

# 中国电视媒体市场格局调查及未来五年发展规划 分析报告

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《中国电视媒体市场格局调查及未来五年发展规划分析报告》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/guanggaochuanmei/223171223171.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：

### 第一章 2013-2015年国际电视媒体产业分析

#### 1.1 2013-2015年国际电视媒体产业的发展

##### 1.1.1 国际电视媒体发展的重要因素

##### 1.1.2 国际电视传媒业发展的主要特点

##### 1.1.3 国外电视媒体行业的管制思路

##### 1.1.4 国际电视传媒业的发展趋势浅析

#### 1.2 全球华语电视媒体的发展综述

##### 1.3 美国

##### 1.4 英国

##### 1.5 澳大利亚

### 第二章 2013-2015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

#### 2.2 2013年中国电视媒体产业发展分析

#### 2.3 2013-2015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

### 第三章 2013-2015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 中国移动电视媒体市场发展渐入佳境

##### 3.2.2 公交移动电视的发展状况及改进措施

##### 3.2.3 车载移动电视新媒体发展现状及未来展望

##### 3.2.4 新时期移动电视需重视四大生存法则

##### 3.2.5 地铁电视媒体的经营思路分析

#### 3.3 2013-2015年数字电视媒体的发展

##### 3.3.1 数字电视是时代发展的必然趋势

### 3.3.2 我国发展数字电视产业的政策环境

### 3.3.3 数字电视产业政策扶持力度加大

## 第四章 2013-2015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

#### 4.3.2 2014年我国婚恋节目发展情况分析

#### 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

## 第五章 2013-2015年电视媒体广告市场分析

### 5.1 电视广告的相关概述

#### 5.1.1 中国电视广告发展的历程分析

#### 5.1.2 电视广告的分类及优缺点

#### 5.1.3 电视广告的语言特点分析

#### 5.1.4 视觉文化环境下电视广告的发展

### 5.2 2013-2015年中国电视广告市场发展分析

#### 5.2.1 我国电视广告市场发展回顾

#### 5.2.2 中国电视广告投放基本状况

#### 5.2.3 中国电视广告市场竞争形势透析

#### 5.2.4 电视广告市场稳步增长

#### 5.2.5 广电总局下发文件严格管制电视广告

### 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

## 第六章 2013-2015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

## 第七章 2013-2015年省级卫视发展分析

### 7.1 全国省级卫视发展状况回顾

### 7.2 2012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

#### 7.3.2 竞争现状

### 7.3 省级卫视面临的主要挑战及策略解析

## 第八章 2013-2015年重点电视媒体机构分析

### 8.1 中央电视台

#### 8.1.1 基本简介

#### 8.1.2 竞争力分析

### 8.2 凤凰卫视

#### 8.2.1 基本简介

#### 8.2.2 竞争力分析

## 8.3 湖南广播电视台

### 8.3.1 基本简介

### 8.3.2 竞争力分析

## 第九章 2013-2015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

## 第十章 2013-2015年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 国际化竞争分析

#### 10.1.3 国内传媒业竞争分析

#### 10.1.4 国内电视业竞争分析

#### 10.1.5 网络时代电视媒体竞争压力增大

### 10.2 中国电视媒体的核心竞争力剖析

#### 10.2.1 电视媒体核心竞争力的内涵

#### 10.2.2 电视媒体核心竞争力的构成浅述

#### 10.2.3 透析我国电视媒体核心竞争力现状

#### 10.2.4 提升我国电视媒体核心竞争力的途径

### 10.3 2013-2015年省级卫视的竞争分析

#### 10.3.1 我国省级卫视呈现的竞争态势

10.3.2 省级卫视竞争特征解析

10.3.3 2014年省级卫视竞争格局剖析

10.3.4 省级卫视竞争趋势解析

第十一章 2013-2015年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 中国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 电视媒体产业的发展前景分析

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 电视媒体未来发展趋势及驱动因素分析

12.1.3 我国儿童电视媒体市场发展潜力巨大

12.2 中国电视媒体的发展

12.2.1 “十二五”期间中国电视面临的形势与挑战

12.2.2 “十二五”期间中国电视媒体发展的对策建议

12.2.3 2015-2020年中国电视媒体产业发展预测分析

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.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/223171223171.html>