

2016-2022年中国广播电视市场深度调查及“十三五”投资价值评估报告

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《2016-2022年中国广播电视市场深度调查及“十三五”投资价值评估报告》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：<https://baogao.chinabaogao.com/guangbo/239543239543.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

广播电视（Radio and television）是通过无线电波或通过导线向广大地区播送音响、图像节目的传播媒介，统称为广播。只播送声音的，称为声音广播；播送图像和声音的，称为电视广播。广播电视具有明显的信息产业的基本功能，即生产和传递信息的功能、导向社会资源优化配置的功能、经营信息的功能等。

广播电视行业:是指专业从事广电设备的生产，研究，探索，销售的单位，主要包括:摄、录、监、采、编、播、管、存等主要方面。目前此行业急需发展，为以后的"三网合一"(广播电视网、移动传媒网络、互联网)做好充分的前期工作。

从中国三网融合的实践进程来，广电行业已经开始加速演变，以适应三网融合的要求。广电行业在收入结构、双向网改、网络整合、数字化转换、新媒体扩展、增值业务开拓等方面相比以往取得了一定进展。2014年，我国广播电视总收入达3635.51亿元。

广电网络数字化改造市场情况

截至2015年一季度，我国高清数字电视用户仅占全国有线数字电视用户26.70%，标清到高清的转换需要CA智能卡升级更新，未来随着终端客户对数字电视信号高清化、功能多样化和网络智能化的发展需求，更新换代将成为数字条件接收系统产品需求的新增长点。

2006年-2014年中国有线数字电视用户数量增长情况

中国报告网发布的《2016-2022年中国广播电视市场深度调查及“十三五”投资价值评估报告》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。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、2016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、2011-2015年广播电视行业市场供给分析

二、2011-2015年广播电视行业市场需求分析

三、2011-2015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2014-2015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、价格竞争分析

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2014-2015年中国广播电视所属行业主要数据监测分析

第一节2014-2015年中国广播电视所属行业总体数据分析

一、2014年中国广播电视所属行业全部企业数据分析

二、2015年中国广播电视所属行业全部企业数据分析

第二节2014-2015年中国广播电视所属行业不同规模企业数据分析

一、2014年中国广播电视所属行业不同规模企业数据分析

二、2015年中国广播电视所属行业不同规模企业数据分析

第三节2014-2015年中国广播电视所属行业不同所有制企业数据分析

一、2014年中国广播电视所属行业不同所有制企业数据分析

二、2015年中国广播电视所属行业不同所有制企业数据分析

第八章 中国广播电视行业竞争情况

第一节 行业经济指标分析

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、企业简介

二、企业产品及业务分析

第二节 成都索贝数码科技股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营管理

三、企业产品及业务分析

第三节 新奥特（北京）视频技术有限公司

一、企业简介

二、企业营销体系

三、企业产品及业务分析

第四节 北京冠华荣信系统工程股份有限公司

一、企业简介

二、企业工程业绩

三、企业产品及业务分析

第五节 北京世纪睿科系统技术有限公司

一、企业简介

二、企业产品及业务分析

第六节 北京星光影视设备科技股份有限公司

一、企业简介

二、企业发展战略

三、企业产品及业务分析

第七节 ACE安恒利国际有限公司

一、企业简介

二、企业产品及业务分析

第八节 索尼（中国）有限公司

一、企业简介

二、企业发展方向

三、企业产品及业务分析

第九节 北京捷成世纪科技股份有限公司

一、企业简介

二、企业发展规划

三、企业产品及业务分析

第十章 2016-2022年广播电视行业发展预测分析

第一节 2016-2022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、2016-2022年中国广播电视行业发展规模分析

三、2016-2022年中国广播电视行业发展趋势分析

第二节 2016-2022年中国广播电视行业供需预测

一、2016-2022年中国广播电视行业供给预测

二、2016-2022年中国广播电视行业需求预测

第十一章 2016-2022年中国广播电视行业投资风险预警

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风险

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 2016-2022年中国广播电视行业发展策略及投资建议

第一节 广播电视行业发展策略分析

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、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 广播电视行业投资战略研究

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

第五节 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，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/guangbo/239543239543.html>