报告》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。

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。

第一章中国广播电视行业市场运行形势分析

第一节中国广播电视行业发展概况

第二节中国广播电视行业发展走势

一、中国广播电视行业市场分布情况

二、中国广播电视行业发展趋势分析

第二章中国广播电视产业发展环境分析

第一节中国宏观经济环境分析

一、国际宏观经济形势分析

二、GDP历史变动轨迹及宏观经济数据分析

三、固定资产投资历史变动轨迹分析

四、恩格尔系数（年度更新）

五、财政收支状况（年度更新）

六、社会消费品零售总额

七、对外贸易&进出口

八、2017-2022年中国宏观经济发展预测分析

第二节中国广播电视行业主要法律法规及政策

第三节2016年中国广播电视产业社会环境发展分析

第四节“十三五”时期中国投资形势分析与展望

第三章中国广播电视产业发展现状

第一节广播电视行业的有关概况

一、广播电视的定义

二、广播电视的特点

第二节广播电视的产业化情况

一、产业化发展分析

二、广播电视行业产业化面临挑战

第三节上下游行业对广播电视行业的影响分析

第四章中国广播电视行业技术发展分析

第一节中国广播电视行业技术发展现状

第二节广播电视行业技术发展水平分析

第三节广播电视行业技术发展趋势分析

第五章中国广播电视产业运行情况

第一节中国广播电视行业发展状况

一、2014-2016年广播电视行业市场供给分析

二、2014-2016年广播电视行业市场需求分析

三、2014-2016年广播电视行业市场规模分析

第二节中国广播电视行业集中度分析

一、行业市场区域分布情况

二、行业市场集中度情况

三、行业企业集中度分析

第六章2014-2016年中国广播电视市场运行情况

第一节行业最新动态分析

一、行业相关动态概述

二、行业发展热点聚焦

第二节广播电视品牌评估的理论框架和体系建构

一、广播电视品牌评估的意义

二、广播电视品牌评估的框架设计

三、广播电视品牌评估的影响因素

四、广播电视品牌评估体系架构

第三节行业品牌战略分析

第四节行业产品市场价格情况

一、价格分析

二、彩电业价格战回归理性

第五节行业外资进入现状及对未来市场的威胁

一、问题提出

二、分析框架

三、上游产业的价值链分析

四、中游产业的价值链分析

五、下游产业价值链分析

第七章中国广播电视所属行业主要数据监测分析

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、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

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

第八章中国广播电视行业竞争情况

第一节行业经济分析

一、赢利性

二、进入壁垒 / 退出机制

三、行业周期

第二节行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、替代品威胁分析

三、供应商议价能力

四、客户议价能力

第三节行业国际竞争力比较

第九章广播电视行业重点生产企业分析

第一节北京中科大洋科技发展股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二节成都索贝数码科技股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第三节新奥特（北京）视频技术有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四节北京冠华荣信系统工程股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第五节北京世纪睿科系统技术有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第六节北京星光影视设备科技股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十章2017-2022年广播电视行业发展预测分析

第一节2017-2022年中国广播电视行业未来发展预测分析

一、中国广播电视行业发展方向及投资机会分析

二、2017-2022年中国广播电视行业发展规模分析

三、2017-2022年中国广播电视行业发展趋势分析

第二节2017-2022年中国广播电视行业供需预测

一、2017-2022年中国广播电视行业供给预测

二、2017-2022年中国广播电视行业需求预测

第十一章2017-2022年中国广播电视行业投资前景预警

第一节中国广播电视行业存在问题分析

第二节中国广播电视行业政策投资前景

一、政策和体制风险

二、技术发展风险

三、市场竞争风险

四、关联产业风险风险

五、市场运营风险风险

第十二章2017-2022年中国广播电视行业发展及投资建议

第一节广播电视行业投资策略分析

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持工艺技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第二节广播电视行业市场的关键客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

第三节投资建议

一、重点投资区域建议

二、重点投资产品建议

第十三章广播电视行业投资规划建议研究

第一节广播电视行业发展战略研究

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

第二节对我国广播电视品牌的战略思考

一、广播电视品牌的重要性

二、广播电视实施品牌战略的意义

三、广播电视企业品牌的现状分析

四、我国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

第三节广播电视经营策略分析

一、广播电视市场细分策略

二、广播电视市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、广播电视新产品差异化战略

第四节广播电视企业经营管理策略

一、成本控制策略

二、定价策略

三、竞争策略

四、并购重组策略

五、营销策略

六、人力资源

七、财务管理

八、国际化策略

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2016年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2016年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015-2022年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015-2022年中国GDP增速预测

图表：广播电视行业产业链

图表：2011-2016年我国广播电视行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2016年我国广播电视行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2016年我国广播电视行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2016年我国广播电视行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2016年我国广播电视行业产成品增长趋势图

图表：2011-2016年我国广播电视行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2016年我国广播电视行业销售成本增长趋势图

（GYZX）

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guangbo/281669281669.html>