

2019年中国传媒市场分析报告- 市场竞争现状与投资战略研究

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《2019年中国传媒市场分析报告-市场竞争现状与投资战略研究》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/guanggaochuanmei/436096436096.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 行业发展现状

第一章 全球传媒行业发展概述

第一节 美国传媒行业发展分析

一、2016-2019年美国出版行业发展现状分析

二、美国媒体市场并购分析

第二节 日本传媒行业发展分析

一、日本公共广播电视体制分析

二、2016-2019年日本数字出版发展现状

第三节 英国传媒行业发展分析

一、英国期刊出版业概况

二、英国媒体发展概况

第四节 世界传媒企业对中国的启示

一、贝塔斯曼对中国的启示

二、默多克的传媒战略

三、时代华纳对中国的启示

第二章 中国传媒行业发展分析

第一节 中国传媒行业的发展概况

一、传媒产业布局的演变分析

二、制约传媒业生态链的因素

三、传媒业的价值分析

第二节 2016-2019年中国传媒行业的发展现状

一、2019年传媒行业优质企业资源整合分析

二、2016-2019年奥运和后奥运传媒的发展分析

三、我国传媒业发展的制度瓶颈

四、传媒变革的主要取向分析

五、2016-2019年传媒行业扩张行为分析

第三节 2016-2019年中国传媒产业发展态势

一、2016-2019年中国传媒产业的最新发展

二、“十七大”确立传媒发展新目标

三、“走出去”战略提升软实力

四、跨地区、跨媒体发展取得新进展

第三章 广播电视媒体发展分析

第一节 2016-2019年电视媒体市场发展分析

- 一、电视媒体发展的新方式
- 二、媒体竞合下的电视业前景分析
- 三、2019年移动电视媒体评估行业标准
- 四、中国电视传媒发展的方向分析
- 五、2019年中国数字电视用户规模预测

第二节 中国广播媒体市场发展分析

- 一、中国广播栏目的创新分析
- 二、广播热线直播的发展现状

第四章 网络媒体市场发展分析

第一节 2016-2019年中国互联网发展分析

- 一、互联网主流媒体的地位分析
- 二、移动互联网前景看好的业务分析
- 三、2016-2019年互联网消费分析及预测
- 四、2016-2019年中国互联网用户规模预测

第二节 2016-2019年网络媒体的发展分析

- 一、网络媒体的发展与管理
- 二、网络媒体发展的瓶颈
- 三、2019年网络媒体发展趋势

第三节 2016-2019年网络出版发展分析

- 一、网络出版发展现状
- 二、我国数字出版产业发展现状
- 三、网络出版的特征和趋势
- 四、2019年我国数字出版发展态势

第五章 报纸期刊媒体发展分析

第一节 报纸媒体的发展分析

- 一、新传媒环境下的报纸分析
- 二、数字报业的商业运作模式
- 三、我国报业进入转型关键时期

第二节 中国期刊业发展分析

一、2016-2019年期刊广告市场发展现状

二、2016-2019年学术期刊市场发展现状

三、2019年文学期刊经营策略分析

四、2019年幽默漫画期刊市场竞争加剧

五、期刊业的竞争力分析

第三节 2016-2019年报纸期刊的进出口分析

一、2016-2019年书籍、小册子及类似印刷品进出口情况

二、2016-2019年报纸、杂志及期刊进出口情况

三、2016-2019年儿童图书进出口情况

第六章 媒体广告市场分析

第一节 媒体广告市场分析

一、国内新媒体广告发展迅速增势强劲

二、2019年平面媒体广告增长分析

三、2019年新媒体广告统计分析

四、2019年中国网络广告市场规模预测

第二节 2019年广告市场监测分析

一、2019年杂志类广告监测分析

二、2019年报纸广告监测分析

三、2019年各行业广告媒体监测

四、2019年媒体广告投放金额监测分析

第二部分 行业竞争格局

第七章 传媒行业竞争分析

第一节 2019年中国传媒企业的竞争现状

一、传媒行业的综合实力竞争分析

二、传媒竞争现状分析

三、2019年传媒业的奥运竞争分析

四、数字时代传媒竞争发展分析

五、2019年网络广告与广播媒体竞争现状

第二节 传统媒体与新媒体的竞争与发展

一、新媒体与传统媒体竞争分析

二、传统媒体与新兴媒体的竞争格局

第三节 2016-2019年中国传媒行业竞争分析及预测

一、2019年传媒市场竞争情况分析

- 二、2019年传媒市场竞争形势分析
- 三、2016-2019年集中度分析及预测
- 四、2016-2019年swot分析及预测
- 五、2016-2019年进入退出状况分析及预测
- 六、2016-2019年生命周期分析及预测

第八章 传媒企业竞争策略分析

第一节 我国传媒的国际化竞争战略

- 一、我国传媒参与国际竞争的战略意义
- 二、我国传媒实施“走出去”战略
- 三、我国传媒国际竞争的主要途径
- 四、中国传媒业竞争走势分析
- 五、传媒竞争战略的新趋势

第二节 传媒市场竞争策略分析

- 一、2019年传媒市场增长潜力分析
- 二、2019年传媒主要潜力项目分析
- 三、现有传媒竞争策略分析
- 四、传媒潜力项目竞争策略选择
- 五、典型企业项目竞争策略分析

第三节 传媒企业竞争策略分析

- 一、欧债对传媒行业竞争格局的影响
- 二、欧债后传媒行业竞争格局的变化
- 三、2019-2025年我国传媒市场竞争趋势
- 四、2019-2025年传媒行业竞争格局展望
- 五、2019-2025年传媒行业竞争策略分析
- 六、2019-2025年传媒企业竞争策略分析

第九章 传媒重点企业分析

第一节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

- 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 上海东方明珠（集团）股份有限公司

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 湖南电广传媒股份有限公司

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 成都博瑞传播股份有限公司

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 上海新华传媒股份有限公司

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 北京传媒投资股份有限公司

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 中信国安集团公司

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 中视传媒股份有限公司

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

第九节 华闻传媒投资集团有限公司

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

第十节 陕西广电网络传媒股份有限公司

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 行业前景预测

第十章 中国传媒产业趋势分析

第一节 传媒行业的发展走势

- 一、传媒集团化趋势
- 二、2019年中国传媒业总产值预测
- 三、2019年传媒行业上市公司增速预测
- 四、2019年全球传媒业营收预测

第二节 中国传媒业的改革方向

- 一、传媒业的全球化
- 二、跨媒体的资源整合
- 三、经营管理体制的调整
- 四、打造优质的内容
- 五、品牌战略的实施

第三节 中国传媒产业转型趋势

- 一、产业重心转型趋势
- 二、营销哲学的转型趋势
- 三、报网互动的转型趋势

第四节 传媒集团发展趋势预测

- 一、打造核心竞争力由同质发展向差异化发展转移
- 二、探寻发展新途径由单一竞争向融合竞争转移
- 三、培育战略投资者由内容运营向资本运营转移

第十一章 传媒行业发展趋势预测

第一节 2019-2025年传媒市场趋势分析

- 一、2016-2019年传媒市场趋势总结
- 二、2019-2025年传媒发展趋势分析
- 三、2019-2025年传媒市场发展空间
- 四、2019-2025年传媒产业政策趋向
- 五、2019-2025年传媒价格走势分析

第二节 2019-2025年传媒市场预测

- 一、2019-2025年传媒市场结构预测

- 二、2019-2025年传媒市场需求前景
- 三、2019-2025年传媒市场价格预测
- 四、2019-2025年传媒行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十二章 传媒行业投资环境分析

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、2019-2025年我国宏观经济形势分析
- 三、2019-2025年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2019年传媒行业政策环境
- 二、2019年国内宏观政策对其影响
- 三、2019年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、2019年社会环境发展分析
- 三、2019-2025年社会环境对行业的影响分析

第十三章 传媒行业投资机会与风险

第一节 传媒行业投资效益分析

- 一、2016-2019年传媒行业投资状况分析
- 二、2019-2025年传媒行业投资效益分析
- 三、2019-2025年传媒行业投资趋势预测
- 四、2019-2025年传媒行业的投资方向
- 五、2019-2025年传媒行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响传媒行业发展的主要因素

- 一、2019-2025年影响传媒行业运行的有利因素分析
- 二、2019-2025年影响传媒行业运行的稳定因素分析
- 三、2019-2025年影响传媒行业运行的不利因素分析
- 四、2019-2025年我国传媒行业发展面临的挑战分析
- 五、2019-2025年我国传媒行业发展面临的机遇分析

第三节 传媒行业投资风险及控制策略分析

- 一、2019-2025年传媒行业市场风险及控制策略

- 二、2019-2025年传媒行业政策风险及控制策略
- 三、2019-2025年传媒行业经营风险及控制策略
- 四、2019-2025年传媒同业竞争风险及控制策略
- 五、2019-2025年传媒行业其他风险及控制策略

第十四章 传媒行业投资战略研究

第一节 传媒行业发展战略研究

- 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 对传媒品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、传媒实施品牌战略的意义
- 三、传媒企业品牌的现状分析
- 四、传媒企业的品牌战略
- 五、传媒品牌战略管理的策略

第三节 传媒行业投资战略研究

- 一、2019年传媒行业投资战略
- 二、2019-2025年细分行业投资战略

第十五章 中国传媒行业模式及发展策略

第一节 传媒经济活动的基本模式分析

- 一、产品市场与传媒商业模式
- 二、要素市场与传媒制度模式
- 三、经济活动中的传媒组织

第二节 中国传媒行业的发展战略

- 一、传媒竞争力构建策略
- 二、传媒与社会协同发展之路

第三节 传媒品牌的核心价值及定位

- 一、传媒品牌的定义
- 二、传媒品牌定位的基点
- 三、传媒品牌定位的步骤

第四节 传媒集团实施区域化扩张战略

一、实施区域化发展战略的利益

二、实施区域化扩张战略的原则

三、实施区域化扩张战略的难点

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：2019年上市媒体公司盈利数据比较

图表：有限电视板块经营数据

图表：2019年与上年有线电视一般用户和数字用户对比

图表：歌华有线和天威视讯数据业务增速显著

图表：有线报纸广告代理收入成本比较

图表：2019年新闻纸价格走势图

图表：媒体公司通过经营渠道的扩张稳定业绩

图表：2016-2019年中国互联网普及率

图表：与发达国家相比中国互联网既有明显的发展空间

图表：2016-2019年中国互联网用户规模及增长率

图表：2019年中国网络媒体企业市场份额排名一览表

图表：2016-2019年中国电子书出版总量

图表：2019年采购电子书的机构用户增长情况

图表：全国各区域出版数字报纸数量

图表：中国报纸资源全文数据库产品示意图

图表：手机书样例

图表：手机报样例

图表：具有朗读功能的手机报样例

图表：移动数字出版模式

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年中国iptv用户数

图表详见报告正文 (GYZQPT)

【简介】

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。《2019年中国传媒市场分析报告-市场竞争现状与投资战略研究》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。

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。

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/guanggaochuanmei/436096436096.html>