

2017-2022年中国文化传媒市场运营态势与发展前景分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国文化传媒市场运营态势与发展前景分析报告》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/201703/505347.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

文化传媒是传媒业其中的一个延伸领域，用现代的传播手段，通过传媒来进行文化的传播和不同文化之间的交流。杂糅了文化以及传播的相关专业知识，即通过电视看世界，但是其领域又不仅仅局限于电视，网络，甚至广播报纸，都可以成为传播媒介。总的来说文化传媒是一种边缘学科，对全球一体化有一定的促进作用，但对于弱势文化也可能带来一定的负面影响。

2015年以来，经济增速的持续放缓使得产业转型升级的需求不断增强，新兴产业被市场寄予了深切的期望。消费的扩容和技术的升级成为支撑文化传媒产业持续健康发展的底层动力，传媒行业持续进入中长期景气阶段。2015年传媒行业的整体市场规模达到12754亿元，同比增长12.3%，相对于GDP增速高出5.6个百分点。

文化传媒业是一个典型的朝阳产业，从发展趋势上看，也是一个高收入弹性产业，随着传媒行业的快速发展，信息化建设的重要性越来越凸显出来，成为传媒行业提升核心竞争力的重要途径和管理手段，助力传媒行业的机制改革和管理提升，因此传媒行业必将成为国民经济支柱性产业。

2016年，在经济下行的压力之下，中国诸多行业市场发展进入微增长的"新常态"。《"十三五"规划》无疑是中国经济未来发展的风向标，其对文化传媒行业市场未来五年发展起到指导性作用。2016年，是"十三五"开局之年，经济发展进入新常态。随着我国经济增长速度换挡期、结构调整阵痛期和刺激政策消化期的叠加而至，中国文化传媒行业面临复杂多变的发展形势。同时，随着国家大力发展环保节能经济、相关产业政策加码等一系列外部条件不断变化，文化传媒行业产业链条上的各环节也面临着重要的机遇与挑战。文化传媒行业的2016年将是令人期待、兴奋、激动又紧张的一年。

智研咨询发布的《2017-2022年中国文化传媒市场运营态势与发展前景分析报告》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，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研咨询是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第一部分 文化传媒行业发展概况

第一章 文化传媒行业发展综述

第一节 文化传媒行业定义及分类

一、行业定义

二、行业分类及范围

第二节 文化传媒行业特点

- 一、文化行业的性质与结构
- 二、文化传媒行业的领域和空间
- 三、文化传媒行业的消费方式和生产方式
- 四、文化传媒行业的发展样态与传播方式

第三节 中国文化传媒行业发展总体状况

- 一、文化传媒行业的整体发展状况
- 二、文化传媒行业发展步入新时期
- 三、文化传媒市场的供给主体分析
- 四、文化传媒行业的消费现状分析
- 五、文化传媒企业发展的新思路及特点

第四节 传媒危机挑战与应对

- 一、国内外传媒危机现状
- 二、传媒危机与危机公关
- 三、传媒危机的应对

第二章 2014-2016年文化传媒行业发展环境分析

第一节 2014-2016年文化传媒行业政策环境分析

一、文化传媒行业管理体制

1、准入机制

2、资产管理权改革

二、文化传媒行业政策解读

1、文化体制改革

2、《"十三五"规划》关于文化领域的内容

第二节 2014-2016年文化传媒行业经济环境分析

一、宏观经济运行情况

1、中国GDP增长情况分析

2、中国CPI波动情况分析

3、居民人均收入增长情况分析

二、固定资产投资状况

三、2016年宏观经济走势预测

第三节 文化传媒行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

第三章 2014-2016年全球文化传媒行业发展趋势

第一节 2014-2016年全球传媒市场总体情况分析

一、全球报纸产业发展分析

二、全球电影产业发展分析

三、全球移动互联网发展分析

四、全球电子商务发展分析

五、全球广告产业发展分析

第二节 2014-2016年全球主要国家（地区）市场分析

一、2014-2016年美国文化传媒行业发展趋势

1、2014-2016年美国文化传媒行业发展现状

2、美国文化传媒行业发展趋势

3、2014-2016年美国电影产业投资机会

二、2014-2016年英国文化传媒行业发展趋势

1、2014-2016年英国文化传媒行业发展现状

2、英国文化传媒行业发展趋势

3、2014-2016年英国新闻出版业投资机会

三、2014-2016年韩国文化传媒行业发展趋势

1、2014-2016年韩国文化传媒行业发展现状

2、韩国文化传媒行业发展趋势

3、2014-2016年韩国电影产业投资机会

四、2014-2016年日本文化传媒行业发展趋势

1、2014-2016年日本文化传媒行业发展现状

2、日本文化传媒行业发展趋势

3、2014-2016年日本动漫产业投资机会

五、2014-2016年法国文化传媒行业发展现状

1、2014-2016年法国文化传媒行业发展现状

2、法国文化传媒行业发展趋势

3、2014-2016年法国文化传媒出版业投资机会

第二部分 文化传媒行业深度分析

第四章 中国文化传媒行业整体运行状况分析

第一节 文化传媒行业产品发展综述

一、2014-2016年文化传媒行业产品收入结构

二、2014-2016年文化传媒行业产品成本分析

1、传媒产品生产成本分析

2、传媒产品成本结构分析

3、传媒产品成本影响因素

第二节 2014-2016年文化传媒行业发展概况

一、2014-2016年文化传媒行业盈利模式分析

二、2014-2016年文化传媒行业市场规模分析

三、2014-2016年传统传媒市场竞争格局分析

第三节 文化传媒行业盈利能力分析

一、2014-2016年文化传媒行业盈利能力分析

二、2014-2016年文化传媒行业利润组成分析

第四节 2014-2016年文化传媒行业增长速度分析

一、2014-2016年全球文化传媒行业增速分析

二、2014-2016年发达国家文化传媒行业增速

三、2014-2016年中国文化传媒行业增长潜力

第五节 2014-2016年中国文化传媒企业经营效益分析

一、2014-2016年中国文化传媒企业经营收入分析

二、2014-2016年中国文化传媒企业利润增长情况

三、2014-2016年中国文化传媒企业亏损情况

第五章 2014-2016年中国文化传媒行业重点业务分析

第一节 2014-2016年文化传媒行业影视制作市场分析

一、2014-2016年文化传媒影视制作市场需求分析

二、2014-2016年影视制作市场供给情况

三、2017-2022年影视制作市场规模预测

第二节 2014-2016年文化传媒行业广告市场分析

一、2014-2016年广告市场需求分析

二、2014-2016年广告市场供给情况

三、2017-2022年广告市场规模预测

第三节 2014-2016年文化传媒行业电视剧市场分析

一、2014-2016年电视剧市场需求分析

二、2014-2016年电视剧市场供给情况

三、2017-2022年电视剧市场规模预测

第四节 2014-2016年文化传媒行业动漫游戏市场分析

一、2014-2016年动漫游戏市场需求分析

二、2014-2016年动漫游戏市场供给情况

三、2017-2022年动漫游戏市场规模预测

第六章 中国传媒细分行业需求分析及预测

第一节 2014-2016年报刊市场现状与需求分析

- 一、报刊行业发展现状分析
- 二、报刊分类别市场需求分析

第二节 2014-2016年广播媒体市场现状与需求分析

- 一、广播产业发展现状分析
- 二、广播广告市场规模分析

第三节 2014-2016年电视媒体市场现状与需求分析

- 一、电视媒体产业链发展分析
- 二、电视媒体广告市场规模

第四节 2014-2016年电影媒体市场现状与需求分析

- 一、电影媒体产业链发展分析
- 二、电影植入广告市场规模

第五节 2014-2016年网络媒体市场现状与需求分析

- 一、网络媒体受众分析
- 二、网络媒体广告市场规模

第六节 2014-2016年移动媒体市场现状与需求分析

- 一、移动媒体用户规模分析
- 二、移动媒体市场规模分析

第七节 2014-2016年数字媒体市场现状与需求分析

- 一、数字媒体用户规模分析
- 二、数字媒体市场规模分析

第八节 2014-2016年图书市场现状与需求分析

- 一、图书行业发展规模分析
- 二、图书分类别市场需求分析

第三部分 文化传媒行业竞争格局分析

第七章 2014-2016年文化传媒行业竞争形势

第一节 行业总体市场竞争状况分析

- 一、文化传媒行业竞争结构分析
- 二、2014-2016年文化传媒行业企业间竞争格局分析
- 三、2014-2016年文化传媒行业集中度分析
- 四、中国文化传媒行业SWOT分析

- 1、文化传媒行业优势分析
- 2、文化传媒行业劣势分析
- 3、文化传媒行业机会分析

4、文化传媒行业威胁分析

第二节 2014-2016年中国文化传媒行业竞争格局综述

一、2014-2016年文化传媒行业竞争概况

二、中国文化传媒行业竞争力分析

三、中国传媒竞争力优势分析

四、文化传媒行业企业竞争力提升途径

第三节 2014-2016年文化传媒行业重组趋势

一、2014-2016年文化传媒行业投资现状

二、2014-2016年文化传媒行业整合趋势

1、文化传媒行业证券化

2、文化传媒行业资本化加速

4、文化传媒企业上市渠道

第八章 2014-2016年文化传媒行业领先企业经营分析

第一节 北青传媒股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营状况分析

三、企业竞争优劣势分析

第二节 北京光线传媒股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营状况分析

三、企业竞争优劣势分析

第三节 广东奥飞动漫文化股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营状况分析

三、企业竞争优劣势分析

第四节 浙江华策影视股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营状况分析

三、企业竞争优劣势分析

第五节 中南出版传媒集团股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营状况分析

三、企业竞争优劣势分析

第六节 上海东方明珠新媒体股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营状况分析

三、企业竞争优势分析

第七节 华谊兄弟传媒股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营状况分析

三、企业竞争优势分析

第八节 浙报传媒集团股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营状况分析

三、企业竞争优势分析

第九节 乐视网信息技术（北京）股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营状况分析

三、企业竞争优势分析

第十节 天舟文化股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营状况分析

三、企业竞争优势分析

第四部分 文化传媒行业发展前景分析

第九章 2017-2022年文化传媒行业前景展望

第一节 2017-2022年文化传媒行业发展前景

一、2017-2022年文化传媒行业市场规模预测

二、2017-2022年文化传媒行业发展前景展望

三、2017-2022年传媒细分行业发展前景分析

第二节 2017-2022年传媒市场发展趋势

一、文化传媒企业发展方向

二、2017-2022年细分行业发展趋势

1、文化企业长线发展机遇

2、教育市场

3、体育市场

4、旅游市场

第三节 2017-2022年文化传媒行业市场发展策略

一、企业持续创新策略

二、市场细分策略

三、消费引导策略

第五部分 文化传媒行业投资战略分析

第十章 2017-2022年文化传媒行业投资战略研究

第一节 文化传媒行业投融资现状

一、我国文化传媒行业融资渠道

二、国外文化传媒行业融资渠道

第二节 2017-2022年文化传媒行业投资策略分析

一、投资主体分析

二、投资风险分析

第三节 2017-2022年文化传媒行业投资机会

一、2017-2022年电影产业投资机遇分析

1、中国电影产业投融资现状分析

2、中国电影产业的投资价值分析

3、中国电影产业的投资机会分析

二、2017-2022年新媒体行业投资机遇分析

1、新媒体成传媒行业的投资新热点

2、数字新媒体业面临宽带业务投资机遇

3、中国新媒体行业发展前景广阔

三、2017-2022年网游产业投资机遇分析

1、我国网络游戏产业持续高速增长

2、国内网络游戏行业进入转型时期

3、网游产业成为投资新的兴奋点

4、网游产业投资机遇期已至

5、中国网络游戏市场发展前景展望

四、2017-2022年动漫产业发展趋势与投资机遇

第十一章 中国文化传媒行业市场容量满足策略

第一节 文化传媒行业市场容量预测

一、文化传媒行业整体市场容量预测

二、文化传媒行业细分市场容量预测

第二节 传媒行业市场容量满足策略

一、文化传媒行业持续创新策略

二、文化传媒行业市场细分策略

三、文化传媒行业消费引导策略

第三节 传媒企业经营能力提升方案

一、文化传媒行业风险成因与规避

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、经营风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、其他风险及防范

二、国外文化传媒集团管理经验

1、国外文化传媒集团发展模式

2、国外文化传媒集团组织架构

3、国外文化传媒集团盈利方式

三、文化传媒企业资源配置建议

图表目录：

图表：文化传媒产业架构

图表：2011-2015年中国国内生产总值及其增长速度

图表：2011-2015年中国三次产业增加值占国内生产总值比重

图表：2010 -2016年国内生产总值季度累计同比增长率（%）

图表：2015年居民消费价格情况

图表：2015年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2010年-2016年居民消费价格指数（上年同月=100）

图表：2016年居民消费价格主要数据

图表：2011-2015年全国居民人均可支配收入及其增长率

图表：2011-2015年我国社会固定资产投资额以及增长率

图表：2015年我国按区域分固定资产投资（不含农户）及其占比

图表：2010-2016年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表：2015年年末中国人口数及其构成

图表：2011-2015年中国普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2011-2015年中国研究与试验发展（R&D）经费支出

图表：2015年中国专利申请受理、授权和有效专利情况

图表：2011-2015年中国城镇新增就业人数

图表：2011-2015年中国国家全员劳动生产率

图表：2015年中国文化传媒行业收入分布

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201703/505347.html>