

2023-2029年中国广播电视 行业发展态势与投资策略报告

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

《2023-2029年中国广播电视行业发展态势与投资策略报告》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/202302/339299.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国广播电视行业发展态势与投资策略报告》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 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(New Media)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 2018-2022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、2022年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2018-2022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 2018-2022年中国广播电视领域市场技术环境分析

第四节 2018-2022年中国广播电视领域市场社会环境分析

第三章 2018-2022年中国广播电视产业运行新形势透析

第一节 2018-2022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 2018-2022年中国广播电视产业受众及需求分析

- 一、中国广播电视业目标群体分析
- 二、用户的需求与使用特点发生改变
- 三、针对需求变化提供广播电视产品
- 四、需求演变带来媒体角色的新变化

第三节 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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、2018-2022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 2018-2022年中国广播电视领域研究——有线数字电视

第一节 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2023-2029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 2018-2022年中国广播电视领域研究——地面数字电视

第一节 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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规模构成

三、中国移动电视细分市场发展趋势

第四节 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022年中国广播电视领域研究——高清数字电视

第一节 2018-2022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 2018-2022年中国高清数字电视动态分析

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 2018-2022年中国广播电视领域研究——卫星数字电视

第一节 2018-2022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 2018-2022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 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 2018-2022年中国广播电视领域研究——网络电视（IPTV）

第一节 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022年中国手机媒体及其业务运行分析

第一节 2018-2022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、5G时代的手机媒体发展分析

第二节 2018-2022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、2022年5G手机电视用户预测

第三节 2018-2022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、新兴市场拉动手手机游戏收入增长
- 五、2018-2022年5G行业带来手机游戏大发展机遇
- 六、2023-2029年手机游戏市场规模及发展趋势
- 七、2023-2029年手机游戏年复合增长率

第四节 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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 2018-2022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、中国网络视频市场收入
- 四、网络视频市场规模
- 五、网络视频业的良性发展道路探析
- 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

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、2018-2022年我国网络游戏用户规模情况
- 四、2023-2029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、2018-2022年中国网络广告市场分析
- 四、2023-2029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 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

第十二章 2023-2029年中国广播电视前景预测与投资战略分析

第一节 2023-2029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、2023-2029年广播电视市场规模预测

第二节 2023-2029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、贸易战对广播电视投资影响分析

部分图表目录：

图表：互联网的应用功能分类

图表：2018-2022年中国广播电视产业规模

图表：2018-2022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：2023-2029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：<http://www.cction.com/report/202302/339299.html>