



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国电视、广播产业运行走势及投资前景研究报告

一、调研说明

《2009-2012年中国电视、广播产业运行走势及投资前景研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/127253.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

第一章 2008-2009年中国电视、广播产业运行环境分析

第一节 2008-2009年中国电视、广播产业政策分析

- 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、进出口政策分析

第二节 2008-2009年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、中国经济受金融危机影响分析
- 三、工业发展形势分析

第三节 2008-2009年中国电视、广播产业社会环境分析

第二章 2008-2009年中国电视、广播行业发展形势分析

第一节 2008-2009年中国电视、广播行业发展概况

- 一、我国电视、广播行业发展历程
- 二、中国电视、广播产业改革发展成就
- 三、我国深入推进广播电视体制改革
- 四、数字化推动电视、广播行业全面升级
- 五、新兴媒体对广电产业发展的影响
- 六、2009年我国加快发展网络广播电视

第二节 2008-2009年中国电视、广播产业的经营特点分析

- 一、电视、广播行业运营分析
- 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、广播广告市场经营分析
- 五、我国电视、广播产业运营战略

第三节 2008-2009年中国电视、广播业存在的问题与对策

- 一、我国广播电视体制改革中存在的不足
- 二、我国电视、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 2007-2009年中国电视、广播业重点产品产量分析

第一节 2007-2009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
- 二、2008年全国及主要省份彩色电视机产量
- 三、2009年全国及主要省份彩色电视机产量
- 四、彩色电视机产量增长性分析

第二节 2007-2009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
- 二、2008年全国及主要省份黑白电视机产量
- 三、2009年全国及主要省份黑白电视机产量
- 四、黑白电视机产量增长性分析

第三节 2007-2009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
- 二、2008年全国及主要省份收音机产量
- 三、2009年全国及主要省份收音机产量
- 四、收音机产量增长性分析

第四章 2008-2009年中国的电视业及细分业务运行走势分析

第一节 2008-2009年中国电视产业总体概述

- 一、中国电视产业的发展历程
- 二、国内电视行业的多元化经营
- 三、我国电视行业的转型与创新
- 四、电视媒体的大众化发展态势及其思路
- 五、新媒体技术影响下电视媒体的盈利模式探析

第二节 电视广告

- 一、电视广告概念及表现形式
- 二、中国电视广告业发展历程
- 三、中国电视广告产业发展概况
- 四、数字化对电视广告产业发展的影响
- 五、电视广告的营销策略分析

第三节 数字电视

- 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年我国数字电视产业发展状况
- 四、2008国内数字电视市场迅猛发展
- 五、中国数字电视产业链的重要环节
- 六、我国数字电视四大产业链规模初显
- 七、国内有线数字电视的发展及问题

第四节 移动电视

- 一、我国移动电视业迅猛增长
- 二、移动电视市场竞争格局变化
- 三、移动电视市场蓬勃发展
- 四、中国移动电视的运营优势
- 五、移动电视的赢利模式构建
- 六、移动电视发展尚处初级阶段
- 七、移动电视行业突破瓶颈的发展对策

第五节 网络电视

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

第六节 2008-2009年中国电视业发展中存在的问题及对策

- 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

第五章 2008-2009年中国的广播业运行态势分析

第一节 2008-2009年中国广播业发展概况

- 一、我国广播产业发展历程回顾

二、中国广播业发展势头迅猛

三、国内广播节目形态变革路径

四、我国广播广告业的发展

五、移动多媒体广播产业链初步形成

六、广播产业价值链发展分析

第二节 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

第四节 2008-2009年中国媒介融合环境下广播业的发展分析

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

第五节 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

第六节 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

第六章 2006-2009年中国广播电视设备制造行业规模以上企业经济运行数据监测

第一节 2005-2009年（按季度更新）中国广播电视设备制造行业数据监测回顾

一、竞争企业数量

二、亏损面情况

三、市场销售额增长

四、利润总额增长

五、投资资产增长性

六、行业从业人数调查分析

第二节 2005-2009年（按季度更新）中国广播电视设备制造行业投资价值测算

一、销售利润率

二、销售毛利率

三、资产利润率

四、未来5年广播电视设备制造盈利能力预测

第三节 2005-2009年（按季度更新）中国广播电视设备制造行业产销率调查

一、工业总产值

二、工业销售产值

三、产销率调查

四、未来5年广播电视设备制造产品产销衔接预测

第四节 2005-2009年（按季度更新）广播电视设备制造出口交货值数据

一、出口交货值增长

二、出口交货值占工业产值的比重

第七章 2008-2009年中国电视、广播业的区域发展格局分析

第一节 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

第二节 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

第三节 浙江省

一、浙江省电视、广播业"十五"发展回顾

二、浙江省电视、广播业发展成就

三、浙江电视、广播行业实施产业化经营

四、浙江省推进电视、广播业发展的具体措施

五、浙江广播影视业"十一五"发展原则及目标

第四节 湖南省

一、湖南省电视、广播业"十五"发展回顾

二、湖南电视、广播产业的整合过程

三、湖南省电视产业蓬勃发展

四、湖南电视产业改革发展模式

五、湖南广播业发展综述

六、湖南省电视、广播业"十一五"规划目标

第五节 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、广播业产业市场竞争格局分析

第一节 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

第二节 2008-2009年中国电视、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

第三节 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

第四节 2008-2009年中国广播业竞争策略分析

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 2008-2009年中国电视、广播行业重点企业竞争力分析

第一节 中视传媒股份有限公司

一、公司概况

二、公司主要数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来发展战略分析

第二节 上海东方明珠（集团）股份有限公司

一、公司概况

二、公司主要数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来发展战略分析

第三节 北京歌华有线电视网络股份有限公司

一、公司概况

二、公司主要数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来发展战略分析

第四节 深圳市天威视讯股份有限公司

一、公司概况

二、公司主要数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来发展战略分析

第五节 湖南电广传媒股份有限公司

一、公司概况

二、公司主要数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来发展战略分析

第六节 陕西广电网络传媒股份有限公司

一、公司概况

二、公司主要数据指标分析

三、公司竞争力分析

四、公司未来发展战略分析

第七节 略。。。。。。。。。

第十章 2009-2012年中国电视、广播产业前景预测分析

第一节 2009-2012年中国电视、广播产业发展趋势

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

第二节 2009-2012年中国电视、广播产业前景展望分析

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、2010年中国数字电视及相关产业规模将达5000亿

第三节 2009-2012年中国电视、广播产业市场盈利预测分析

第十一章 2009-2012年中国电视、广播产业投资机会与风险分析

第一节 2009-2012年中国电视、广播产业投资环境分析

一、宏观经济预测分析

二、金融危机影响分析

第二节 2009-2012年中国电视、广播产业投资机会分析

一、经济危机下广播电视面临发展新机遇

二、移动多媒体广播电视业务发展前景可观

第三节 2009-2012年中国电视、广播产业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、政策风险

三、进入退出风险

第四节 专家投资建议

图表名称：部分

图表 2006-2008年中国广播电视设备制造行业企业数量增长趋势图

图表 2006-2008年中国广播电视设备制造行业亏损企业数量及亏损面积

图表 2006-2008年中国广播电视设备制造行业总体销售额增长趋势图

图表 2006-2008年中国广播电视设备制造行业总体利润总额增长

图表 2006-2008年中国广播电视设备制造行业总体从业人数分析

图表 2006-2008年中国广播电视设备制造行业投资资产增长性分析

图表 2009年2月中国各省市广播电视设备制造行业企业数量统计表（数据均可更新至最新月份）

图表 2009年2月中国各省市广播电视设备制造行业企业数量分布图（数据均可更新至最新月份）

图表 2009年1-2月中国各省市广播电视设备制造行业销售收入统计表（数据均可更新至最新月份）

图表 2009年1-2月中国各省市广播电视设备制造行业销售收入分布图（数据均可更新至最新月份）

图表 2009年1-2月中国各省市广播电视设备制造行业利润总额统计表（数据均可更新至最新月份）

图表 2009年1-2月中国各省市广播电视设备制造行业利润总额分布图（数据均可更新至最新月份）

图表 2009年1-2月中国各省市广播电视设备制造行业利润总额增长最快的省市对比图

图表 2009年2月底中国各省市广播电视设备制造行业资产统计表（数据均可更新至最新月份）

图表 2009年2月底中国各省市广播电视设备制造行业资产分布图（数据均可更新至最新月份）

图表 2009年1-2月中国各省市广播电视设备制造行业资产增长速度对比图（数据均可更新至最新月份）

图表 2009年1-2月中国各省市广播电视设备制造行业工业总产值（数据均可更新至最新月份）

图表 2009年1-2月中国各省市广播电视设备制造行业工业销售产值（数据均可更新至最新月份）

图表 2009年广播电视设备制造行业产销率（数据均可更新至最新月份）

图表 2004-2009年第1季度中视传媒股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表 2004-2009年第1季度中视传媒股份有限公司净利润增长趋势图

图表 2004-2009年第1季度中视传媒股份有限公司利润率走势图
图表 2004-2009年第1季度中视传媒股份有限公司盈利能力指标表
图表 2004-2009年第1季度中视传媒股份有限公司偿债能力指标表
图表 2004-2009年第1季度中视传媒股份有限公司成长能力指标表
图表 2004-2009年第1季度中视传媒股份有限公司经营能力指标表
图表 2004-2009年第1季度上海东方明珠（集团）股份有限公司主营业务收入增长趋势图
图表 2004-2009年第1季度上海东方明珠（集团）股份有限公司净利润增长趋势图
图表 2004-2009年第1季度上海东方明珠（集团）股份有限公司利润率走势图
图表 2004-2009年第1季度上海东方明珠（集团）股份有限公司盈利能力指标表
图表 2004-2009年第1季度上海东方明珠（集团）股份有限公司偿债能力指标表
图表 2004-2009年第1季度上海东方明珠（集团）股份有限公司成长能力指标表
图表 2004-2009年第1季度上海东方明珠（集团）股份有限公司经营能力指标表
图表 2004-2009年第1季度上海东方明珠（集团）股份有限公司主营业务收入增长趋势图
图表 2004-2009年第1季度上海东方明珠（集团）股份有限公司净利润增长趋势图
图表 2004-2009年第1季度上海东方明珠（集团）股份有限公司利润率走势图
图表 2004-2009年第1季度上海东方明珠（集团）股份有限公司盈利能力指标表
图表 2004-2009年第1季度上海东方明珠（集团）股份有限公司偿债能力指标表
图表 2004-2009年第1季度上海东方明珠（集团）股份有限公司成长能力指标表
图表 2004-2009年第1季度上海东方明珠（集团）股份有限公司经营能力指标表
图表 2004-2009年第1季度深圳市天威视讯股份有限公司主营业务收入增长趋势图
图表 2004-2009年第1季度深圳市天威视讯股份有限公司净利润增长趋势图
图表 2004-2009年第1季度深圳市天威视讯股份有限公司利润率走势图
图表 2004-2009年第1季度深圳市天威视讯股份有限公司盈利能力指标表
图表 2004-2009年第1季度深圳市天威视讯股份有限公司偿债能力指标表
图表 2004-2009年第1季度深圳市天威视讯股份有限公司成长能力指标表
图表 2004-2009年第1季度深圳市天威视讯股份有限公司经营能力指标表
图表 2004-2009年第1季度湖南电广传媒股份有限公司主营业务收入增长趋势图
图表 2004-2009年第1季度湖南电广传媒股份有限公司净利润增长趋势图
图表 2004-2009年第1季度湖南电广传媒股份有限公司利润率走势图
图表 2004-2009年第1季度湖南电广传媒股份有限公司盈利能力指标表
图表 2004-2009年第1季度湖南电广传媒股份有限公司偿债能力指标表
图表 2004-2009年第1季度湖南电广传媒股份有限公司成长能力指标表

图表 2004-2009年第1季度湖南电广传媒股份有限公司经营能力指标表

图表 2004-2009年第1季度陕西广电网络传媒股份有限公司主营业务收入增长趋势图

图表 2004-2009年第1季度陕西广电网络传媒股份有限公司净利润增长趋势图

图表 2004-2009年第1季度陕西广电网络传媒股份有限公司利润率走势图

图表 2004-2009年第1季度陕西广电网络传媒股份有限公司盈利能力指标表

图表 2004-2009年第1季度陕西广电网络传媒股份有限公司偿债能力指标表

图表 2004-2009年第1季度陕西广电网络传媒股份有限公司成长能力指标表

图表 2004-2009年第1季度陕西广电网络传媒股份有限公司经营能力指标表

图表 2009-2012年中国电视、广播产业发展趋势

图表 2009-2012年中国电视、广播产业前景展望分析

图表 2009-2012年中国电视、广播产业市场盈利预测分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/127253.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适

中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。