

2020-2026年中国传媒行业 发展态势与投资战略咨询报告

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

《2020-2026年中国传媒行业发展态势与投资战略咨询报告》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/202006/168380.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

2019年中国传媒产业总体规模超过1.6万亿元人民币，同比增长19.1%，整体发展势头良好。其中，移动互联网业务增长迅猛，移动数据及增值业务占比达26.9%，移动广告市场贡献达10.7%，同比增速超过90%。预计2019年全年产业核心总产值将达到18820亿元，同比增长17.1%；展望2019年，在新媒体新内容不断涌现、文化消费需求日益提升、行业政策正向引导的多重驱动下，传媒行业基本面有望持续向好。2006-2017E年我国传媒产业总产值及预测

资料来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国传媒行业发展态势与投资战略咨询报告》共十三章。首先介绍了传媒行业市场发展环境、传媒整体运行态势等，接着分析了传媒行业市场运行的现状，然后介绍了传媒市场竞争格局。随后，报告对传媒做了重点企业经营状况分析，最后分析了传媒行业发展趋势与投资预测。您若想对传媒产业有个系统的了解或者想投资传媒行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一章传媒行业发展概述

第一节传媒行业基本概况

一、传媒的定义

二、传媒的功能

第二节传媒经济活动的基本模式分析

一、产品市场与传媒商业模式

二、要素市场与传媒制度模式

三、经济活动中的传媒组织

第二章全球传媒行业发展概述

第一节美国传媒行业发展分析

一、2019年美国出版行业发展现状分析

二、美国媒体市场并购分析

第二节日本传媒行业发展分析

- 一、日本公共广播电视体制分析
- 二、2019年日本数字出版发展现状

第三节英国传媒行业发展分析

- 一、英国期刊出版业概况
- 二、英国媒体发展概况

第四节世界传媒企业对中国的启示

- 一、贝塔斯曼对中国的启示
- 二、默多克的传媒战略
- 三、时代华纳对中国的启示

第二部分传媒行业发展分析

第三章中国传媒行业发展环境分析

第一节我国新闻传媒产业管理模式的变革

- 一、改革开放之前我国新闻传媒产业的管理模式
- 二、改革开放以来我国新闻传媒产业管理模式的变革
- 三、当前我国新闻传媒产业管理模式的特点
- 四、我国新闻传媒产业管理模式的变革趋势

第二节我国传媒集团发展的生态环境

- 一、我国传媒集团的政治生态环境
- 二、我国传媒集团的经济生态环境
- 三、我国传媒集团的文化生态环境

第三节2019年传媒产业发展的宏观经济环境

- 一、2019年宏观形势分析及2014预测
- 二、2019年我国居民消费价格分类指数分析
- 三、我国宏观经济正面临严峻考验

第四节2019年中国传媒业发展的政策环境

- 一、中国传媒业知识产权政策
- 二、文化传媒业对外开放政策
- 三、2019年中国传媒业发展的政策环境

第四章中国传媒行业发展分析

第一节中国传媒行业的发展概况

- 一、传媒产业布局的演变分析
- 二、制约传媒业生态链的因素
- 三、传媒业的价值分析

第二节2019年中国传媒行业的发展现状2019年中国传媒产业细分行业总体收入（单位：亿元）
资料来源：公开资料整理

- 一、2019年传媒行业优质企业资源整合分析
- 二、奥运和后奥运传媒的发展分析
- 三、我国传媒业发展的制度瓶颈
- 四、传媒变革的主要取向分析

第三节2019年中国传媒产业发展态势

- 一、2019年中国传媒产业的最新发展
- 二、2019年传媒竞争重要手段分析
- 三、2019年移动媒体市场竞争分析

第四节2019年中国传媒产业扩张情况分析

- 一、2019年传媒行业扩张行为分析
- 二、传媒业的新“圈地运动”即将展开
- 三、2019年传媒企业扩张情况分析

第五节2019年中国传媒产业资本运营情况分析

- 一、2019年媒体资本运营进入新阶段
- 二、我国出版传媒上市进程步伐加快
- 三、中国传媒企业上市蹊径
- 四、2019年传媒行业计划上市企业分析

第三部分传媒细分行业分析

第五章广播电视媒体发展分析

第一节2019年电视媒体市场发展分析

- 一、电视媒体发展的新方式
- 二、媒体竞合下的电视业前景分析
- 三、手机电视产业发展现状与趋势分析
- 四、2019年移动电视媒体评估行业标准即将推出
- 五、中国电视传媒发展的方向分析

六、2019年中国数字电视用户规模预测

第二节新媒体语境下电视节目生产的发展空间

一、新媒体的五种影响

二、新媒体与传统电视的关系

三、新媒体语境下电视节目生产的潮流与趋势

四、新媒体语境下各类电视节目的发展趋势

第三节中国广播媒体市场发展分析

一、2019年中国广播收听市场回顾

二、中国广播栏目的创新分析

三、广播热线直播的发展现状

四、广播热线直播发展启示

第六章网络媒体市场发展分析

第一节2019年中国互联网发展分析

一、互联网主流媒体的地位分析

二、移动互联网前景看好的业务分析

三、2019年互联网消费分析及预测

四、2019年中国互联网用户规模预测

五、中国互联网将呈现三大趋势

第二节2019年网络媒体的发展分析

一、网络媒体的发展与管理

二、网络媒体发展的瓶颈

三、2019年网络媒体发展趋势

第三节2019年网络出版发展分析

一、网络出版发展现状

二、我国数字出版产业发展现状

三、网络出版的特征和趋势

四、2019年我国数字出版发展态势分析

第七章报纸期刊媒体发展分析

第一节2019年报纸媒体的发展分析

一、新传媒环境下的报纸分析

二、数字报业的商业运作模式

三、2019年我国报业进入转型关键时期

第二节2019年中国期刊业发展分析

一、2019年期刊广告市场发展现状

二、2019年学术期刊市场发展现状

三、文学期刊经营策略分析

四、2019年幽默漫画期刊市场竞争加剧

五、期刊业的竞争力分析

六、重视新兴媒体给传统期刊产业带来的冲击和转型挑战

第三节2019年报纸期刊的进出口分析

一、2019年书籍、小册子及类似印刷品进出口情况

二、2019年报纸、杂志及期刊进出口情况

三、2019年儿童图书进出口情况

第八章媒体广告市场分析

第一节2019年媒体广告市场分析

一、国内新媒体广告发展迅速增势强劲

二、2019年平面媒体广告增长分析

三、2019年新媒体广告统计分析

四、2019年中国网络广告市场规模预测

第二节2019年广告市场监测分析

一、2019年杂志类广告监测分析

二、2019年报纸广告监测分析

三、2019年各行业广告媒体监测

四、2019年媒体广告投放金额监测分析

第四部分传媒行业竞争格局

第九章中国传媒行业市场竞争分析

第一节2019年中国传媒企业的竞争现状

一、传媒行业的综合实力竞争分析

二、传媒竞争现状分析

三、2019年传媒业的奥运竞争分析

四、数字时代传媒竞争发展分析

五、2019年网络广告与广播媒体竞争现状

第二节2019年奥运传媒业竞争力分析

一、平面媒体竞争力分析

二、电视传媒竞争力分析

三、网络传媒竞争力分析

四、移动传媒竞争力分析

第三节传统媒体与新媒体的竞争与发展

一、新媒体与传统媒体竞争分析

二、传统媒体与新兴媒体的竞争格局

第四节我国传媒的国际化竞争战略

一、我国传媒参与国际竞争的战略意义

二、我国传媒实施“走出去”战略

三、我国传媒国际竞争的主要途径

四、中国传媒业竞争走势分析

五、传媒竞争战略的新趋势

第十章重点企业分析

第一节北京歌华有线电视网络股份有限公司

一、公司介绍

二、2019年公司经营情况分析

三、2019年公司财务数据分析

四、公司最新发展动态

五、公司发展策略及未来展望

第二节上海东方明珠（集团）股份有限公司

一、公司介绍

二、2019年公司经营情况分析

三、2019年公司财务数据分析

四、公司最新发展动态

五、公司发展策略及未来展望

第三节湖南电广传媒股份有限公司

一、公司介绍

二、2019年公司经营情况分析

三、2019年公司财务数据分析

四、公司最新发展动态

五、公司发展策略及未来展望

第四节成都博瑞传播股份有限公司

一、公司介绍

二、2019年公司经营情况分析

三、2019年公司财务数据分析

四、公司最新发展动态

五、公司发展策略及未来展望

第五节上海新华传媒股份有限公司

一、公司介绍

二、2019年公司经营情况分析

三、2019年公司财务数据分析

四、公司最新发展动态

五、公司发展策略及未来展望

第六节北京传媒投资股份有限公司

一、公司介绍

二、2019年公司经营情况分析

三、2019年公司财务数据分析

四、公司最新发展动态

五、公司发展策略及未来展望

第七节中信国安集团公司

一、公司介绍

二、2019年公司经营情况分析

三、2019年公司财务数据分析

四、公司最新发展动态

五、公司发展策略及未来展望

第八节中视传媒股份有限公司

一、公司介绍

二、2019年公司经营情况分析

三、2019年公司财务数据分析

四、公司最新发展动态

五、公司发展策略及未来展望

第九节 华闻传媒投资集团有限公司

一、公司介绍

二、2019年公司经营状况分析

三、2019年公司财务数据分析

四、公司最新发展动态

五、公司发展策略及未来展望

第十节 陕西广电网络传媒股份有限公司

一、公司介绍

二、2019年公司经营状况分析

三、2019年公司财务数据分析

四、公司最新发展动态

五、公司发展策略及未来展望

第五部分 传媒行业发展趋势及战略

第十一章 2020-2026年传媒行业趋势分析

第一节 2020-2026年传媒行业的发展趋势及预测

一、2020-2026年传媒集团化趋势

二、2020-2026年传媒行业发展趋势分析

三、2020-2026年中国传媒业总产值预测

四、2020-2026年中国传媒业发展预测

五、2020-2026年传媒行业上市公司增速预测

六、2020-2026年全球传媒业营收预测

第二节 2020-2026年中国传媒业的改革方向

一、传媒业的全球化

二、跨媒体的资源整合

三、经营管理体制的调整

四、打造优质的内容

五、品牌战略的实施

第三节 2020-2026年中国传媒产业转型趋势

一、产业重心转型趋势

二、营销哲学的转型趋势

三、报网互动的转型趋势

第十二章2020-2026年中国传媒行业发展战略

第一节中国传媒行业的发展策略

第二节传媒品牌的核心价值及定位

一、传媒品牌的定义

二、传媒品牌定位的基点

三、传媒品牌定位的步骤

第三节传媒集团实施区域化扩张战略分析

一、实施区域化发展战略的利益

二、实施区域化扩张战略的原则

三、实施区域化扩张战略的难点

第四节传媒集团竞争战略

一、打造核心竞争力由同质发展向差异化发展转移

二、探寻发展新途径由单一竞争向融合竞争转移

三、培育战略投资者由内容运营向资本运营转移

第五节传媒类上市公司跨媒体经营研究

一、成都传媒集团的成立为“博瑞传播”带来长期发展空间

二、“超级竞争”导向下的战略定位风险分析

三、经营状况与新增业务分析

四、寻找报业、广电业两条价值链联结点

第十三章2020-2026年中国传媒行业投资及资本运作策略

第一节2020-2026年中国传媒行业的投资分析

一、2020-2026年媒体的奥运机会及前景分析

二、2020-2026年传媒行业投资机会分析

三、2020-2026年传媒业投资策略

第二节新华传媒的资本运作及其启示

一、新华传媒的资本运作之路

二、资本运作带来了什么

三、我国出版行业的资本运营之路

四、新华传媒资本运作的启示

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/168380.html>