



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2022-2027年中国电视媒体行业 市场专项调研及投资前景分析报 告

# 一、调研说明

《2022-2027年中国电视媒体行业市场专项调研及投资前景分析报告》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/360023.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

电视媒体是一种影响力最大的广告媒体，有“爆炸性媒体”之称，信息量极大，信息内容很广。由于电视广告的信息比较全面，视、听信息均具备，适合于向消费者传播任何形式的广告。在介绍商品的功能、特点以及树立企业的形象等方面，电视广告的效果俱佳。电视广告还可以编排出不同的情节来吸引消费者。但电视广告一般费用很高，对中小企业来说难以承受。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 2017-2021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、2017-2021年金融风暴对传媒业的影响

二、2017-2021年美国媒体市场分析

三、2017-2021年英国媒体发展分析

四、2017-2021年俄罗斯电视媒体发展分析

五、2017-2021年澳大利亚电视媒体分析

六、2017-2021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

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 2017-2021年电视媒体产业发展现状

### 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 2017-2021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、2021年手机电视实践亮点分析
- 三、2017-2021年中国IPTV市场发展现状
- 四、2017-2021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、2022年中国数字电视用户规模预测
- 二、2022年中国车载电视市场销量预测
- 三、2022-2027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、2017-2021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、2022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、2021年视频行业与传统电视媒体竞争格局

五、2017-2021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

第四节 2017-2021年中国电视媒体行业竞争分析及预测

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

第二节 电视媒体企业竞争策略分析

一、国际形势对电视媒体行业竞争格局的影响

二、国际形势后电视媒体行业竞争格局的变化

三、2022-2027年我国电视媒体市场竞争趋势

四、2022-2027年电视媒体行业竞争格局展望

五、2022-2027年电视媒体行业竞争策略分析

六、2022-2027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、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第二节 凤凰卫视

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第三节 北京电视台

一、企业简介

二、企业经营状况

### 三、企业竞争力分析

### 四、企业发展战略

#### 第四节 湖南电视台

##### 一、企业简介

##### 二、企业经营状况

##### 三、企业竞争力分析

##### 四、企业发展战略

#### 第五节 江苏电视台

##### 一、企业简介

##### 二、企业经营状况

##### 三、企业竞争力分析

##### 四、企业发展战略

#### 第六节 广东电视台

##### 一、企业简介

##### 二、企业经营状况

##### 三、企业竞争力分析

##### 四、企业发展战略

#### 第七节 山东电视台

##### 一、企业简介

##### 二、企业经营状况

##### 三、企业竞争力分析

##### 四、企业发展战略

#### 第八节 浙江电视台

##### 一、企业简介

##### 二、企业经营状况

##### 三、企业竞争力分析

##### 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 2022年电视媒体产业发展趋势

##### 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 2022-2027年电视媒体市场趋势分析

一、2017-2021年电视媒体市场趋势总结

二、2022-2027年电视媒体发展趋势分析

三、2022-2027年电视媒体市场发展空间

四、2022-2027年电视媒体产业政策趋向

五、2022-2027年电视媒体价格走势分析

第二节 2022-2027年电视媒体市场预测

一、2022-2027年电视媒体市场结构预测

二、2022-2027年电视媒体市场需求前景

三、2022-2027年电视媒体市场价格预测

四、2022-2027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 2020年电视媒体行业投资情况分析

一、2020年总体投资及结构

二、2020年投资规模情况

三、2020年投资增速情况

四、2020年分行业投资分析



五、2020年分地区投资分析

六、2020年外商投资情况

第二节 2021年电视媒体行业投资情况分析

一、2021年总体投资及结构

二、2021年投资规模情况

三、2021年投资增速情况

四、2021年分行业投资分析

五、2021年分地区投资分析

六、2021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、2017-2021年我国宏观经济运行情况

二、2022-2027年我国宏观经济形势分析

三、2022-2027年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2021年电视媒体行业政策环境

二、2021年国内宏观政策对其影响

三、2021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、2021年社会环境发展分析

三、2022-2027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、2017-2021年电视媒体行业投资状况分析

二、2022-2027年电视媒体行业投资效益分析

三、2022-2027年电视媒体行业投资趋势预测

四、2022-2027年电视媒体行业的投资方向

五、2022-2027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、2022-2027年影响电视媒体行业运行的有利因素分析

- 二、2022-2027年影响电视媒体行业运行的稳定因素分析
- 三、2022-2027年影响电视媒体行业运行的不利因素分析
- 四、2022-2027年我国电视媒体行业发展面临的挑战分析
- 五、2022-2027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

## 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、2022年电视媒体行业投资战略
- 二、2022年电视媒体行业投资战略
- 三、2022-2027年电视媒体行业投资战略
- 四、2022-2027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

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：2021年美国媒体并购次数与交易金额

图表：2017-2021年中国IPTV用户数

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：2017-2021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.icandata.com/view/360023.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](http://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提供专业投资咨询报告、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。