

2008年中国电视媒体业研究咨询 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

《2008年中国电视媒体业研究咨询报告》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.abaogao.com/b/chuanmei/N038273Y54.html>

报告价格：纸质版：7000元 纸质 + 电子版：8000元

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

[b]2008年中国电视媒体业研究咨询报告 内容介绍：[/b]

2008年，在北京奥运的大主题下，奥运题材将是2008年电视节目的热点。以娱乐、谈话、竞技游戏、新闻资讯为形式载体，表达奥运北京主题的节目将会在2008年的电视节目中占到相当比例。各个电视台在2008年，除赛事直播之外，都有可能推出重量级的奥运相关节目。据推测，2008年中国传媒产业的总产值将达到5440亿元，比2007年增长13.1%。随着全球电视知名品牌在中国的不断发 展，中国本土企业亦越来越注重品牌建设，预期在北京奥运会的举办将促使媒体投资增长率在2008年达到29%。

新媒体形式雨后春笋般的涌现。数字电视、付费频道及手机行销也将极大地推动北京2008年奥运会。消费者会更愿意为奥运相关的内容买单，从而带来更大的广告和订阅收入。
电视继续主导中国媒体发展环境分析[/b]

第一节 电视媒介发展特点

- 一、电视媒介的多元化传播分析
- 二、电视媒介面对视觉文化分析

第二节 2007年电视媒体产业政策分析

- 一、整顿广播电视医疗资讯服务和电视购物节目
- 二、《标准清晰度数字电视节目录像磁带录制规范》
- 三、广电总局要求全面抵制低俗之风
- 四、广电总局限制卫视黄金时段播出内容
- 五、广电总局要求黄金时段禁播境外动画片

[b]第三章 中国电视媒体产业发展现状[/b]

第一节 2007年电视媒体产业发展现状

- 一、2007年中国广播电视业发展现状
- 二、2007年国产电视剧分析
- 三、电视的媒体地位在下降
- 四、“80后”人群收看电视时间显著下降
- 五、电视与网络新媒体融合分析
- 六、电视购物推动中国电视媒体经营升级
- 七、电视媒体的文化责任

第二节 电视传媒企业发展分析

- 一、民营电视传媒企业发展模式探究

二、我国民营传媒业的现状及SWOT分析

三、海外华语电视媒体的困境与策略

[b]第二部分 行业产业链及发展策略分析[/b]

[b]第四章 2007年中国电视媒体产业链分析[/b]

第一节 电视新媒体发展现状与格局

一、有线数字电视IPTV增速双双放缓

二、手机电视发展前景可观

三、2008年奥运车载液晶电视市场分析

四、2008年奥运助推数字电视发展

五、不同年龄人群电视媒体接触差异分析

六、广播电视新媒体的发展及对策

第二节 电视新媒体发展预测

一、2008-2009年中国车载电视发展分析

四、少儿娱乐节目发展现状

五、电视读书节目发展现状

六、谈话节目发展现状及趋势

[b]第五章 影响中国电视媒体产业发展因素[/b]

第一节 有利因素分析

一、传统电视媒体的优势分析

二、体制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

[b]第六章 行业发展策略分析[/b]

第一节 产业化运作策略

- 一、完善电视产业化管理
- 二、调整产业化进程中的过渡式管理
- 三、依法治台与营造公平竞争的平台
- 四、隶属电视台其他公司的管理
- 五、电视人才管理和改革

第二节 西部电视媒体的市场定位策略

- 一、定位迷失
- 二、定位选择
- 三、定位评估

第三节 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

第四节 电视广告投放策略

- 一、央视与省级地面频道
- 二、卫视与省级地面频道

第五节 电视媒体的整合营销策略

- 一、资源整合
- 二、凸显主持人的魅力
- 三、让营销工具说话

第六节 构建电视媒体的和谐经营分析

[b]第三部分 行业竞争格局分析[/b]

[b]第七章 我国电视媒体产业发展情况

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/N038273Y54.html>