

2016-2022年中国广播电视行业市场运行态势与投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国广播电视行业市场运行态势与投资战略咨询报告》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.chyxx.com/research/201602/386988.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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（Radio and television）是通过无线电波或通过导线向广大地区播送音响、图像节目的传播媒介，统称为广播。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。广播电视具有明显的信息产业的基本功能，即生产和传递信息的功能、导向社会资源优化配置的功能、经营信息的功能等。

广播电视行业:是指专业从事广电设备的生产，研究，探索，销售的单位，主要包括:摄、录、监、采、编、播、管、存等主要方面。目前此行业急需发展，为以后的"三网合一"(广播电视网、移动传媒网络、互联网)做好充分的前期工作。

从中国三网融合的实践进程来，广电行业已经开始加速演变，以适应三网融合的要求。广电行业在收入结构、双向网改、网络整合、数字化转换、新媒体扩展、增值业务开拓等方面相比以往取得了一定进展。2014年，我国广播电视总收入达3635.51亿元。

2010-2014年我国广播电视总收入（亿元）

数据来源：国家统计局

《2016-2022年中国广播电视行业市场运行态势与投资战略咨询报告》由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了广播电视行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国广播电视做了重点企业经营状况分析，并分析了中国广播电视行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告目录：

第一章 中国广播电视行业市场运行形势分析 1

第一节 中国广播电视行业发展概况 1

第二节 中国广播电视行业发展走势 5

一、中国广播电视行业市场分布情况 5

二、中国广播电视行业发展趋势分析 6

第二章 中国广播电视产业发展环境分析 9

第一节 中国宏观经济环境分析 9

一、国际宏观经济形势分析 9

二、GDP历史变动轨迹及宏观经济数据分析 17

三、固定资产投资历史变动轨迹分析 34

- 四、恩格尔系数（年度更新） 37
- 五、财政收支状况（年度更新） 40
- 六、社会消费品零售总额 43
- 七、对外贸易&进出口 44
- 八、2016年中国宏观经济发展预测分析 45
- 第二节 中国广播电视行业主要法律法规及政策 53
- 第三节 2016年中国广播电视产业社会环境发展分析 67
- 第四节 “十三五”时期中国投资形势分析与展望 82

第三章 中国广播电视产业发展现状 91

- 第一节 广播电视行业的有关概况 91
 - 一、广播电视的定义 91
 - 二、广播电视的特点 91
- 第二节 广播电视的产业化情况 91
 - 一、产业化发展分析 91
 - 二、广播电视行业产业化面临挑战 95
- 第三节 上下游行业对广播电视行业的影响分析 96

第四章 中国广播电视行业技术发展分析 103

- 第一节 中国广播电视行业技术发展现状 103
- 第二节 广播电视行业技术发展水平分析 105
- 第三节 广播电视行业技术发展趋势分析 106

第五章 中国广播电视产业运行情况 111

- 第一节 中国广播电视行业发展状况 111
 - 一、2011-2015年广播电视行业市场供给分析 111
 - 二、2011-2015年广播电视行业市场需求分析 111
 - 三、2011-2015年广播电视行业市场规模分析 112
- 第二节 中国广播电视行业集中度分析 112
 - 一、行业市场区域分布情况 112
 - 二、行业市场集中度情况 113
 - 三、行业企业集中度分析 117

第六章 2014-2015年中国广播电视市场运行情况 118

- 第一节 行业最新动态分析 118

| | |
|-------------------------------------|-----|
| 一、行业相关动态概述 | 118 |
| 二、行业发展热点聚焦 | 119 |
| 第二节 广播电视品牌评估的理论框架和体系建构 | 119 |
| 一、广播电视品牌评估的意义 | 119 |
| 二、广播电视品牌评估的框架设计 | 120 |
| 三、广播电视品牌评估的影响因素 | 121 |
| 四、广播电视品牌评估体系架构 | 121 |
| 第三节 行业品牌战略分析 | 124 |
| 第四节 行业产品市场价格情况 | 125 |
| 一、价格竞争分析 | 125 |
| 二、彩电业价格战回归理性 | 128 |
| 第五节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁 | 129 |
| 一、问题提出 | 129 |
| 二、分析框架 | 129 |
| 三、上游产业的价值链分析 | 130 |
| 四、中游产业的价值链分析 | 131 |
| 五、下游产业价值链分析 | 132 |
| | |
| 第七章 2014-2015年中国广播电视所属行业主要数据监测分析 | 135 |
| 第一节 2014-2015年中国广播电视所属行业总体数据分析 | 135 |
| 一、2014年中国广播电视所属行业全部企业数据分析 | 135 |
| 二、2015年中国广播电视所属行业全部企业数据分析 | 137 |
| 第二节 2014-2015年中国广播电视所属行业不同规模企业数据分析 | 139 |
| 一、2014年中国广播电视所属行业不同规模企业数据分析 | 139 |
| 二、2015年中国广播电视所属行业不同规模企业数据分析 | 139 |
| 第三节 2014-2015年中国广播电视所属行业不同所有制企业数据分析 | 140 |
| 一、2014年中国广播电视所属行业不同所有制企业数据分析 | 140 |
| 二、2015年中国广播电视所属行业不同所有制企业数据分析 | 140 |
| | |
| 第八章 中国广播电视行业竞争情况 | 141 |
| 第一节 行业经济指标分析 | 141 |
| 一、赢利性 | 141 |
| 二、进入壁垒 / 退出机制 | 147 |
| 三、行业周期 | 150 |
| 第二节 行业竞争结构分析 | 153 |

一、现有企业间竞争 153

二、替代品威胁分析 154

三、供应商议价能力 155

四、客户议价能力 156

第三节 行业国际竞争力比较 157

第九章 广播电视行业重点生产企业分析 164

第一节 北京中科大洋科技发展股份有限公司 164

一、企业简介 164

二、企业产品及业务分析 165

第二节 成都索贝数码科技股份有限公司 168

一、企业简介 168

二、企业经营管理 169

三、企业产品及业务分析 169

第三节 新奥特（北京）视频技术有限公司 171

一、企业简介 171

二、企业营销体系 175

三、企业产品及业务分析 175

第四节 北京冠华荣信系统工程股份有限公司 176

一、企业简介 176

二、企业工程业绩 177

三、企业产品及业务分析 177

第五节 北京世纪睿科系统技术有限公司 179

一、企业简介 179

二、企业产品及业务分析 179

第六节 北京星光影视设备科技股份有限公司 182

一、企业简介 182

二、企业发展战略 182

三、企业产品及业务分析 183

第七节 ACE安恒利国际有限公司 184

一、企业简介 184

二、企业产品及业务分析 186

第八节 索尼（中国）有限公司 191

一、企业简介 191

二、企业发展方向 191

三、企业产品及业务分析 192

第九节 北京捷成世纪科技股份有限公司 192

一、企业简介 192

二、企业发展规划 193

三、企业产品及业务分析 193

第十章 2016-2022年广播电视行业发展预测分析 218

第一节 2016-2022年中国广播电视行业未来发展预测分析 218

一、中国广播电视行业发展方向及投资机会分析 218

二、2016-2022年中国广播电视行业发展规模分析 220

三、2016-2022年中国广播电视行业发展趋势分析 220

第二节 2016-2022年中国广播电视行业供需预测 221

一、2016-2022年中国广播电视行业供给预测 221

二、2016-2022年中国广播电视行业需求预测 222

第十一章 2016-2022年中国广播电视行业投资风险预警 223

第一节 中国广播电视行业存在问题分析 223

第二节 中国广播电视行业政策投资风险 234

一、政策和体制风险 234

二、技术发展风险 236

三、市场竞争风险 237

四、关联产业风险 238

五、市场运营风险 239

第十二章 2016-2022年中国广播电视行业发展策略及投资建议 243

第一节 广播电视行业发展策略分析 243

一、坚持产品创新的领先战略 243

二、坚持品牌建设的引导战略 243

三、坚持工艺技术创新的支持战略 243

四、坚持市场营销创新的决胜战略 244

五、坚持企业管理创新的保证战略 244

第二节 广播电视行业市场重点客户战略实施 244

一、实施重点客户战略的必要性 244

二、合理确立重点客户 245

三、重点客户战略管理 246

四、重点客户管理功能 247

第三节 投资建议 248

一、重点投资区域建议 248

二、重点投资产品建议 248

第十三章 广播电视行业投资战略研究 249

第一节 广播电视行业发展战略研究 249

一、战略综合规划 249

二、技术开发战略 250

三、业务组合战略 252

四、区域战略规划 254

五、产业战略规划 255

六、营销品牌战略 255

七、竞争战略规划 256

第二节 对我国广播电视品牌的战略思考 258

一、广播电视品牌的重要性 258

二、广播电视实施品牌战略的意义 258

三、广播电视企业品牌的现状分析 260

四、我国广播电视企业的品牌战略 261

五、广播电视品牌战略管理的策略 261

第三节 广播电视经营策略分析 262

一、广播电视市场细分策略 262

二、广播电视市场创新策略 264

三、品牌定位与品类规划 268

四、广播电视新产品差异化战略 272

第五节 广播电视企业经营管理策略 274

一、成本控制策略 274

二、定价策略 277

三、竞争策略 280

四、并购重组策略 281

五、营销策略 281

六、人力资源 284

七、财务管理 287

八、国际化策略 288

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201602/386988.html>