

2021-2026年中国广播电视市场深度分析及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国广播电视市场深度分析及投资战略咨询报告》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://www.huaon.com/channel/media/715669.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

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。

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 广播电视业相关概述

第一节 广播电视的概念与内容分类

一、广播电视(NewMedia)内涵

二、中国广播电视领域特征

三、中国广播电视领域构成

第二节 广播电视的特征及经济学特性

一、广播电视的传播特征及要求

二、广播电视的优势与特点

三、广播电视的经济学特性

第二章 2016-2020年中国广播电视领域运行环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2020年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2016-2020年中国广播电视领域市场政策环境分析

一、《文化产业振兴规划》

二、广电总局对广播影视业监管

三、相关产业法律法规

第三节 2016-2020年中国广播电视领域市场技术环境分析

第四节 2016-2020年中国广播电视领域市场社会环境分析

第三章 2016-2020年中国广播电视产业运行新形势透析

第一节 2016-2020年广播电视行业运行综述

一、世界主要国家广播电视发展综述

二、中国广播电视产业发展环境分析

三、中国广播电视产业链日渐成熟

四、国内广播电视业务布局决胜要点

五、中国广播电视运营与赢利模式浅析

第二节 2016-2020年中国广播电视产业受众及需求分析

第三节 2016-2020年中国传统媒体与广播电视的竞争分析

- 一、广播电视环境下的传媒创新特征
- 二、广播电视对传统媒体的冲击分析
- 三、广播电视受众接触率已经超越传统媒体
- 四、广播电视与传统媒体竞争分析
- 五、传统媒体与新兴媒体的竞争格局
- 六、危机促进传统媒体向广播电视转变
- 七、广播电视与传统媒体的融合

第四节 2016-2020年中国广播电视营销解析

- 一、广播电视营销初露峥嵘
- 二、营销行业迎接广播电视时代来临
- 三、整合营销下的我国广播电视价值实现
- 四、广播电视变化促进精准营销发展
- 五、我国广播电视营销势在必行
- 六、广播电视实效营销传播趋势
- 七、广播电视营销的制胜之道

第五节 2016-2020年中国广播电视行业的问题及对策分析

- 一、我国广播电视产业发展面临的瓶颈及对策
- 二、广播电视产业链问题及对策
- 三、2016-2020年广播电视行业面临大洗牌
- 四、广播电视业以差异化与精准化突围

第四章 2016-2020年中国广播电视领域研究—有线数字电视

第一节 2016-2020年中国有线数字电视产业链研究

- 一、中国有线数字电视产业链构成
- 二、中国有线数字电视产业链现状
- 三、中国有线数字电视产业影响因素

第二节 2016-2020年中国有线数字电视市场规模研究

- 一、中国有线数字电视产业整体规模
- 二、中国有线数字电视产业终端规模
- 三、中国有线数字电视产业用户规模

第三节 2016-2020年中国有线数字电视运营市场研究

- 一、中国有线数字电视整体转换研究
- 二、中国有线数字电视网络整合研究

三、中国有线数字电视网络改造研究

四、中国有线数字电视增值业务研究

第四节 2016-2020年中国有线数字电视发展趋势研究

一、中国有线数字电视运营市场发展趋势

二、中国有线数字电视设备市场发展趋势

三、中国有线数字电视用户市场发展趋势

第五章 2016-2020年中国广播电视领域研究—地面数字电视

第一节 2016-2020年中国地面数字电视产业链发展研究

一、中国地面数字电视产业链构成

二、中国地面数字电视产业链现状

三、中国地面数字电视产业链关系

第二节 2016-2020年中国地面数字电视产业规模研究

一、地面数字电视整体市场规模

二、地面数字电视设备市场规模

三、地面数字电视广告市场规模

第三节 2016-2020年中国移动电视市场发展研究

一、中国移动电视整体市场发展现状

二、中国移动电视细分市场构成

三、中国移动电视细分市场发展趋势

第四节 2016-2020年中国CMMB市场发展研究

一、中国CMMB市场发展现状

二、中国CMMB市场规模构成

三、中国CMMB市场发展趋势

第五节 2016-2020年中国城市电视市场发展研究

一、中国城市电视市场发展现状

二、中国城市电视市场规模构成

三、中国城市电视市场发展趋势

第六节 2016-2020年中国农村无线覆盖市场发展研究

一、中国农村无线覆盖市场发展现状

二、中国农村无线覆盖市场规模构成

三、中国农村无线覆盖市场发展趋势

第七节 未来中国地面数字电视发展趋势研究

一、中国地面数字电视产业链发展趋势

二、中国地面数字电视整体市场发展趋势

三、中国地面数字电视设备市场发展趋势

四、中国地面数字电视广告市场发展趋势

第八节 未来中国地面数字电视发展规模预测

- 一、中国地面数字电视发展影响力估算
- 二、中国地面数字电视机顶盒市场规模预测
- 三、中国地面数字电视一体机市场规模预测

第六章 2016-2020年中国广播电视领域研究—高清数字电视

第一节 2016-2020年全球高清数字电视发展状况研究

- 一、全球高清数字电视发展状况
- 二、全球高清数字电视订户比例研究
- 三、全球高清数字电视订户增长预测
- 四、全球高清数字电视机用户发展研究

第二节 2016-2020年中国高清数字电视动态分析

- 一、中国高清数字电视发展规划
- 二、高清电视一个庞大产业集群的崛起
- 三、清数字电视产业市场规模近千亿
- 四、枣庄市峄城区首批数字电视信号正式开通启用
- 五、北京将用三年时间大规模普及交互式数字高清电视

第三节 未来中国高清数字电视发展趋势研究

- 一、中国高清数字电视营销策略
- 二、中国高清数字电视存在的问题
- 三、中国高清数字电视市场发展趋势

第七章 2016-2020年中国广播电视领域研究—卫星数字电视

第一节 2016-2020年中国直播卫星产业宏观发展环境

- 一、中国直播卫星产业宏观政策
- 二、中国直播卫星产业发展规划
- 三、中国直播卫星产业技术标准

第二节 2016-2020年中国直播卫星产业发展现状研究

- 一、中国直播卫星发展意义
- 二、中国直播卫星发展现状
- 三、中国直播卫星存在的问题

第三节 2016-2020年中国广播影视“村村通”工程研究

- 一、中国广播影视“村村通”工程政策
- 二、中国广播影视“村村通”工程进展
- 三、中国广播影视“村村通”工程目标

第四节 未来中国直播卫星产业发展趋势研究

一、中国直播卫星政策发展趋势

二、中国直播卫星用户发展趋势

三、中国直播卫星运营发展建议

第八章 2016-2020年中国广播电视领域研究—网络电视（IPTV）

第一节 2016-2020年中国IPTV产业链发展研究

一、中国IPTV产业链发展现状

二、中国IPTV产业链存在问题

三、中国IPTV产业链发展策略

第二节 2016-2020年中国IPTV市场规模研究

一、中国IPTV整体市场规模

二、中国IPTV用户市场规模

三、中国IPTV机顶盒市场规模

第三节 2016-2020年中国IPTV运营模式研究

一、以主导权划分的运营模式

二、以接收终端划分的运营模式

三、以运营特征划分的运营模式

第四节 未来中国IPTV产业发展趋势

一、中国IPTV市场发展趋势

二、中国IPTV技术发展趋势

三、中国IPTV应用发展趋势

第九章 2016-2020年中国手机媒体及其业务运行分析

第一节 2016-2020年中国手机媒体市场发展分析

一、手机媒体的形态与内容分析

二、手机媒体的用户与需求分析

三、手机媒体赢利模式探讨

四、4G时代的手机媒体发展分析

第二节 2016-2020年中国手机电视发展分析

一、手机电视覆盖率分析

二、我国手机电视运营模式研究

三、亚洲手机电视渗透率全球领先

四、手机电视有望成立产业联盟

五、手机电视市场蕴含巨大潜力

六、未来手机电视产业的问题及解决

七、2020年4G手机电视用户预测

第三节 2016-2020年中国手机游戏运行分析

- 一、手机游戏产业链及收费模式
- 二、全球手机游戏营收情况
- 三、手机游戏整体盈利状况
- 四、新兴市场拉动手机游戏收入增长
- 五、2016-2020年3G行业带来手机游戏大发展机遇
- 六、2021-2026年手机游戏市场规模及发展趋势
- 七、2021-2026年手机游戏年复合增长率

第四节 2016-2020年中国手机短信发展分析

- 一、全球短信业务浅析
- 二、短信业务在企业售后服务中的应用
- 三、手机短信的新闻管理和产业发展探讨
- 四、全球手机短信业务发展情况
- 五、我国短信业务量增长情况

第五节 2016-2020年中国手机广告发展分析

- 一、手机广告的几种模式
- 二、手机广告业务将加速发展
- 三、手机广告市场规模分析
- 四、手机媒体广告的发展瓶颈及对策
- 五、未来手机广告市场发展预测

第六节 2016-2020年中国手机媒体市场问题对策分析

- 一、手机媒体的缺陷与消费困境分析
- 二、中国手机媒体发展的五大制约因素
- 三、中国手机媒体的良性发展途径探析

第十章 2016-2020年其它网络媒体及其业务运行分析

第一节 网络视频

- 一、网络视频发展概况
- 二、网络视频广告的春天充满挑战
- 三、网络视频迎来“3G元年”
- 四、网络视频市场规模
- 五、中国网络视频市场收入
- 六、网络视频营销的发展与趋势分析
- 七、网络视频业发展面临的问题
- 八、网络视频业的良性发展道路探析

第二节 网络博客

- 一、中国博客规模发展情况

- 二、中国博客作者人数
- 三、中国博客市场调查分析
- 四、博客发展趋势分析
- 五、未来博客发展方向分析

第三节 网络游戏

- 一、我国网络游戏产业逆市飘红
- 二、中国网络游戏市场规模情况
- 三、2016-2020年我国网络游戏用户规模情况
- 四、2021-2026年我国网页游戏发展前景分析

第四节 网络广告

- 一、网络广告市场现状及发展趋势
- 二、中国网络广告联盟市场规模
- 三、2016-2020年中国网络广告市场分析
- 四、2021-2026年网络广告规模分析预测
- 五、网络广告未来趋势

第十一章 中国广播电视主体企业运行分析

第一节 上海东方明珠（集团）股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

第二节 中视传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

第三节 成都博瑞传播股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

第四节 湖南电广传媒股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第五节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第六节 陕西广电网络传媒股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

第十二章 2021-2026年中国广播电视前景预测与投资战略分析

第一节 2021-2026年中国广播电视行业前景展望

一、中国广播电视未来发展前景广阔

二、广播电视发展方向探讨

三、我国广播电视产业发展趋势

四、2021-2026年广播电视市场规模预测

第二节 2021-2026年中国广播电视行业投资战略分析

一、产业盈利模式与获得风投的瓶颈

二、广播电视VC投资策略分析

三、广播电视行业风险投资形势分析

四、无线广播电视逆势飘红加大投资力度

五、风投对广播电视行业的态度分析

六、国际形式对广播电视投资影响分析

图表目录：

图表：互联网的应用功能分类

图表：2016-2020年中国广播电视产业规模

图表：2016-2020年中国广播电视产业细分市场结构

图表：移动网络升级带来的增值业务提升

图表：两种主流地面广播技术标准比较

图表：基于移动通信和数字广播的移动电视业务比较

图表：2016-2020年中国车载电视市场规模及增长预测

图表：Media.与Media.的对比

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/media/715669.html>