



艾凯咨询
ICAN Consulting

2004-2005年中国电视行业研究 年度报告

一、调研说明

《2004-2005年中国电视行业研究年度报告》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。报告意在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/43030.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

【目录】主要结论 一、2004年全球电视行业发展概述 2 (一)行业发展现状 2 1、全球电视行业进入稳定增长期 2 2、广告和付费电视成为电视媒体主要盈利来源 3 3、电视行业区域发展极不平衡 4 4、电视行业产业链日益完善 4 (二)

【目录】主要结论

一、2004年全球电视行业发展概述

2 (一)行业发展现状

2 1、全球电视行业进入稳定增长期

2 2、广告和付费电视成为电视媒体主要盈利来源

3 3、电视行业区域发展极不平衡

4 4、电视行业产业链日益完善

4 (二)行业基本特点

4 1、电视观众“分流”和“分化”趋势加剧

5 2、电视节目内容“多样化”和“差异化”日益突出

5 3、电视行业全球化浪潮势不可挡

6 4、数字化趋势日益加快

9 (三)主要国家(地区)发展概况

9 1、美国

10 2、日本

10 3、英国

11 4、中国台湾地区

12 (四)重点国际企业分析

12 1、AOL - 时代华纳集团(AOL - Time Warner Group)

13 2、日本广播协会(NHK)

14 3、英国广播公司(BBC)

14 4、维亚康姆集团公司

15 5、新闻集团

16 6、CNBC亚太 二、2004年中国电视行业发展状况

17 (一)发展环境

17 1、政策环境：市场准入逐渐放开

21	2、投资环境
21	3、经济环境
22	(二) 现状与特点
22	1、规模
25	2、结构
29	3、特点
30	(三) 细分行业
30	1、电视行业价值链结构
31	2、电视节目制作机构
32	3、电视台(电视播出机构)
32	4、有线(数字)电视网络运营商
	三、2004年中国电视行业竞争格局与竞争行为
33	(一) 电视节目市场
33	1、竞争格局：民营电视制作机构主导电视剧制作市场
35	2、竞争行为
36	3、竞争绩效：市场竞争不充分，节目制作机构总体实力不强
	36 (二) 电视播出市场
36	1、竞争格局：中央电视台傲视群雄
38	2、竞争行为
41	3、竞争绩效
43	(三) 有线电视运营商
	四、2004年中国电视行业重点企业竞争力评价
44	(一) 上海文广新闻传媒集团
45	(二) 中央电视台
46	(三) 中国国际电视总公司
47	(四) 湖南电广传媒股份有限公司
47	(五) 北京电视台
	五、2005 - 2009年中国电视行业成长动因分析
49	(一) 行业准入政策放宽，促进电视市场竞争与发展
49	(二) 数字电视的发展，将深刻改变电视市场现有格局
50	(三) 稀缺频道资源，促进电视传媒企业整合与创新
50	(四) 机构体制改革不断深入，推动电视产业化进程
	六、2005 - 2009年中国电视行业发展趋势分析
51	(一) 体制：从宣传事业分化为公益性事业与经营性产业
52	(二) 行业：从封闭垄断走向制播分离和有限开放
53	(三) 市场：从条块分割通向跨区域竞争

54	(四) 经营：从单一广告收入展延为多种盈利模式	七、2005 - 2009年中国电视行业预测
57	(一) 规模预测	
57	(二) 细分行业预测	
57	1、数字电视用户总量预测	
58	2、有线电视收费总额规模预测	八、2005 - 2009年中国电视行业投资机会分析
59	(一) 行业投资价值评价	
59	(二) 投资机会分析	
59	1、电视节目市场	
60	2、电视广告市场	九、建议
61	(一) 对企业	
61	1、对节目制作企业：加强节目营销投入，做精良节目，创优秀自有品牌	61
61	2、对电视台：做专业化频道，走特色发展之路	
61	(二) 对投资者	
62	(三) 对政府	报告说明 表目录 18
	表1 2004年获中国内地有限落地的境外卫星电视频道汇总	20
	表2 国家广电总局批准的数字电视试点城市	
22	表3 1982 - 2004年中国电视覆盖人口总数及综合覆盖率	27
	表4 2004年各省市广播电视广告收入	
30	表5 中国现有广电集团列表	
34	表6 24家民营《电视剧制作许可证(甲种)》机构表	
58	表7 2004 - 2008年中国有线数字电视用户发展预测	图目录
2	图1 2003 - 2004年全球电视行业规模	
3	图2 2004年全球电视行业收入构成	
3	图3 全球电视行业区域市场结构分析	
7	图4 2004年全球数字电视收入构成分析	
7	图5 全球不同传输方式有线电视市场比重	
8	图6 2003 - 2004年全球数字电视用户数量及增长	
8	图7 2004年全球地面数字电视用户区域分布	
23	图8 2003 - 2004中国有线电视用户数量	
24	图9 2003 - 2004中国有线电视收入及增长	
25	图10 2003 - 2004年中国电视广告收入及增长	
25	图11 2004年中国电视节目构成	
26	图12 2004年电视广告行业分布	

27 图13 2004年中国各级电视机构广告收入分布

31 图14 中国电视行业产业链结构

36 图15 2000 - 2004年中央电视台年电视广告收入及增长 37 图16 2002 - 2004年中央电视台广告收入占全国电视广告收入的比重 38 图17 中央电视台卫星频道占全国卫视频道的比重

57 图18 2005 - 2009年中国电视广告收入规模及增长预测 58 图19 2005 - 2009年中国有线电视收费总额规模及增长预测

【 目录 】 主要结论 一、2004年全球电视行业发展概述 2 (一) 行业发展现状 2 1、全球电视行业进入稳定增长期 2 2、广告和付费电视成为电视媒体主要盈利来源 3 3、电视行业区域发展极不平衡 4 4、电视行业产业链日益完善 4 (二)

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43030.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。