

2022-2028年中国广播电视 市场深度分析与未来发展趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国广播电视市场深度分析与未来发展趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202110/244221.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

广播电视是通过无线电波或导线传播声音、图像、视频的新闻传播工具。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。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国广播电视市场深度分析与未来发展趋势报告》共十二章。首先介绍了广播电视相关概念及发展环境，接着分析了中国广播电视规模及消费需求，然后对中国广播电视市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国广播电视面临的机遇及发展前景。您若想对中国广播电视有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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。

报告目录：

第一章2015-2019年中国电视、广播行业发展分析

1.1广播电视概述

1.1.1广播电视经济的概念

1.1.2广播电视产品的商品属性

1.1.3广播电视传播的经济目的

1.1.4广播电视业的产业定位

1.2中国电视、广播行业发展概况

1.2.1我国电视、广播行业发展历程

1.2.2中国电视、广播产业改革发展成就

1.2.3我国深入推进广播电视体制改革

1.2.4数字化推动电视、广播行业全面升级

1.2.5新兴媒体对广电产业发展的影响

1.2.6我国加快发展网络广播电视

1.32015-2019年中国电视、广播行业发展概况

1.3.1我国广播电视业保持良好发展态势

1.3.22019年我国广播电视业的发展综述

1.3.32019年我国广播电视业的发展简况

- 1.3.42019年我国广播电视业运行态势分析
- 1.42015-2019年中国彩色电视机产量分析
 - 1.4.12018年主要省份彩色电视机产量分析
 - 1.4.22019年主要省份彩色电视机产量分析
 - 1.4.32019年全国及主要省份彩色电视机产量分析
- 1.5中国电视、广播业存在的问题与对策
 - 1.5.1我国广播电视体制改革中存在的不足
 - 1.5.2我国电视、广播行业产业化发展策略
 - 1.5.3加强媒介融合推动广电产业创新
 - 1.5.4推进我国广播电视体制改革的建议

第二章2015-2019年中国电视业发展分析

- 2.12015-2019年中国电视产业总体概述
 - 2.1.1中国电视产业的发展历程
 - 2.1.22019年我国电视产业运行状况
 - 2.1.32019年中国电视产业发展分析
 - 2.1.42019年中国电视业运行分析
 - 2.1.5我国电视行业的转型与创新
 - 2.1.6电视媒体的大众化发展态势及其思路
 - 2.1.7新媒体技术影响下电视媒体的盈利模式探析
- 2.2电视广告
 - 2.2.1电视广告概念及表现形式
 - 2.2.2中国电视广告业发展历程
 - 2.2.3中国电视广告产业发展概况
 - 2.2.4数字化对电视广告产业发展的影响
 - 2.2.5电视广告的营销策略分析
- 2.3数字电视
 - 2.3.1数字电视的发展优势
 - 2.3.2中国数字电视发展的渐进过程
 - 2.3.32019年我国数字电视产业发展状况
 - 2.3.42019年国内数字电视市场发展分析
 - 2.3.5中国数字电视产业链的重要环节

2.3.6我国数字电视四大产业链规模初显

2.3.7国内有线数字电视的发展及问题

2.4移动电视

2.4.1我国移动电视业迅猛增长

2.4.2移动电视市场竞争格局变化

2.4.3移动电视市场蓬勃发展

2.4.4中国移动电视的运营优势

2.4.5移动电视的赢利模式构建

2.4.6移动电视发展尚处初级阶段

2.4.7移动电视行业突破瓶颈的发展对策

2.5网络电视

2.5.1网络电视的概念及特征

2.5.2中国网络电视的发展简述

2.5.3我国网络电视产业发展现状

2.5.4中国网络电视牌照运营商分析

2.5.5我国网络电视存在的问题及其原因

2.5.6网络电视业须加强产业链环节联盟

2.5.7中国网络电视业务进一步发展的关键因素

2.6中国电视业发展中存在的问题及对策

2.6.1我国电视业发展面临的四大难题

2.6.2制约我国电视业发展的主要因素

2.6.3推动电视媒体发展的对策措施

2.6.4整顿国内电视行业的措施建议

2.6.5新媒体时代电视新闻媒体的发展策略

第三章2015-2019年中国广播业发展分析

3.1广播概述

3.1.1广播的定义及发展

3.1.2广播的特征优势

3.1.3数字广播

3.1.4网络广播

3.2中国广播业发展概况

- 3.2.1我国广播产业发展历程回顾
- 3.2.2中国广播业发展势头迅猛
- 3.2.3国内广播节目形态变革路径
- 3.2.4我国广播广告业的发展
- 3.2.5移动多媒体广播产业链初步形成
- 3.2.6广播产业价值链发展分析
- 3.32015-2019年中国广播产业分析
- 3.3.12019年国内广播业发展情况
- 3.3.22019年国内广播收听市场分析
- 3.3.32019年中国广播业发展情况
- 3.3.42019年中国广播业发展分析
- 3.4媒介融合环境下广播业的发展
- 3.4.1媒介融合时代广播业发展面临的局势
- 3.4.2媒介融合时代广播业的发展措施
- 3.4.3广播与新媒体融合的发展途径探析
- 3.5中国广播产业化发展的瓶颈
- 3.5.1意识形态的制约
- 3.5.2体制性障碍的制约
- 3.5.3政策性瓶颈
- 3.5.4资金与人才等局限性障碍的制约
- 3.6中国广播产业发展的对策
- 3.6.1应充分深刻认识广播产业属性
- 3.6.2发展广播产业的优势与关键点
- 3.6.3深化广播体制改革及体制创新
- 3.6.4加快广播政策研究和国际传媒趋势接轨
- 3.6.5加快广播人才培养以突破人才瓶颈

第四章2015-2019年中国电视、广播业的区域发展

- 4.1山东省
- 4.1.1山东广电业大力拓展影视市场
- 4.1.2广播影视业列入《山东省政府工作报告》重点工作
- 4.1.3山东淄博加快整合广播电视行业

- 4.1.4山东电视业进军国际传媒产业的探索发展
- 4.1.5促进山东省电视、广播业发展的关键点
- 4.2江苏省
 - 4.2.1江苏广播、电视综合人口覆盖率99%以上
 - 4.2.2江苏省13市广电网络实现全网互通
 - 4.2.3江苏省出台数字电视收费管理办法
 - 4.2.4江苏“三农”类广播电视节目的主要特点
 - 4.2.5江苏广播业深度整合谋求共赢
- 4.3浙江省
 - 4.3.1浙江省电视、广播业发展回顾
 - 4.3.2浙江省电视、广播业发展成就
 - 4.3.3浙江电视、广播行业实施产业化经营
 - 4.3.4浙江省推进电视、广播业发展的具体措施
- 4.4湖南省
 - 4.4.1湖南省电视、广播业发展回顾
 - 4.4.2湖南电视、广播产业的整合过程
 - 4.4.3湖南省电视产业蓬勃发展
 - 4.4.4湖南电视产业改革发展模式
 - 4.4.5湖南广播业发展综述
- 4.5其他
 - 4.5.1北京广播电视业打造网络视频平台
 - 4.5.2上海广电业应对境外媒体挑战的策略
 - 4.5.3四川省电视、广播业发展态势良好
 - 4.5.4广东电视产业竞争态势

第五章2015-2019年中国电视、广播业的运营及竞争

- 5.12015-2019年电视、广播行业运营分析
 - 5.1.1电视、广播产业的经营特点
 - 5.1.2电视、广播业经营存在巨大市场需求
 - 5.1.3广播电视媒体运营趋向多媒体领域发展
 - 5.1.4我国电视、广播广告市场经营分析
 - 5.1.5我国电视、广播产业运营战略

- 5.22015-2019年电视、广播行业竞争态势
 - 5.2.1中国电视、广播行业竞争日益严峻
 - 5.2.2我国电视、广播业外资进入状况
 - 5.2.3海外电视运营商进入加速中国电视行业竞争
 - 5.2.4多种广播电视传输手段加剧电视市场竞争
- 5.3电视、广播业的竞争力
 - 5.3.1中国电视、广播业的竞争优势
 - 5.3.2中国电视、广播业的竞争劣势
 - 5.3.3创意才是电视、广播业的核心竞争力
 - 5.3.4提高电视、广播行业竞争力的对策措施
- 5.4电视业竞争策略
 - 5.4.1致力开办精品频道
 - 5.4.2应对国际化竞争
 - 5.4.3提升节目质量
 - 5.4.4从生产导向型走向市场导向型
 - 5.4.5实施人才战略
- 5.5广播业竞争策略
 - 5.5.1积极融合
 - 5.5.2拓展市场
 - 5.5.3主动经营
 - 5.5.4建设绩效机制

第六章中国广播电视设备制造业财务状况

- 6.1中国广播电视设备制造业经济规模
 - 6.1.12015-2019年广播电视设备制造业销售规模
 - 6.1.22015-2019年广播电视设备制造业利润规模
 - 6.1.32015-2019年广播电视设备制造业资产规模
- 6.2中国广播电视设备制造业盈利能力指标分析
 - 6.2.12015-2019年广播电视设备制造业亏损面
 - 6.2.22015-2019年广播电视设备制造业销售毛利率
 - 6.2.32015-2019年广播电视设备制造业成本费用利润率
 - 6.2.42015-2019年广播电视设备制造业销售利润率

- 6.3中国广播电视设备制造业营运能力指标分析
 - 6.3.12015-2019年广播电视设备制造业应收账款周转率
 - 6.3.22015-2019年广播电视设备制造业流动资产周转率
 - 6.3.32015-2019年广播电视设备制造业总资产周转率
- 6.4中国广播电视设备制造业偿债能力指标分析
 - 6.4.12015-2019年广播电视设备制造业资产负债率
 - 6.4.22015-2019年广播电视设备制造业利息保障倍数
- 6.5中国广播电视设备制造业财务状况综合分析
 - 6.5.1广播电视设备制造业财务状况综合评价
 - 6.5.2影响广播电视设备制造业财务状况的经济因素分析

第七章2015-2019年中国广播电视设备进出口数据分析

- 7.12015-2019年无线电广播、电视发送设备进出口数据分析
 - 7.1.12015-2019年主要国家无线电广播、电视发送设备进口市场分析
 - 7.1.22015-2019年主要国家无线电广播、电视发送设备出口市场分析
 - 7.1.32015-2019年主要省份无线电广播、电视发送设备进口市场分析
 - 7.1.42015-2019年主要省份无线电广播、电视发送设备出口市场分析
- 7.22015-2019年未列名无线电广播接收设备进出口数据分析
 - 7.2.12015-2019年主要国家未列名无线电广播接收设备进口市场分析
 - 7.2.22015-2019年主要国家未列名无线电广播接收设备出口市场分析
 - 7.2.32015-2019年主要省份未列名无线电广播接收设备进口市场分析
 - 7.2.42015-2019年主要省份未列名无线电广播接收设备出口市场分析
- 7.32015-2019年彩色卫星电视接收机进出口数据分析
 - 7.3.12015-2019年主要国家彩色卫星电视接收机进口市场分析
 - 7.3.22015-2019年主要国家彩色卫星电视接收机出口市场分析
 - 7.3.32015-2019年主要省份彩色卫星电视接收机进口市场分析
 - 7.3.42015-2019年主要省份彩色卫星电视接收机出口市场分析
- 7.42015-2019年其他彩色电视接收机进出口数据分析
 - 7.4.12015-2019年主要国家其他彩色电视接收机进口市场分析
 - 7.4.22015-2019年主要国家其他彩色电视接收机出口市场分析
 - 7.4.32015-2019年主要省份其他彩色电视接收机进口市场分析
 - 7.4.42015-2019年主要省份其他彩色电视接收机出口市场分析

7.52015-2019年其他单色电视接收机进出口数据分析

7.5.12015-2019年主要国家其他单色电视接收机进口市场分析

7.5.22015-2019年主要国家其他单色电视接收机出口市场分析

7.5.32015-2019年主要省份其他单色电视接收机进口市场分析

7.5.42015-2019年主要省份其他单色电视接收机出口市场分析

7.62015-2019年电视发送、差转及卫星电视地面收转设备零件进出口数据分析

7.6.12015-2019年主要国家电视发送、差转及卫星电视地面收转设备零件进口市场分析

7.6.22015-2019年主要国家电视发送、差转及卫星电视地面收转设备零件出口市场分析

7.6.32015-2019年主要省份电视发送、差转及卫星电视地面收转设备零件进口市场分析

7.6.42015-2019年主要省份电视发送、差转及卫星电视地面收转设备零件出口市场分析

第八章中国电视、广播行业重点企业分析

8.1中视传媒股份有限公司

8.1.1企业发展概况

8.1.2经营效益分析

8.1.3业务经营分析

8.1.4财务状况分析

8.1.5未来前景展望

8.2上海东方明珠（集团）股份有限公司

8.2.1企业发展概况

8.2.2经营效益分析

8.2.3业务经营分析

8.2.4财务状况分析

8.2.5未来前景展望

8.3北京歌华有线电视网络股份有限公司

8.3.1企业发展概况

8.3.2经营效益分析

8.3.3业务经营分析

8.3.4财务状况分析

8.3.5未来前景展望

8.4深圳市天威视讯股份有限公司

8.4.1企业发展概况

8.4.2经营效益分析

8.4.3业务经营分析

8.4.4财务状况分析

8.4.5未来前景展望

8.5湖南电广传媒股份有限公司

8.5.1企业发展概况

8.5.2经营效益分析

8.5.3业务经营分析

8.5.4财务状况分析

8.5.5未来前景展望

8.6陕西广电网络传媒股份有限公司

8.6.1企业发展概况

8.6.2经营效益分析

8.6.3业务经营分析

8.6.4财务状况分析

8.6.5未来前景展望

第九章2022-2028年中国电视、广播产业投资分析及前景预测（）

9.1中国电视、广播市场投资分析

9.1.1中国电视、广播市场的投资模式

9.1.2外商投资广播影视产业政策综述

9.1.3数字电视产业的投资机会及风险

9.2中国电视、广播产业未来发展趋势

9.2.1未来全球广播电视数字化前景预测

9.2.2我国广电产业发展趋势

9.2.3数字化成为我国广播电视业发展方向

9.2.4未来我国广电产业管理方式转变趋向

9.2.5移动多媒体广播电视业务发展前景可观

9.32022-2028年广播电视设备制造业发展预测分析

9.3.12022-2028年广播电视设备制造业收入预测

9.3.22022-2028年广播电视设备制造业利润预测

9.3.32022-2028年广播电视设备制造业产值预测

附录：

附录一：国家广电总局关于促进广播影视产业发展的意见

附录二：关于发展我国影视动画产业的若干意见

附录三：关于进一步加强广播电视广告播出管理的通知

图表目录：

图表：中国广电媒介资金紧缺情况

图表：广播产业价值链的基本模型

图表：各城市听众人均每日收听广播时间城市

图表：不同目标听众人均每日收听广播时间

图表：北京、上海、广州三地全天收听率走势比较

图表：不同年龄听众的全天收听率走势比较

图表：各城市主要频率类型市场份额

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202110/244221.html>