

中国电视媒体产业发展现状与市场前景分析报告2023-2029年

产品名称	中国电视媒体产业发展现状与市场前景分析报告 2023-2029年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院销售部
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708
联系电话	18766830652 18766830652

产品详情

中国电视媒体产业发展现状与市场前景分析报告2023-2029年..... 【报告编号】

363886【出版日期】 2023年2月【出版机构】 中研华泰研究院【交付方式】

EMIL电子版或特快专递【报告价格】 纸质版:6500元 电子版:6800元

纸质版+电子版:7000元【联系人员】

刘亚 免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 部分电视媒体行业发展现状章

2018-2022年全球电视媒体产业发展分析节 国外电视节目业发展要素分析一、政策环境和历史背景二、资本运营三、经营理念四、新产品开发五、产权保护第二节 全球电视媒体产业发展分析一、2018-2022年金融风暴对传媒业的影响二、2018-2022年美国媒体市场分析三、2018-2022年英国媒体发展分析四、2018-2022年俄罗斯电视媒体发展分析五、2018-2022年澳大利亚电视媒体分析六、2018-2022年法国电视媒体的发展分析第三节

西方电视媒体产业走势分析一、渠道突围二、内容并非“为王”三、全媒体争夺战 第二章

中国电视媒体产业发展现状节 电视媒体产业发展概况一、电视媒体发展概况二、电视媒体发展的新方式三、媒体竞合下的电视业前景分析第二节 2018-2022年电视媒体产业发展现状一、2018-2022年电视媒体广告市场分析二、电视与网络新媒体融合分析三、电视媒体品牌价值的市场解析四、2022年国内首例电视媒体注资情况分析五、不同年龄人群电视媒体接触差异分析第三节 传统电视媒体与新媒体的融合分析一、对新媒体的作用二、以客户需求为导向三、加大与新媒体的整合传播第四节 电视传媒的符号特征及文化责任一、电视传媒的符号特征二、电视传媒的价值判断三、电视传媒的文化责任四、电视传播的文化潜能五、电视传播对我国社会的文化意义 第三章 2018-2022年中国电视媒体产业链分析节 电视新媒体发展现状与格局一、电视购物对电视媒体影响二、2022年手机电视实践亮点分析三、2018-2022年中国IPTV市场发展现状四、2018-2022年中国数字电视行业发展现状五、广播电视新媒体的发展情况第二节 电视新媒体发展预测一、2023年中国数字电视用户规模预测二、2023年中国车载电视市场销量预测三、2023-2029年中国手机电视市场消费需求预测第三节 中国电视媒体产业链结构一、电视媒体的价值链二、中国电视剧产业价值链分析三、2018-2022年移动多媒体广播电视产业链分析第四节 电视栏目发展情况一、电视台节目定位分析二、新媒体语境下电视节目生产的发展空间三、收视率对于电视栏目的影响四、主持人对品牌电视栏目的影响五、打造电视栏目的竞争力六、2022年电视节目的发展趋势第五节 各类型电视节目发展情况一、我国少儿电视节目发展二、电视宣传片发展特色分析三、美容时尚类节目的发展四、讲坛类电视栏目的发展五、电视栏目剧的发展六、谈话节目发展现状及趋势 第四章

影响中国电视媒体产业发展因素节

有利因素分析一、传统电视媒体的优势分析二、体制改革与消费升级因素第二节 不利因素分析一、进入威胁因素二、替代产品压力三、买方侃价能力四、供方侃价能力五、法律政策因素六、人力资本因素七、现有竞争对手的竞争第三节

网络多媒体对电视媒体的影响一、发挥电视媒体优势分析二、电视媒体数字化原则第四节 跨媒体整合电视媒体的情况一、目前跨媒体合作模式诞生的背景二、目前的合作模式中的得失分析三、跨媒体整合中电视媒体行业的对策 第二部分 电视媒体行业竞争格局第五章 电视媒体行业竞争分析节 电视媒体竞争状况一、网络媒体对电视媒体的冲击二、奥运赛场的传媒竞争与融合三、地方电视媒体核心竞争力四、2022年视频行业与传统电视媒体竞争格局五、2018-2022年网络视频与电视媒体的竞争第二节 电视传媒竞争的方向分析一、媒体后时代的发展二、电视竞争新格局三、媒体后时代的生存法则四、电视媒体的竞争力第三节 省级卫视竞争分析一、我国省级卫视的市场竞争环境分析二、省级卫视竞争格局分析三、2022年省级卫视全国收视分析四、2022年各地晚间黄金段电视剧收视率第四节 2018-2023年中国电视媒体行业竞争分析及预测一、2022年电视媒体市场竞争情况分析二、2022年电视媒体市场竞争形势分析三、2018-2023年集中度分析及预测四、2018-2023年SWOT分析及预测五、2018-2023年进入退出状况分析及预测六、2018-2023年生命周期分析及预测 第六章 电视媒体企业竞争策略分析节 电视媒体市场竞争策略分析一、2022年电视媒体市场增长潜力分析二、2022年电视媒体主要潜力项目分析三、现有电视媒体竞争策略分析四、电视媒体潜力项目竞争策略选择五、典型企业项目竞争策略分析第二节 电视媒体企业竞争策略分析一、贸易战对电视媒体行业竞争格局的影响二、贸易战对电视媒体行业竞争格局的变化三、2023-2029年我国电视媒体市场竞争趋势四、2023-2029年电视媒体行业竞争格局展望五、2023-2029年电视媒体行业竞争策略分析六、2023-2029年电视媒体企业竞争策略分析 第七章 电视媒体重点企业分析节 中央电视台一、基本概况二、竞争优势分析三、企业经营状况四、企业发展战略第二节 凤凰卫视一、基本概况二、竞争优势分析三、企业经营状况四、企业发展战略第三节 北京电视台一、基本概况二、竞争优势分析三、企业经营状况四、企业发展战略第四节 湖南电视台一、基本概况二、竞争优势分析三、企业经营状况四、企业发展战略第五节 江苏电视台一、基本概况二、竞争优势分析三、企业经营状况四、企业发展战略第六节 广东电视台一、基本概况二、竞争优势分析三、企业经营状况四、企业发展战略第七节 山东电视台一、基本概况二、竞争优势分析三、企业经营状况四、企业发展战略第八节 浙江电视台一、基本概况二、竞争优势分析三、企业经营状况四、企业发展战略 第三部分 电视媒体行业前景预测第八章 中国电视媒体产业趋势分析节 2022年电视媒体产业发展趋势一、中国电视传媒发展的方向分析二、2018-2022年电视媒体发展趋势三、2023年电视广告形势的预测四、“十四五”广电行业规划及影响第二节 电视媒体产业走向分析一、电视传媒产业动力机制二、电视节目创新趋势三、电视节目策划趋势四、电视新闻发展趋势第三节 电视媒体产业运行趋势一、传播趋势二、运营的创新三、整合营销方式四、产业链模式五、开展SP业务策略六、节目体系的创新第四节 中国电视媒体的转型与创新一、影响电视媒体转型的因素二、电视媒体转型的内涵 第九章 电视媒体行业发展趋势预测节 2023-2029年电视媒体市场趋势分析一、2018-2022年电视媒体市场趋势总结二、2023-2029年电视媒体发展趋势分析三、2023-2029年电视媒体市场发展空间四、2023-2029年电视媒体产业政策趋向五、2023-2029年电视媒体价格走势分析第二节 2023-2029年电视媒体市场预测一、2023-2029年电视媒体市场结构预测二、2023-2029年电视媒体市场需求前景三、2023-2029年电视媒体市场价格预测四、2023-2029年电视媒体行业集中度预测 第四部分 电视媒体行业投资战略研究第十章 电视媒体行业投资现状分析节 2021年电视媒体行业投资情况分析一、2021年总体投资及结构二、2021年投资规模情况三、2021年投资增速情况四、2021年分行业投资分析五、2021年分地区投资分析六、2021年外商投资情况第二节 2022年电视媒体行业投资情况分析一、2022年总体投资及结构二、2022年投资规模情况三、2022年投资增速情况四、2022年分行业投资分析五、2022年分地区投资分析六、2022年外商投资情况 第十一章 电视媒体行业投资环境分析节 经济发展环境分析一、2018-2022年我国宏观经济运行情况二、2023-2029年我国宏观经济形势分析三、2023-2029年投资趋势及其影响预测第二节 政策法规环境分析一、2022年电视媒体行业政策环境二、2022年国内宏观政策对其影响三、2022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、2022年社会环境发展分析三、2023-2029年社会环境对行业的影响分析 第十二章 电视媒体行业投资机会与风险节 电视媒体行业投资效益分析一、2018-2022年电视媒体行业投资状况分析二、2023-2029年电视媒体行业投资效益分析三、2023-2029年电视媒体行业投资趋势预测四、2023-2029年电视媒体行业的投资方向五、2023-2029年电视媒体行业投资的建议六、新进入者应注意的障碍因素分析第二节 影响电视媒体行业发展的主要因素一、2023-2029年影响电视媒体行业运行的有利因素分析二、2023-2029年影响电视媒体行业运行的稳定因素分析三、2023-2029年影响电

视媒体行业运行的不利因素分析四、2023-2029年我国电视媒体行业发展面临的挑战分析五、2023-2029年我国电视媒体行业发展面临的机遇分析

第三节 电视媒体行业投资风险及控制策略分析一、2023-2029年电视媒体行业市场风险及控制策略二、2023-2029年电视媒体行业政策风险及控制策略三、2023-2029年电视媒体行业经营风险及控制策略四、2023-2029年电视媒体同业竞争风险及控制策略五、2023-2029年电视媒体行业其他风险及控制策略

第十三章 电视媒体行业投资战略研究节 电视媒体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 对电视媒体品牌的战略思考一、企业品牌的重要性二、电视媒体实施品牌战略的意义三、电视媒体企业品牌的现状分析四、电视媒体企业的品牌战略五、电视媒体品牌战略管理的策略

第三节 电视媒体行业投资战略研究一、2022年电视媒体行业投资战略二、2022年电视媒体行业投资战略三、2023-2029年电视媒体行业投资战略四、2023-2029年细分行业投资战略

第十四章 电视媒体行业发展策略分析节 电视媒体活动营销策略一、活动营销概述二、活动营销现状三、活动营销问题四、活动营销策略

第二节 电视媒体广告经营的品牌化战略一、理念定位二、机制创新三、形象整合

第三节 电视新闻在新媒体环境下的发展策略一、数字化浪潮下的新媒体时代二、新媒体环境下电视新闻的外延三、新媒体下的电视新闻制胜路径

第四节 传统电视的新媒体发展策略一、新媒体对传统电视的影响二、传统电视的新媒体发展策略三、电视媒体经营战略转型分析

部分图表目录：图表：2022年美国媒体并购次数与交易金额图
表：2022年美国网络媒体交易值排前10名的媒体图
表：2022年美国不同形式广播媒体受众规模图
表：2018-2022年澳大利亚电视媒体和网络媒体人均每周使用时间图
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
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
表：2018-2022年中国IPTV用户数图
表：截至2022年中国IPTV用户数运营商分布图
表：2022年中国IPTV市场用户数市场份额图
表：2018-2022年中国IPTV用户数图
表：2018-2022年中国有线数字电视用户发展情况图
表：2018-2022年中国有线数字电视用户增长情况图
表：2018-2023年中国车载电视市场规模及增长预测图
表：电视媒体的价值链示意图
表：栏目列表图
表：凤凰卫视品牌栏目列表图
表：部分电视栏目剧一览图
表：2022年具价值体育广告活动日均观看次数图
表：2022年具价值体育广告活动日均参与次数图
表：省级卫视的五力分析模型图
表：2022年东方卫视改版前后收视表现图
表：2022年分月北京卫视收视表现图
表：2022年北京广播市场占有情况图
表：北京卫视全国覆盖图
表：传媒产业生命周期不同阶段的商业发展图
表：中国广电产业“十四五”规划图
表：2018-2023年我国数字电视用户增长预测图
表：数字电视提供的服务类型图
表：有线电视数据中美比较图
表：我国数字电视频道发展情况更多图表见正文.....