

2022-2028年中国广播电视 行业分析与投资方向研究报告

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年中国广播电视行业分析与投资方向研究报告》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/202208/315479.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

广播电视节目是指电视台、广播电台所有播出内容的基本组织形式和播出形式。它是一个按时间段划分、按线性结构传播的方式安排和表现内容、依时间顺序播送内容的多层次系统。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国广播电视行业分析与投资方向研究报告》共九章。首先介绍了中国广播电视行业市场发展环境、广播电视整体运行态势等，接着分析了中国广播电视行业市场运行的现状，然后介绍了广播电视市场竞争格局。随后，报告对广播电视做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国广播电视行业发展趋势与投资预测。您若想对广播电视产业有个系统的了解或者想投资中国广播电视行业，本报告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 中国广播电视行业发展分析

第一节 广播电视概述

一、广播电视经济的概念

二、广播电视产品的商品属性

三、广播电视传播的经济目的

四、广播电视业的产业定位

第二节 广播电视行业产业背景分析

一、“十三五”时期广播电视发展回顾

二、2020年广播电视数字化进程

三、三网融合数字化时代的广播电视

第三节 2016-2020年中国广播电视行业发展概况

一、2020年我国广播电视业发展综述

二、2020年国内广播电视业平稳发展

三、2020年我国广播电视收入持续增长

四、2020年我国广播电视业发展综述

第四节 2020年广电产业发展综合分析及2021年展望

- 一、2020年广播电视整体稳步快速增长
- 二、2020年广播电视行业营收状况分析
- 三、2020年广电科技与事业成绩突出，重点项目提前完成
- 四、2020年中国广播电视行业十大科技关键词
- 五、2020年广电发展趋势展望

第五节 广电行业发展存在问题对策分析

- 一、广电运营商面临挑战
- 二、广播电视数字化面临的挑战与机遇
- 三、广播电视业转型拓展求发展
- 四、广播电视网络在三网融合中的对策研究
- 五、高清电视是未来必然选择
- 六、科技时代背景下的广播电视发展探究

第二章 中国电视业

第一节 中国电视产业总体概述

- 一、中国电视产业的发展概况
- 二、2020年我国出产电视剧创历史新高
- 三、2020年中国电视产业发展状况
- 四、2016-2020年中国彩色电视产品产量分析

第二节 电视广告

- 一、电视广告概念及表现形式
- 二、2020年中国电视广告产业发展分析
- 三、2020中国电视广告市场分析与展望
- 四、2020年有线数字电视广告联盟欲制定行业标准
- 五、有线电视广告的主要趋势
- 六、消费文化影响下的电视广告策划
- 七、从中国好声音看中国电视广告的价值
- 八、数字化时代电视广告运作的创新策略

第三节 中国数字电视发展分析

- 一、中国数字电视发展及带来的变化
- 二、三网融合下中国数字电视的发展

- 三、2020年中国有线数字电视用户市场规模
- 四、2020年六部委推动普及地面数字电视
- 五、2020年有线电视数字化整体转换悄然进行
- 六、2020年我国地面数字电视接收机将有统一标识
- 七、2020年我国首套超高清异构网络无线数字电视系统研制成功

第四节 手机电视行业发展

- 一、手机电视的内容链建设
- 二、手机电视市场状况
- 三、手机电视的发展模式
- 四、手机电视发展中的若干问题探讨
- 五、手机电视的营销推广策略
- 六、2020年CMMB手机电视业务发展现状调查及SWOT分析
- 七、2020年我国智能电视渗透率

第五节 网络电视行业发展分析

- 一、IPTV产业链分析
- 二、网络视频——电视购物的互联网应用
- 三、电信运营商IPTV业务发展新思路
- 四、2020年中国网络电视业发展分析
- 五、2020年电商试水视频购物新模式
- 六、网络电视台的发展模式与市场策略

第三章 中国广播业

第一节 中国广播产业分析

- 一、广播传播形态
- 二、延伸广播公共服务职能
- 三、“走出去”能力不断增强
- 四、类型化广播：经10年发展，转型成功
- 五、广告经营：实践和理论水平提升

第二节 移动互联时代广播应用创新的方向选择

- 一、从网络广播到移动终端
- 二、基于用户位置的定位服务——广播应用创新方向
- 三、手机广播——传统广播网络化的新方向

第三节 从广播类APP看移动互联网时代广播的发展

一、广播在移动互联网时代的新发展

二、当前我国广播APP类型分析

三、广播APP的思考与展望

第四节 “云传播”视域下网络广播的发展与展望

一、广播的历史现状及其发展局限

二、网络广播在媒介融合的全媒体语境下应运而生

三、“云传播”视域下网络广播的革新优势与挑战

四、“云”时代网络广播的未来定位与展望

第五节 中国农村广播的发展与策略

一、伴随性成为广播的主要竞争优势：

二、强化伴随性打造广播的核心竞争力

三、农村广播节目如何强化伴随性优势

第四章 中国广播电视业的区域发展

第一节 华东地区行业区域发展

第二节 华南地区行业区域发展

第三节 华中地区行业区域发展

第四节 华北地区行业区域发展

第五节 东北地区行业区域发展

第六节 西南地区行业区域发展

第七节 西北地区行业区域发展

第五章 中国广播电视业的运营及竞争

第一节 广播电视行业运营分析

一、广播电视产业的经营特点

二、城市广电产业经营体制重构

三、中国广播电视产业经营发展趋势分析

第二节 广播电视行业竞争态势

一、中国广播电视行业竞争形势

二、中国广播电视行业升级到全产业链竞争

三、2020年国外运营商布局电视业

四、多种广播电视传输手段加剧电视市场竞争

五、数字电视不怕IPTV竞争将全面推广

第三节 广电传媒集团的核心竞争力

一、广播影视集团以内容为王

二、广播影视集团以网络为本

三、广播影视集团拓展产品链与产业链

四、广播影视集团的品牌铸造

第四节 媒介融合背景下电视业竞争策略研究

一、媒介融合的定义、表现形式及其对媒介产生的影响

二、媒介融合给电视业带来的机遇与挑战

三、当前电视业发展的可行性策略

四、进一步加强与其他媒介的融合发展

五、结论

第五节 媒介融合背景下广播媒体的品牌战略管理

一、广播媒体的品牌作用

二、广播媒体品牌战略管理存在的问题

三、广播媒体品牌战略管理的对策建议

第六节 我国广播电视业资本运营的核心问题与优化策略

一、当前我国广播电视资本运营的核心问题

二、对广播电视资本运营优化的策略建议

第六章 广播电视设备行业分析

第一节 广播电视设备业发展综合分析

一、我国广电设备发展现状

二、广电设备产业链分析

三、广电设备竞争格局分析

（一）前端设备竞争结构分析

（二）接入网竞争结构分析

（三）广电终端设备竞争结构分析

四、我国广播电视设备行业技术水平

第二节 广播电视设备业细分市场分析

一、网络改造推动前端设备持续增长

二、接入网改造市场规模

三、机顶盒市场规模

第三节 2020年广播电视设备业发展分析

一、2020年广电设备制造领域发展状况分析

二、2020年国家广电成立设备制造商迎来成长契机

三、2020年工信部力促广播接收设备产业转型

四、2020年三网融合规划将出对广电设备需求的影响

第七章 2016-2020年中国广播电视设备制造业所属行业经济运行数据

第一节 2016-2020年全国广播电视设备制造业所属行业主要经济指标

一、2019年全国广播电视设备制造业所属行业主要经济指标

二、2020年全国广播电视设备制造业所属行业主要经济指标

第二节 2016-2020年全国及各省市广播电视设备制造业所属行业产销数据分析

一、2019年全国及各省市广播电视设备制造业所属行业产销数据分析

二、2020年全国及各省市广播电视设备制造业所属行业产销数据分析

第三节 2016-2020年全国及各省市广播电视设备制造业所属行业资产负债分析

一、2019年全国及各省市广播电视设备制造业所属行业资产负债分析

二、2020年全国及各省市广播电视设备制造业所属行业资产负债分析

第四节 2016-2020年全国及中国各省市广播电视设备制造业行业规模分析

一、2019年全国及各省市广播电视设备制造业行业规模分析

二、2020年全国及各省市广播电视设备制造业行业规模分析

第五节 2016-2020年全国及各省市广播电视设备制造业所属行业盈利能力分析

一、2019年全国及各省市广播电视设备制造业所属行业盈利能力分析

二、2020年全国及各省市广播电视设备制造业所属行业盈利能力分析

第八章 中国广播电视行业重点企业分析

第一节 中视传媒股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业经营情况分析

四、企业财务数据分析

五、发展展望及策略

第二节 上海东方明珠（集团）股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业财务数据分析
- 五、发展展望及策略

第三节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业财务数据分析
- 五、发展展望及策略

第四节 深圳市天威视讯股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业财务数据分析
- 五、发展展望及策略

第五节 湖南电广传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业财务数据分析
- 五、发展展望及策略

第六节 陕西广电网络传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业财务数据分析
- 五、发展展望及策略

第九章 2022-2028年中国广播电视产业投资分析及前景预测

第一节 “十四五”期间中国广播电视产业发展展望

- 一、十四五规划力在三网融合（ ）
- 二、下一代广播电视网：实现有线网络互联互通
- 三、高清与3D：未来影视的方向
- 四、内容生产：以质量提高为主
- 五、体制机制改革：以制度为抓手
- 六、科技创新能力：将会显著提高

第二节 广电行业投资热点分析

- 一、大力推进台内数字化
- 二、大力推进有线电视数字化
- 三、大力推进无线广播电视的数字化
- 四、加快发展移动多媒体广播电视
- 五、大力推广直播卫星户户通
- 六、NGB关键技术布局

第三节 中国电视业发展趋势与策略

- 一、智能电视引领广电产业大变革
- 二、2020年电视产业将真正迎来智能时代
- 三、2022-2028年电视产业发展趋势
- 四、新媒体背景下电视地面频道发展探析
- 五、电视媒体进入“二次传播”新时代

第四节 中国数字电视业发展趋势与策略

- 一、中国数字电视行业发展影响因素分析
- 二、十四五我国数字电视产业发展形势分析
- 三、2020年全球配备数字电视的家庭数量
- 四、2020年我国地面数字电视广播覆盖网基本建成

第五节 中国广播产业发展新机遇与对策

- 一、当前广播发展面临的新机遇
- 二、不利于广播发展的障碍分析
- 三、把握和利用广播发展新机遇的思路

部分图表目录：

图表：2016-2020年我国广播电视覆盖率变化情况

图表：2016-2020年我国广播电视行业总收入变化情况

图表：2020年我国广播电视行业收入分布图

图表：2016-2020年我国广播电视广告收入变化情况

图表：2016-2020年有线电视网络收入变化情况

图表：2016-2020年全国有线电视用户情况

图表：2016-2020年数字电视用户增长情况

图表：2020年全国及各省市彩色电视机产量

图表：2020年全国及各省市彩色电视机产量

图表：2020年全国及各省市彩色电视机产量

图表：2020年全国及各省市彩色电视机产量

图表：2016-2020年中国有线数字电视用户市场规模

图表：2020年中国有线数字电视用户市场规模预测

图表：“广电+移动运营商”手机产业模式

图表：“移动运营商+SP”手机电视产业模式

图表：手机电视运营商盈利模式

图表：手机电视超市型运营模式

图表：手机电视独立运营模式

图表：手机电视混合运营模式

图表：中国IPTV发展产业链示意图

图表：IPTV产业链示意图

图表：视频推送节点的主要功能图

图表：江苏省“十四五”广播影视发展主要成绩

图表：江苏省广播影视“十四五”发展主要指标

图表：“十四五”全省广电重点工程项目一览表

图表：广电设备产业链

图表：广电设备行业的波特五力分析

图表：中国数字电视前端硬件市场各厂商占有率情况

图表：不同EOC方案的主要设备生产商

图表：国内有线数字机顶盒各厂商占有率情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202208/315479.html>