

2009-2010年中国电视、广播产业市场分析及投资前景预测报告

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

《2009-2010年中国电视、广播产业市场分析及投资前景预测报告》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/200904/17054.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

第一章 2008-2009年中国电视、广播产业运行环境分析

一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年中国宏观经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2008-2009年中国电视、广播产业发展政策环境分析

- (一) 国家广电总局关于促进广播影视产业发展的意见
- (二) 关于发展我国影视动画产业的若干意见
- (三) 相关产业政策影响分析

三、2008-2009年中国电视、广播产业发展社会环境分析

第二章 2008-2009年中国电视、广播行业发展状况分析

一、2008-2009年中国广播电视发展概述

- (一) 广播电视经济的概念
- (二) 广播电视产品的商品属性
- (三) 广播电视传播的经济目的
- (四) 广播电视业的产业定位

二、2008-2009年中国电视、广播行业发展概况

- (一) 2008年我国广播电视收入持续增长
- (二) 2008年我国广播电视业保持良好发展态势
- (三) 新兴媒体对广电产业发展的影响
- (四) 2009年我国加快发展网络广播电视

三、2008-2009年中国电视、广播业存在的问题与对策分析

- (一) 我国广播电视体制改革中存在的不足
- (二) 我国、广播行业产业化发展策略
- (三) 加强媒介融合推动广电产业创新
- (四) 推进我国广播电视体制改革的建议

第三章 2007-2008年中国广播电视设备制造行业相关经济数据分析

一、2007-2008年中国广播电视设备制造行业总体数据分析

- (一) 2007年中国广播电视设备制造行业全部企业数据分析

(二) 2008年中国广播电视设备制造行业全部企业数据分析

二、2007-2008年中国广播电视设备制造行业不同规模企业数据分析

(一) 2007年中国广播电视设备制造行业不同规模企业数据分析

(二) 2008年中国广播电视设备制造行业不同规模企业数据分析

三、2007-2008年中国广播电视设备制造行业不同所有制企业数据分析

(一) 2007年中国广播电视设备制造行业不同所有制企业数据分析

(二) 2008年中国广播电视设备制造行业不同所有制企业数据分析

第四章 2007-2008年中国电视、广播业重点产品产量数据分析

一、2007-2008年全国及主要省份彩色电视机产量分析

(一) 2007年全国及主要省份彩色电视机产量数据分析

(二) 2008年全国及主要省份彩色电视机产量数据分析

二、2007-2008年全国及主要省份黑白电视机产量分析

(一) 2007年全国及主要省份黑白电视机产量数据分析

(二) 2008年全国及主要省份黑白电视机产量数据分析

三、2007-2008年全国及主要省份收音机产量分析

(一) 2007年全国及主要省份收音机产量数据分析

(二) 2008年全国及主要省份收音机产量数据分析

第五章 2008-2009年中国电视产业市场运行形势分析

一、2008-2009年中国电视产业总体概述

(一) 国内电视行业的多元化经营

(二) 我国电视行业的转型与创新

(三) 电视媒体的大众化发展态势及其思路

(四) 新媒体技术影响下电视媒体的盈利模式探析

二、2008-2009年中国电视广告产业运行情况分析

(一) 电视广告概念及表现形式

(二) 数字化对电视广告产业发展的影响

(三) 电视广告的营销策略分析

三、2008-2009年中国数字电视产业运行解析

(一) 数字电视的发展优势

(二) 中国数字电视发展的渐进过程

- (三) 2008年中国数字电视市场迅猛发展
- (四) 中国数字电视产业链的重要环节
- (五) 我国数字电视四大产业链规模初显
- (六) 国内有线数字电视的发展及问题

四、2008-2009年中国移动电视产业运行分析

- (一) 我国移动电视业迅猛增长
- (二) 中国移动电视的运营优势
- (三) 移动电视的赢利模式构建
- (四) 移动电视行业突破瓶颈的发展对策

五、2008-2009年中国网络电视产业运营透析

- (一) 2008年我国网络电视产业发展状况
- (二) 中国网络电视牌照运营商分析
- (三) 网络电视业须加强产业链环节联盟
- (四) 中国网络电视业务进一步发展的关键因素
- (五) 我国网络电视存在的发展问题及其原因

六、2008-2009年中国电视业发展中存在的问题及对策分析

- (一) 我国电视业发展面临的四大难题
- (二) 制约我国电视业发展的主要因素
- (三) 推动电视媒体发展的对策措施
- (四) 整顿国内电视行业的措施建议
- (五) 新媒体时代电视新闻媒体的发展策略

第六章 2008-2009年中国广播产业市场运行走势分析

一、2008-2009年中国广播业发展概况

- (一) 我国广播产业稳步推进
- (二) 国内广播业的改革创新
- (三) 2009年中国广播业面临的主要挑战
- (四) 2009年我国广播业的发展走向

二、2008-2009年中国广播市场分析

- (一) 中国广播市场的发展状况分析
- (二) 2008年中国广播主要收听市场分析
- (三) 珠江三角洲主要城市广播市场分析

三、2008-2009年中国媒介融合环境下广播业发展探析

- (一) 媒介融合时代广播业发展面临的局势
- (二) 媒介融合时代广播业的发展措施
- (三) 广播与新媒体融合的发展途径探析

四、2008-2009年中国广播产业化发展的瓶颈

- (一) 意识形态的制约
- (二) 体制性障碍的制约
- (三) 政策性瓶颈
- (四) 资金与人才等局限性障碍的制约

五、2008-2009年中国广播产业发展的对策分析

- (一) 应充分深刻认识广播产业属性
- (二) 发展广播产业的优势与关键点
- (三) 深化广播体制改革及体制创新
- (四) 加快广播政策研究和国际传媒趋势接轨
- (五) 加快广播人才培养以突破人才瓶颈

第七章 2008-2009年中国电视、广播业的区域发展态势分析

一、山东省

- (一) 山东广电业大力拓展影视市场
- (二) 2009年广播影视业列入《山东省政府工作报告》重点工作
- (三) 山东淄博加快整合广播电视行业
- (四) 山东电视业进军国际传媒产业的探索发展
- (五) 促进山东省电视、广播业发展的关键点

二、江苏省

- (一) 2008年江苏广播、电视综合人口覆盖率99%以上
- (二) 2008年江苏省13市广电网络实现全网互通
- (三) 江苏省出台数字电视收视费管理办法
- (四) 江苏“三农”类广播电视节目的主要特点
- (五) 江苏广播业深度整合谋求共赢

三、浙江省

- (一) 浙江省电视、广播业发展成就
- (二) 浙江电视、广播行业实施产业化经营

(三) 浙江省推进电视、广播业发展的具体措施

(四) 浙江广播影视业“十一五”发展原则及目标

四、湖南省

(一) 湖南电视、广播产业的整合过程

(二) 湖南省电视产业蓬勃发展

(三) 湖南电视产业改革发展模式

(四) 湖南广播业发展综述

(五) 湖南省电视、广播业“十一五”规划目标

五、其他

(一) 北京广播电视业打造网络视频平台

(二) 上海广电业应对境外媒体挑战的策略

(三) 2008年黑龙江广播电视经营收益良好

(四) 四川省电视、广播业发展态势良好

(五) 广东电视产业竞争态势

(六) 云南省将开通网络广播

第八章 2008-2009年中国电视、广播业的运营及竞争格局分析

一、2008-2009年中国电视、广播行业运营分析

(一) 电视、广播产业的经营特点

(二) 电视、广播业经营存在巨大市场需求

(三) 广播电视媒体运营趋向多媒体领域发展

(四) 我国电视、广播产业运营战略

二、2008-2009年中国电视、广播行业竞争态势分析

(一) 中国电视、广播行业竞争日益严峻

(二) 我国电视、广播业外资进入状况

(三) 海外电视运营商进入加速中国电视行业竞争

(四) 多种广播电视传输手段加剧电视市场竞争

三、2008-2009年电视、广播业的竞争力分析

(一) 中国电视、广播业的竞争优势

(二) 中国电视、广播业的竞争劣势

(三) 创意才是电视、广播业的核心竞争力

(四) 提高电视、广播行业竞争力的对策措施

四、2008-2009年中国电视业竞争策略分析

- (一) 致力开办精品频道
- (二) 应对国际化竞争
- (三) 提升节目质量
- (四) 从生产导向型走向市场导向型
- (五) 实施人才战略

五、2008-2009年中国广播业竞争策略探讨

- (一) 积极融合
- (二) 拓展市场
- (三) 主动经营
- (四) 建设绩效机制

第九章 中国电视、广播行业上市企业分析

一、中视传媒股份有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业财务分析

二、上海东方明珠(集团)股份有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业财务分析

三、北京歌华有线电视网络股份有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业财务分析

四、深圳市天威视讯股份有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业财务分析

五、湖南电广传媒股份有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业财务分析

六、陕西广电网络传媒股份有限公司

- (一) 企业概况
- (二) 企业财务分析

第十章 2009-2012年中国电视、广播产业产业发展及投资分析

一、2009-2012年中国电视、广播产业发展趋势分析

- (一) 我国广电产业发展趋势
- (二) 数字化成为我国广播电视业发展方向
- (三) 未来我国广电产业管理范式转变趋向

二、2009-2012年中国电视、广播产业前景展望

- (一) 2009-2012年中国广播电视设备制造行业预测分析
- (二) 未来全球广播电视数字化前景预测
- (三) 移动多媒体广播电视业务发展前景可观
- (四) 2010年中国数字电视及相关产业规模将达5000亿

三、2009-2012年中国电视、广播市场投资分析

- (一) 中国电视、广播市场投资环境分析
- (二) 中国电视、广播市场投资机会分析
- (三) 中国电视、广播市场投资风险分析

图表目录（部分）：

图表：2008年中国GDP增长情况

图表：2001-2008年中国工业增加值与发电量

图表：2005-2008年中国投资、消费、出口走势

图表：2001-2008年中国CPI、PPI走势

图表：2001-2008年中国进出口走势

图表：2001-2008年中国失业率走势

图表：2007-2008年中国货币供应量

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略……

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200904/17054.html>