

2017-2022年中国传媒电视 行业深度研究与投资潜力分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国传媒电视行业深度研究与投资潜力分析报告》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.abaogao.com/b/chuanmei/0061896D5Y.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

传媒电视是以电视为宣传载体，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。

电视作为现代信息社会中最有影响力的媒体，在传达公共政策、引导社会舆论、影响消费者决策等方面起着举足轻重的作用。任何一个忠实政策导向、热点信息、公共关系、危机管理、竞争情报、行业研究、品牌管理、投资者关系的企业或组织、都非常需要对电视媒体信息进行及时有效准确的监测和分析。

目前，全球有电视频道五万多个，仅仅是24小时新闻电视频道，全世界就有150家左右。一两个电视频道数量上的增减，本来无足轻重。那么，为何CNC如此引人关注呢？我想是因为它与一个国家的战略联系在一起。CNC的诞生，特别是英语台的正式播出，是国家对外传播能力建设的一件大事。其原因，是中国在经济实力增长的同时，必须加强软实力建设，话语权、话语能力的增长要跟得上经济的增长。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国传媒电视行业深度研究与投资潜力分析报告》共十二章。首先介绍了传媒电视相关概念及发展环境，接着分析了中国传媒电视规模及消费需求，然后对中国传媒电视市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国传媒电视面临的机遇及发展前景。您若想对中国传媒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：

第一部分 传媒电视行业发展分析

第一章 传媒电视行业“十三五”规划分析

第一节 《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》

一、《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》正式发布

二、《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》重点解读

第二节 《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》对传媒电视行业的影响

一、《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》对传媒电视行业的规划

二、《中华人民共和国国民经济和社会发展第十三个五年规划纲要》对传媒电视行业的影响

第三节 传媒电视行业十三五规划及解读

一、指导思想、基本原则

二、主要目标

三、重点领域和任务

四、政策措施

五、重点解读

第二章 2015-2016年全球传媒电视行业发展情况分析

第一节 全球传媒电视行业发展情况分析

一、全球传媒电视行业发展现状分析

二、全球传媒电视行业发展最新动态分析

三、全球传媒电视行业发展趋势分析

第二节 主要国家和地区行业发展情况分析

一、欧洲

二、美国

三、日本

四、其他国家和地区

第三章 2015-2016年我国传媒电视行业发展现状分析

第一节 传媒电视行业发展历程与特征

一、传媒电视行业发展历程

二、传媒电视行业发展特征

第二节 传媒电视行业生命周期分析

第三节 传媒电视行业进入与退出壁垒分析

一、进入壁垒分析

二、退出壁垒分析

第四节 2016年传媒电视行业发展基本情况

一、我国传媒电视行业发展现状分析

二、我国传媒电视行业市场特点分析

三、我国传媒电视行业技术发展状况

第五节 我国传媒电视行业发展存在问题及策略

一、主要问题与发展限制

二、基本应对的策略

第四章 2015-2016年传媒电视行业经济运行数据分析

第一节 2015-2016年传媒电视行业总体运行情况

一、总体运行情况

二、总体经营情况

三、上下游行业的相关影响

四、本季度行业景气现状及走势预测

第二节 2015-2016年传媒电视行业市场供求分析

一、市场供需情况

二、市场最新趋势

三、市场最新动态

第三节 2015-2016年传媒电视行业热点或焦点问题

第二部分 传媒电视行业竞争格局分析

第五章 2015-2016年行业竞争格局分析

第一节 中国传媒电视行业波特竞争模型分析

一、行业原有竞争者分析

二、潜在竞争者分析

三、替代者分析

四、消费者讨价还价能力分析

五、供应者讨价还价能力分析

第二节 我国传媒电视行业竞争格局分析

第三节 我国传媒电视产业集中度分析

一、我国传媒电视行业生产集中度现状

二、我国传媒电视行业生产集中度变化趋势

三、提高我国传媒电视产业集中度的益处分析

第四节 我国传媒电视企业竞争行为分析

一、竞争内容

二、竞争对象

三、竞争方式

四、竞争形态

五、竞争结果：由此消彼长转向双赢

第五节 我国传媒电视市场竞争趋势分析

一、竞争内容

二、竞争对象

三、竞争形态

四、竞争方式

五、竞争结果

第六章 2015-2016年主要企业竞争格局分析

第一节 企业一

一、企业概况

二、2015-2016年企业经营情况分析

三、2015-2016年企业财务数据分析

四、2015-2016年企业发展最新动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第二节 企业二

一、企业概况

二、2015-2016年企业经营情况分析

三、2015-2016年企业财务数据分析

四、2015-2016年企业发展最新动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第三节 企业三

一、企业概况

二、2015-2016年企业经营情况分析

三、2015-2016年企业财务数据分析

四、2015-2016年企业发展最新动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第四节 企业四

一、企业概况

二、2015-2016年企业经营情况分析

三、2015-2016年企业财务数据分析

四、2015-2016年企业发展最新动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第五节 企业五

一、企业概况

二、2015-2016年企业经营情况分析

三、2015-2016年企业财务数据分析

四、2015-2016年企业发展最新动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第六节 企业六

一、企业概况

二、2015-2016年企业经营情况分析

三、2015-2016年企业财务数据分析

四、2015-2016年企业发展最新动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

第七节 企业七

一、企业概况

二、2015-2016年企业经营情况分析

三、2015-2016年企业财务数据分析

四、2015-2016年企业发展最新动态与策略

五、企业未来发展展望与战略

略

第三部分 传媒电视行业发展环境分析

第七章 “十三五”期间传媒电视行业发展环境分析

第一节 全球宏观经济环境分析

一、全球宏观经济运行情况分析

二、全球宏观经济未来发展预测

第二节 中国宏观经济环境分析

一、中国宏观经济运行情况分析

二、中国宏观经济未来发展预测

第三节 政治环境分析

一、宏观政策环境分析

二、行业内主要政策及影响分析

第四节 社会环境对传媒电视行业影响分析

第八章 “十三五”期间产业链发展分析及其影响

第一节 上游行业发展分析及其影响

第二节 相关行业发展分析及其影响

第三节 下游行业发展分析及其影响

第四部分 传媒电视行业发展趋势与战略探讨

第九章 “十三五”期间传媒电视行业发展趋势预测

第一节 “十三五”期间影响传媒电视行业发展的主要因素

一、影响传媒电视行业运行的几种有利因素

二、影响传媒电视行业运行的几种稳定因素

三、影响传媒电视行业运行的几种不利因素

第二节 “十三五”期间影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第三节 “十三五”期间传媒电视行业发展预测

一、产业政策趋向

二、技术革新趋势

三、未来市场走势

四、传媒电视价格问题及趋势预测

五、全球环境对国内传媒电视行业的影响

第四节 “十三五”期间我国传媒电视行业需求与消费预测

一、传媒电视消费需求综述

二、传媒电视消费需求分析预测

第五节 “十三五”期间我国传媒电视行业市场发展机遇

一、“新常态”背景下行业发展机遇

二、“一带一路”战略下行业发展机遇

- 三、“互联网+”战略下行业发展机遇
- 四、“工业4.0”背景下行业发展机遇
- 五、传媒电视行业“十三五”发展其他机遇分析

第十章 “十三五”期间传媒电视行业发展战略探讨

第一节 “十三五”期间传媒电视行业发展战略

- 一、制定传媒电视行业发展政策
- 二、合理开发和利用传媒电视资源
- 三、推进科技进步与创新
- 四、促进传媒电视行业可持续发展

第二节 “十三五”期间提升传媒电视行业竞争力的建议

第三节 “十三五”期间国外先进经验对我国的借鉴

第四节 “十三五”期间企业经营管理策略

- 一、成本控制策略
- 二、定价策略
- 三、竞争策略
- 四、并购重组策略
- 五、营销策略
- 六、全球化策略

第五部分 传媒电视行业投资风险评估及策略探讨

第十一章 “十三五”期间传媒电视行业风险评估

第一节 宏观经济波动风险及防范措施

- 一、宏观经济环境
- 二、宏观调控政策
- 三、汇率变化风险

第二节 政策风险

- 一、重点政策汇总
- 二、重点政策及重大事件分析
- 三、政策未来发展趋势

第三节 上下游风险分析及提示

- 一、上游行业风险分析与提示

二、下游行业风险分析与提示

三、其它关联行业风险分析与提示

第四节 行业市场风险分析及提示

一、市场竞争风险分析与提示

二、市场供需风险分析与提示

三、市场价格风险分析与提示

第五节 经营风险

一、投标报价风险

二、垫资风险

三、合同管理风险

四、债权债务风险

五、兼并重组风险

第六节 其他风险

一、技术风险

二、成本风险

三、法律风险

四、境外业务风险

五、区域风险

六、自然风险

第十二章 “十三五”期间传媒电视行业投资策略探讨（ZY LT）

第一节 “十三五”期间传媒电视行业投资环境

一、政策环境

二、技术环境

三、市场环境

第二节 “十三五”期间传媒电视行业投资状况分析

一、投资效益分析

二、投资趋势预测

第三节 “十三五”期间传媒电视行业投资方向及建议

一、产业发展的空白点分析

二、投资回报率比较高的投资方向

三、新进入者应注意的障碍因素

第四节 “十三五”期间传媒电视行业投资风险及控制策略分析

一、市场需求波动

二、新技术挑战

三、价格变动

四、法律体系

五、其他

图表目录：

图表：1998年—2016年国内生产总值季度累计同比增长率（%）

图表：2000年—2016年工业增加值月度同比增长率（%）

图表：2000年—2016年社会消费品零售总额月度同比增长率（%）

图表：2000年—2016年固定资产投资完成额月度累计同比增长率（%）

图表：2000年—2016年出口总额月度同比增长率与进口总额月度同比增长率（%）

图表：2000年—2016年居民消费价格指数（上年同月=100）

图表：2000年—2016年工业品出厂价格指数（上年同月=100）

图表：2000年—2016年货币供应量月度同比增长率（%）

图表：2015-2016年传媒电视行业工业总产值和销售收入增长情况

图表：2015-2016年传媒电视行业利润总额和亏损情况

图表：2015-2016年传媒电视行业产品销售成本和销售费用增长情况

图表：2015-2016年传媒电视行业管理费用和财务费用增长情况

图表：2015-2016年传媒电视行业累计负债和应收帐款增长情况

图表：2015-2016年传媒电视行业主要产品产量

图表：2015-2016年传媒电视行业工业销售值和产成品增长情况

图表：2015-2016年传媒电视行业出口交货值情况

图表：2015-2016年传媒电视行业主要产品出口增长情况

图表：2015-2016年传媒电视行业主要产品进口增长情况

图表：2015-2016年传媒电视行业前十名企业集中度

图表：2015-2016年传媒电视行业不同规模企业经济效益增长情况

图表：2015-2016年传媒电视行业不同所有制企业经济效益增长情况

图表：2015-2016年传媒电视行业累计工业总产值和销售收入增长情况

图表：2015-2016年传媒电视行业累计利润和亏损增长情况

图表：2015-2016年传媒电视行业累计销售成本和销售费用增长情况

图表：2015-2016年传媒电视行业累计管理费用和财务费用增长情况

图表：2015-2016年传媒电视行业累计负债和应收帐款增长情况

图表：2015-2016年传媒电视行业主要产品产量

图表：2015-2016年传媒电视行业累计销售产值和产成品增长情况

图表：2015-2016年传媒电视行业不同规模企业经济效益增长情况

图表：2015-2016年传媒电视行业不同所有制企业经济效益增长情况

图表：2015-2016年传媒电视行业销售收入前十家企业主要经济指标

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/0061896D5Y.html>