



艾凯咨询
ICAN Consulting

中国传媒企业发展战略市场分析 及发展趋势研究报告（2009 ）

一、调研说明

《中国传媒企业发展战略市场分析及发展趋势研究报告（2009）》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/49432.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

像技术、管理、营销等需要不断创新一样，企业发展战略也需要不断创新。企业发展战略创新就是研究制定新的企业发展战略。企业发展战略应该保持相对稳定，保持相对稳定并不意味着一成不变。企业发展战略创新是为了应对外部环境和内部条件的重大变化。任何企业发展战略都是针对一定的外部环境与内部条件制定的。当外部环境或内部条件发生重大变化时，毫无疑问就应该与时俱进、调整或重新制定发展战略。我们所处的时代是变化速度空前加快的时代，中国入世又使中国企业融入了变化多端的国际市场，这就使企业发展战略创新显得尤为重要。在经营过程中，企业内部条件发生原来意想不到的重大变化也是常有的事，如果发生了这种变化也要调整或更新原有的发展战略。企业发展战略创新也是为了提高战略水平。企业各项工作都要上水平，发展战略更要上水平。企业发展战略水平决定企业各项工作水平。智慧有大小，战略有高低。企业发展战略存在着水平差异，甚至是相当大的水平差异。企业发展战略创新是为了获得更好的企业发展战略。企业发展战略创新取决于企业领导观念转变。企业普遍需要发展战略创新，有的需要重新定位，有的需要重新整合资源，有的需要重新制定战略措施。可是，由于企业领导或多或少地存在旧观念，企业发展战略创新往往提不到议事日程。要想获得更好的企业发展战略，领导者应该首先向自己的旧观念挑战。企业发展战略创新也源于企业领导的动力、魄力和毅力。从某种意义上讲，企业发展战略创新是企业再造工程，是一项具有很大风险、困难和阻力的系统工程。企业领导如果没有强烈的事业心、责任感，没有排除各种困难和阻力的魄力，没有坚韧不拔的毅力，就很难下定这种决心。本报告在大量周密的市场调研基础上，依据国家统计局、国家商务部、国务院发展研究中心等公布和提供的大量资料，组织课题组编辑而成。本报告是高层次、权威性，深度研究与实际应用的有机结合，对传媒企业及其相关研究人员具有一定参考价值。

【 目录 】

1.前言

1.1数据来源

1.2本研究的目的与意义

1.3最新研究动态

1.4研究方法

2.本研究报告的支撑理论

2.1关于传媒行业

2.2企业战略管理理论

2.3企业义利共生论

3.中国传媒企业发展战略的外部环境分析

3.1中国传媒企业外部宏观环境分析

3.1.1政策法规分析

3.1.2经济环境分析

3.1.3技术环境分析

3.1.4社会文化环境分析

3.2中国传媒行业竞争环境分析

3.2.1市场集中度分析

3.2.2同业竞争格局分析

3.2.3国内行业发展趋势分析

4.中国传媒企业发展战略的内部条分析

4.1中国传媒企业发展分析

4.1.1发展现状分析

4.1.2经营状况分析

4.1.3企业文化分析

4.2中国传媒实施发展战略的 SWOT 分析

4.2.1实施发展战略的优势

4.2.2实施发展战略的劣势

4.2.3实施发展战略的机会

4.2.4实施发展战略的威胁

5.中国传媒企业2009-2019年发展战略选择

5.1中国传媒企业战略使命和价值观

5.22009-2019 年总体战略目标

5.3中国传媒企业的发展战略选择

5.3.1经营战略选择

5.3.2研发与技术创新战略选择

5.3.3财务战略选择

5.3.4人力资源战略选择

5.3.5企业文化战略选择

6.中国传媒企业战略实施及保障措施

6.1中国传媒企业战略实施规划

6.1.1中国传媒企业竞争优势的构建

6.1.2战略实施步骤及计划

6.1.3战略管理制度

6.1.4战略控制措施

6.2中国传媒企业发展战略实施策略

6.2.1战略实施的研发策略

6.2.2战略实施的营销策略

6.2.3战略实施的融资策略

6.2.4战略实施的国际化策略

6.3中国传媒企业战略实施的保障措施

6.3.1技术创新保障体系

6.3.2人力资源保障体系

6.3.3资本运营投融资体系

6.3.4信息化建设

6.4中国传媒企业战略实施的风险防范与调控机制

7.结论

【图表目录】

图1：中国传媒企业发展战略研究框架图

图2：中国传媒企业发展战略研究技术路线图

图3：PEST分析模型图

图4：2008年传媒行业集中度分析图

图5：波特五力分析模型图

图6：中国传媒行业五力分析图

图7：中国传媒行业发展趋势分析图

图8：中国传媒行业产出数据分析图

图9：中国传媒行业销售数据分析图

图10：中国传媒行业进出口数据分析图

图11：中国传媒行业成本与利润分析图

图12：中国传媒行业产出、销售及出口预测图

图13：中国传媒行业成本和利润预测图

图14：民族型和市场型企业文化比较图

图15：中国传媒企业文化的战略诊断图

图16：企业SWOT模型图

图17：中国传媒企业SWOT图

图18：中国传媒企业战略目标图

图19：经营战略分析的框架图

图20：中国传媒企业财务战略选择框架图

图21：中国传媒企业人力资源诊断图

图22：中国传媒企业人力资源战略选择框架图

图23：中国传媒企业企业文化战略选择框架图

图24：中国传媒企业战略实施的各阶段策略框架图

图25：中国传媒企业竞争优势构建策略框架图

图26：中国传媒企业营销策略实施步骤图

图27：中国传媒企业外源融资分析图

图28：中国传媒企业内源融资分析图

图29：中国传媒企业国际化战略框架图

图30：中国传媒企业战略控制图

图31：中国传媒企业战略风险识别图

图32：中国传媒企业战略风险控制图

(图表来源：中知数据；更多图表：略)

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/49432.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。