

# 2013-2017年中国电视媒体 行业市场监测及行业前景调研分析报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2013-2017年中国电视媒体行业市场监测及行业前景调研分析报告》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.bosidata.com/chuanmei1502/Y67504FUN0.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2025-05-10

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

电视媒体是指以电视为宣传载体，进行信息的传播的媒介或是平台。电视媒体是媒体的一种分类，电视媒体与平面媒体、广播媒体、网络媒体、户外媒体和手机媒体共称为六大媒体。

博思数据发布的《2013-2017年中国电视媒体行业市场监测及行业前景调研分析报告》共九章。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研究分析。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，规避经营和投资前景，制定正确竞争和投资规划建议决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

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，银行采集数据、税务部门采集数据、证券交易采集数据，商务部采集数据以及经济信息中心各类市场监测数据库。

## 第一章 电视媒体行业产品概述

### 第一节 产品定义、特点分析

### 第二节 产品主要应用领域

### 第三节 行业发展生命周期分析

## 第二章 我国电视媒体行业发展现状

### 第一节 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 2013-2017年电视媒体产业发展现状

#### 一、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、不同年龄人群电视媒体接触差异分析

## 第三章 影响中国电视媒体产业发展因素

### 第一节 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 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
- 三、未来10年互联网对电视媒体的影响

## 第三节 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

## 第四章 电视媒体行业竞争格局分析

### 第一节 电视媒体行业集中度分析

- 一、电视媒体市场集中度分析
- 二、电视媒体企业集中度分析
- 三、电视媒体区域集中度分析

### 第二节 电视媒体行业竞争格局分析

- 一、2009年电视媒体行业竞争分析
- 二、2009年中外电视媒体产品竞争分析
- 三、2009-2010年国内外电视媒体竞争分析
- 四、2009-2010年我国电视媒体市场竞争分析
- 五、2009-2010年我国电视媒体市场集中度分析
- 六、2013-2017年国内主要电视媒体企业动向

## 第五章 2010-2012年中国电视媒体行业发展形势分析

### 第一节 电视媒体行业发展概况

- 一、电视媒体行业发展特点分析
- 二、电视媒体行业投资现状分析
- 三、电视媒体行业总产值分析
- 四、电视媒体行业技术发展分析

### 第二节 2010-2012年电视媒体行业市场情况分析

- 一、电视媒体行业市场发展分析
- 二、电视媒体市场存在的问题
- 三、电视媒体市场规模分析

### 第三节 中国电视媒体市场发展对策

- 一、发展中国电视媒体市场的思路

## 二、中国电视媒体市场投资策略分析

## 三、中国电视媒体市场发展的新思路

## 第六章 2010-2012年国内电视媒体行业（所属行业）数据监测分析

### 第一节 2010-2012年中国电视媒体行业（所属行业）总体数据分析

#### 一、2010年中国电视媒体行业全部企业（所属行业）数据分析

#### 二、2011年中国电视媒体行业全部企业（所属行业）数据分析

#### 三、2012年中国电视媒体行业全部企业（所属行业）数据分析

### 第二节 2010-2012年中国电视媒体行业（所属行业）不同规模企业数据分析

#### 一、2010年中国电视媒体行业（所属行业）不同规模企业数据分析

#### 二、2011年中国电视媒体行业（所属行业）不同规模企业数据分析

#### 三、2012年中国电视媒体行业（所属行业）不同规模企业数据分析

### 第三节 2010-2012年中国电视媒体行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

#### 一、2010年中国电视媒体行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

#### 二、2011年中国电视媒体行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

#### 三、2012年中国电视媒体行业（所属行业）不同所有制企业数据分析

## 第七章 重点电视媒体企业分析

### 第一节 中央电视台

#### 一、公司概况

#### 二、公司经营分析

#### 三、公司发展战略

### 第二节 凤凰卫视

#### 一、公司概况

#### 二、公司经营分析

#### 三、公司发展战略

### 第三节 北京电视台

#### 一、公司概况

#### 二、公司经营分析

#### 三、公司发展战略

### 第四节 湖南电视台

#### 一、公司概况

#### 二、公司经营分析

#### 三、公司发展战略

## 第五节 江苏电视台

### 一、公司概况

### 二、公司经营分析

### 三、公司发展战略

## 第六节 广东电视台

### 一、公司概况

### 二、公司经营分析

### 三、公司发展战略

## 第七节 山东电视台

### 一、公司概况

### 二、公司经营分析

### 三、公司发展战略

## 第八节 浙江电视台

### 一、公司概况

### 二、公司经营分析

### 三、公司发展战略

## 第八章 电视媒体行业投资前景研究分析

### 第一节 行业SWOT分析

### 第二节 行业投资形势分析

## 第九章 电视媒体企业管理策略建议

### 第一节 市场策略分析

#### 一、电视媒体价格策略分析

#### 二、电视媒体渠道策略分析

### 第二节 销售策略分析

### 第三节 提高电视媒体企业竞争力的策略

### 第四节 对我国电视媒体品牌的战略思考

## 图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1502/Y67504FUN0.html>