

2024-2030年中国电视媒体行业市场竞争状况及发展趋势分析报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国电视媒体行业市场竞争状况及发展趋向分析报告》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/202110/978269.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

智研咨询发布的《2024-2030年中国电视媒体行业市场竞争状况及发展趋向分析报告》共十四章。首先介绍了电视媒体行业市场发展环境、电视媒体整体运行态势等，接着分析了电视媒体行业市场运行的现状，然后介绍了电视媒体市场竞争格局。随后，报告对电视媒体做了重点企业经营状况分析，最后分析了电视媒体行业发展趋势与投资预测。您若想对电视媒体产业有个系统的了解或者想投资电视媒体行业，本报告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：

第一部分 电视媒体行业发展现状

第一章 2019-2023年全球电视媒体产业发展分析

第一节 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、2019-2023年金融风暴对传媒业的影响

二、2019-2023年美国媒体市场分析

三、2019-2023年英国媒体发展分析

四、2019-2023年俄罗斯电视媒体发展分析

五、2019-2023年澳大利亚电视媒体分析

六、2019-2023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

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 2019-2023年电视媒体产业发展现状

- 一、2019-2023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、2023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 2019-2023年中国电视媒体产业链分析

第一节 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、2023年手机电视实践亮点分析
- 三、2019-2023年中国IPTV市场发展现状
- 四、2019-2023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、2024-2030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、2019-2023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、2023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

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 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

第一节 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、2023年视频行业与传统电视媒体竞争格局
- 五、2019-2023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、2023年省级卫视全国收视分析
- 四、2023年各地晚间黄金段电视剧收视率

第四节 2019-2023年中国电视媒体行业竞争分析及预测

- 一、2023年电视媒体市场竞争情况分析
- 二、2023年电视媒体市场竞争形势分析
- 三、2019-2023年集中度分析及预测
- 四、2019-2023年SWOT分析及预测
- 五、2019-2023年进入退出状况分析及预测
- 六、2019-2023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

第一节 电视媒体市场竞争策略分析

- 一、2023年电视媒体市场增长潜力分析
- 二、2023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、贸易战后电视媒体行业竞争格局的变化
- 三、2024-2030年我国电视媒体市场竞争趋势
- 四、2024-2030年电视媒体行业竞争格局展望
- 五、2024-2030年电视媒体行业竞争策略分析
- 六、2024-2030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

第一节 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

第一节 2023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、2019-2023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

第一节 2024-2030年电视媒体市场趋势分析

- 一、2019-2023年电视媒体市场趋势总结
- 二、2024-2030年电视媒体发展趋势分析
- 三、2024-2030年电视媒体市场发展空间
- 四、2024-2030年电视媒体产业政策趋向
- 五、2024-2030年电视媒体价格走势分析

第二节 2024-2030年电视媒体市场预测

- 一、2024-2030年电视媒体市场结构预测
- 二、2024-2030年电视媒体市场需求前景
- 三、2024-2030年电视媒体市场价格预测
- 四、2024-2030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

第一节 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

第二节 2023年电视媒体行业投资情况分析

- 一、2023年总体投资及结构
- 二、2023年投资规模情况
- 三、2023年投资增速情况
- 四、2023年分行业投资分析
- 五、2023年分地区投资分析
- 六、2023年外商投资情况

第十一章 电视媒体行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2019-2023年我国宏观经济运行情况

二、2024-2030年我国宏观经济形势分析

三、2024-2030年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2023年电视媒体行业政策环境

二、2023年国内宏观政策对其影响

三、2023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、2023年社会环境发展分析

三、2024-2030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

第一节 电视媒体行业投资效益分析

一、2019-2023年电视媒体行业投资状况分析

二、2024-2030年电视媒体行业投资效益分析

三、2024-2030年电视媒体行业投资趋势预测

四、2024-2030年电视媒体行业的投资方向

五、2024-2030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、2024-2030年影响电视媒体行业运行的有利因素分析

二、2024-2030年影响电视媒体行业运行的稳定因素分析

三、2024-2030年影响电视媒体行业运行的不利因素分析

四、2024-2030年我国电视媒体行业发展面临的挑战分析

五、2024-2030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、2024-2030年电视媒体行业市场风险及控制策略

二、2024-2030年电视媒体行业政策风险及控制策略

三、2024-2030年电视媒体行业经营风险及控制策略

四、2024-2030年电视媒体同业竞争风险及控制策略

五、2024-2030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

第一节 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、2023年电视媒体行业投资战略

二、2023年电视媒体行业投资战略

三、2024-2030年电视媒体行业投资战略

四、2024-2030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

第一节 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

图表目录：

- 图表：2023年美国媒体并购次数与交易金额
- 图表：2023年美国网络媒体交易值排前10名的媒体
- 图表：2023年美国不同形式广播媒体受众规模
- 图表：2019-2023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
- 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
- 图表：2019-2023年中国IPTV用户数
- 图表：截至2023年中国IPTV用户数运营商分布
- 图表：2023年中国IPTV市场用户数市场份额
- 图表：2019-2023年中国IPTV用户数
- 图表：2019-2023年中国有线数字电视用户发展情况
- 图表：2019-2023年中国有线数字电视用户增长情况
- 图表：2019-2023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
- 图表：CCTV品牌栏目列表
- 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：2023年最具价值体育广告活动日均观看次数
- 图表：2023年最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：2023年东方卫视改版前后收视表现
- 图表：2023年分月北京卫视收视表现
- 图表：2023年北京广播市场占有情况
- 图表：北京卫视全国覆盖图
- 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：2019-2023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.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/978269.html>