

2017-2022年中国广播电视 行业全景调研及投资方向研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国广播电视行业全景调研及投资方向研究报告》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.abaogao.com/b/chuanmei/K77161DZKV.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

我国广播电视传输业务由国务院、广电总局牵头规划，以中央、省、自治区、直辖市为单位四级办组建公司，地（市）、县相应建立分公司或子公司进行统一经营管理，建立覆盖本地范围的电视台、无线传输部门和有线电视网络公司。

我国的有线电视网建设起源于 1964 年，由原中央广播事业局专门立项，1990 年，国务院颁布了“有线电视管理暂行办法”，中国发布有线电视进入了高速、规范、法制的管理轨道，20 世纪 90 年代逐渐完成 HFC 网同轴电缆的替代。2000 年以来，广电总局组建网络传输总公司，大力推进广播与电视联合、有线台与无线台合并，为集团化形成奠定基础。

中国有线电视发展历程

随着我国有线电视网络覆盖率不断提升，特别是数字化、双向化改造深入推进以来，入户率和用户数不断增长，广播电视收入持续增长。2015 年全国广播电视行业总收入达到 4226.27 亿元，全国广播电视广告收入达 1464.49 亿元。

2006-2015 全国广播电视总收入（亿元）

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国广播电视行业全景调研及投资方向研究报告》共九章。首先介绍了广播电视相关概念及发展环境，接着分析了中国广播电视规模及消费需求，然后对中国广播电视市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国广播电视面临的机遇及发展前景。您若想对中国广播电视有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 中国广播电视行业市场运行形势分析 1

第一节 中国广播电视行业发展概况 1

截至 2016Q3，我国有线电视用户新增 200.2 万户达到 2.55 亿户，收视份额达 59%；直播卫星用户增长 1132.1 万户，达到 9904.2 万户，收视份额 23%，IPTV 用户新增 979.7 万户，达到

7560.9 万户，单季度增长 14.6%，收视份额为 18%。

2016Q3 全国广播电视用户分布（万户）

2011-2015 年 OTT 盒子市场销售规模（万台）

第二节 中国广播电视行业发展走势 5

一、中国广播电视行业市场分布情况 5

二、中国广播电视行业发展趋势分析 6

第二章 中国广播电视产业发展环境分析 9

第一节 中国宏观经济环境分析 9

一、国际宏观经济形势分析 9

二、GDP 历史变动轨迹及宏观经济数据分析 17

三、固定资产投资历史变动轨迹分析 34

四、恩格尔系数（年度更新） 37

五、财政收支状况（年度更新） 40

六、社会消费品零售总额 43

七、对外贸易&进出口 44

八、2017-2022 年中国宏观经济发展预测分析 45

第二节 中国广播电视行业主要法律法规及政策 53

第三节 2016 年中国广播电视产业社会环境发展分析 67

第四节 “十三五”时期中国投资形势分析与展望 82

第三章 中国广播电视产业发展现状 91

第一节 广播电视行业的有关概况 91

一、广播电视的定义 91

二、广播电视的特点 91

第二节 广播电视的产业化情况 91

一、产业化发展分析 91

二、广播电视行业产业化面临挑战 95

第三节 上下游行业对广播电视行业的影响分析 96

第四章 中国广播电视行业技术发展分析 103

第一节 中国广播电视行业技术发展现状	103
第二节 广播电视行业技术发展水平分析	105
第三节 广播电视行业技术发展趋势分析	106
第五章 中国广播电视产业运行情况	111
第一节 中国广播电视行业发展状况	111
一、2014-2016年广播电视行业市场供给分析	111
二、2014-2016年广播电视行业市场需求分析	111
三、2014-2016年广播电视行业市场规模分析	112
第二节 中国广播电视行业集中度分析	112
一、行业市场区域分布情况	112
二、行业市场集中度情况	113
三、行业企业集中度分析	117
第六章 2014-2016年中国广播电视市场运行情况	118
第一节 行业最新动态分析	118
一、行业相关动态概述	118
二、行业发展热点聚焦	119
第二节 广播电视品牌评估的理论框架和体系建构	119
一、广播电视品牌评估的意义	119
二、广播电视品牌评估的框架设计	120
三、广播电视品牌评估的影响因素	121
四、广播电视品牌评估体系架构	121
第三节 行业品牌战略分析	124
第四节 行业产品市场价格情况	125
一、价格分析	125
二、彩电业价格战回归理性	128
第五节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁	129
一、问题提出	129
二、分析框架	129
三、上游产业的价值链分析	130
四、中游产业的价值链分析	131

五、下游产业价值链分析 132

第七章 2015-2016年中国广播电视所属行业主要数据监测分析 135

第一节 2015-2016年中国广播电视所属行业总体数据分析 135

一、2015年中国广播电视所属行业全部企业数据分析 135

二、2016年中国广播电视所属行业全部企业数据分析 137

第二节 2015-2016年中国广播电视所属行业不同规模企业数据分析 139

一、2015年中国广播电视所属行业不同规模企业数据分析 139

二、2016年中国广播电视所属行业不同规模企业数据分析 139

第三节 2015-2016年中国广播电视所属行业不同所有制企业数据分析 140

一、2015年中国广播电视所属行业不同所有制企业数据分析 140

二、2016年中国广播电视所属行业不同所有制企业数据分析 140

第八章 中国广播电视行业竞争情况 141

第一节 行业经济分析 141

一、赢利性 141

二、进入壁垒 / 退出机制 147

三、行业周期 150

第二节 行业竞争结构分析 153

一、现有企业间竞争 153

二、替代品威胁分析 154

三、供应商议价能力 155

四、客户议价能力 156

第三节 行业国际竞争力比较 157

第九章 广播电视行业重点生产企业分析 164

第一节 北京中科大洋科技发展股份有限公司 164

一、企业简介 164

二、企业产品及业务分析 165

第二节 成都索贝数码科技股份有限公司 168

一、企业简介 168

二、企业经营管理 169

三、企业产品及业务分析 169

第三节 新奥特（北京）视频技术有限公司 171

一、企业简介 171

二、企业营销体系 175

三、企业产品及业务分析 175

第四节 北京冠华荣信系统工程股份有限公司 176

一、企业简介 176

二、企业工程业绩 177

三、企业产品及业务分析 177

第五节 北京世纪睿科系统技术有限公司 179

一、企业简介 179

二、企业产品及业务分析 179

第六节 北京星光影视设备科技股份有限公司 182

一、企业简介 182

二、企业发展战略 182

三、企业产品及业务分析 183

第七节 ACE安恒利国际有限公司 184

一、企业简介 184

二、企业产品及业务分析 186

第八节 索尼（中国）有限公司 191

一、企业简介 191

二、企业发展方向 191

三、企业产品及业务分析 192

第九节 北京捷成世纪科技股份有限公司 192

一、企业简介 192

二、企业发展规划 193

三、企业产品及业务分析 193

第十章 2017-2022年广播电视行业发展预测分析 218

第一节 2017-2022年中国广播电视行业未来发展预测分析 218

一、中国广播电视行业发展方向及投资机会分析 218

二、2017-2022年中国广播电视行业发展规模分析 220

三、2017-2022年中国广播电视行业发展趋势分析 220

第二节 2017-2022年中国广播电视行业供需预测 221

一、2017-2022年中国广播电视行业供给预测 221

二、2017-2022年中国广播电视行业需求预测 222

第十一章 2017-2022年中国广播电视行业投资前景预警 223

第一节 中国广播电视行业存在问题分析 223

第二节 中国广播电视行业政策投资前景 234

一、政策和体制风险 234

二、技术发展风险 236

三、市场竞争风险 237

四、关联产业风险 238

五、市场运营风险 239

第十二章 2017-2022年中国广播电视行业发展及投资建议 243

第一节 广播电视行业投资策略分析 243

一、坚持产品创新的领先战略 243

二、坚持品牌建设的引导战略 243

三、坚持工艺技术创新的支持战略 243

四、坚持市场营销创新的决胜战略 244

五、坚持企业管理创新的保证战略 244

第二节 广播电视行业市场的关键客户战略实施 244

一、实施关键客户战略的必要性 244

二、合理确立关键客户 245

三、关键客户战略管理 246

四、关键客户管理功能 247

第三节 投资建议 248

一、重点投资区域建议 248

二、重点投资产品建议 248

第十三章 广播电视行业投资规划建议研究 249 (ZY ZM)

第一节 广播电视行业发展战略研究 249

- 一、战略综合规划 249
- 二、技术开发战略 250
- 三、业务组合战略 252
- 四、区域战略规划 254
- 五、产业战略规划 255
- 六、营销品牌战略 255
- 七、竞争战略规划 256
- 第二节 对我国广播电视品牌的战略思考 258
 - 一、广播电视品牌的重要性 258
 - 二、广播电视实施品牌战略的意义 258
 - 三、广播电视企业品牌的现状分析 260
 - 四、我国广播电视企业的品牌战略 261
 - 五、广播电视品牌战略管理的策略 261
- 第三节 广播电视经营策略分析 262
 - 一、广播电视市场细分策略 262
 - 二、广播电视市场创新策略 264
 - 三、品牌定位与品类规划 268
 - 四、广播电视新产品差异化战略 272
- 第四节 广播电视企业经营管理策略 274
 - 一、成本控制策略 274
 - 二、定价策略 277
 - 三、竞争策略 280
 - 四、并购重组策略 281
 - 五、营销策略 281
 - 六、人力资源 284
 - 七、财务管理 287
 - 八、国际化策略 288

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/K77161DZKV.html>