

2007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

《2007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/O11651C73A.html>

报告价格：纸质版：7000元 纸质 + 电子版：7300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]2007年中国电视媒体业研究咨询报告 内容介绍：[/b]

2006年我国电视综合人口覆盖率为96.2%，比上年增加了0.4%。广电系统总收入首次突破1000亿元大关，为1079亿元，比上年增长22.3%，其中，创收收入948亿元。2006年，全国各级电台、电视台台内数字化、网络化全面推进，其中80%的省级电台、电视台开展了台内数字化、网络化的规划和改造工作。有线电视数字化整体转换有了突破性进展，全国已有25个大中城市实现有线电视数字化整体转换，广西实施以自治区为单位的有线电视数字化整体转换并取得可喜进展，全国有线数字电视用户数已突破1200万户大关，达1266.25万户，较上年增长218.88%。

我国正处于新媒体与传统媒体趋向融合的时期。手机电视、IPTV、网络宽频和高清电视等“下一代媒体”的优势正在显现。而与此相对应的是，中国的“下一代受众”已经形成规模，出生于上世纪80年代的人群正在成为中国媒介消费的主力，但“80后”上网时间越来越长，收看传统电视节目的时间显著下降。21世纪，信息技术的突变来自于包含最大信息量的媒体数字化，作为新媒体先锋的数字电视是广电转型的开始，而“数字新媒体”则是转型的方向和目标。目前，广电总局已向京、沪、粤三地发放了手机电视牌照。2006年，对于中国电视业来说，是可圈可点的一年。这一年，电视新闻竞争硝烟再起，真人秀节目大行其道，“独播剧”战略日益成熟，体育节目格局动荡，电视购物市场整顿，新媒体发展迅猛。2006年度全国卫视（含央视）收视排名情况表明，央视全国性频道数创新高，省级卫视前三强格局未变，而第一、第二阵营间差距缩小。

目前，国内有三千多个电视频道，上万个栏目，但能让观众记住的品牌栏目却寥寥无几，电视频道数量的激增与收视人群形成了鲜明对比。中国电视节目叫得响的品牌节目不多，没有差异化，所谓的电视栏目创新多半只停留在克隆、模仿。中国电视产业90%的节目是亏本的，央视90%的广告收入来源于10%左右的品牌栏目，中国电视缺少真正意义上的品牌，栏目创新势在必行。中国电视传媒还缺乏真正市场意识的经营人才与创作、策划人才。这一点上凤凰卫视的整体实力就显然往前走了一大步，市场化意识与节目选题高度、风格值得内地电视台借鉴与参考。

2007年国内电视媒体竞争格局又有何变化？频道竞争又该采取何种策略？投资机会又在哪儿？

本研究咨询报告依据国家统计局、国家广播电影电视总局、央视-索福瑞媒介研究有限公司、全国各大电视媒体、国内外相关报纸杂志的信息，对我国电视媒体产业的基本概况、发展政策环境进行了描述，对各种类型的电视节目进行了深度分析，对行业竞争格局作了详

细分析和阐述，报告还重点分析了重点电视媒体企业，并对影响行业发展的因素作了细致分析，最后还就电视媒体行业发展趋势及投资机会进行了展望和分析，对行业发展策略与建议进行了总结和归纳，是电视媒体企业、相关企业单位、投资机构等准确了解目前电视媒体行业发展动态，把握企业定位和发展战略不可多得的决策参考。

[b]第一部分 行业发展现状分析[/b]

[b]第一章 2006年全球电视媒体产业发展概述 [/b]

第一节 全球电视媒体发展概况

- 一、美国电视市场调研市场频道发展情况
- 二、欧洲的电视广播市场正在发生变化
- 三、英国数字电视互动广告格式和应用策略
- 四、日本电视媒体简况
- 五、国外著名电视台
- 六、国外优秀电视节目

第二节 全球电视媒体产业发展分析

- 一、韩国民营电视公司成功之道
- 二、美国电视剧产业运作的启示

[b]第二章 中国电视媒体产业发展状况 [/b]

第一节 2006-2007年电视媒体产业发展现状

- 一、2006年电视系统总收入情况
- 二、2006中国电视业发展现状
- 三、中国电视节目为何“短命”
- 四、2006年电视文化含量的思考
- 五、“80后”人群收看电视时间显著下降
- 六、中国电视传媒步入青春期
- 七、省级卫视“独家”变数与系统力

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

第三节 电视媒介发展特点

- 一、电视媒介的多元化传播分析
- 二、电视媒介如何面对视觉文化

第四节 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 2006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、数字电视与IPTV未来竞争格局透视
- 二、移动电视运营初探
- 三、手机电视发展前景分析
- 四、互联网与传统电视产业比较

第二节 中国电视媒体产业链结构

- 一、电视媒体的价值链
- 二、中国电视剧产业价值链分析

第三节 电视栏目发展情况

- 一、打造电视栏目的竞争力
- 二、探寻面向产业化的电视节目策划
- 三、新创电视栏目的成长攻略
- 四、收视率对于电视栏目的影响

第四节 各类型电视节目发展情况

- 一、中日韩电视婚恋节目发展对比
- 二、2006年中国电视娱乐节目发展情况
- 三、中国国产电视剧发展情况
- 四、透析电视讲坛现象
- 五、谈话节目发展现状及趋势
- 六、少儿娱乐节目现状尴尬
- 七、电视读书节目发展现状
- 八、纪录片节目发展现状

[b]第二部分 行业竞争格局分析 [/b]

[b]第四章 我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]第七章 中国电视媒体产业趋势分析 [/b]

第一节 电视媒体产业走向分析

- 一、电视传媒产业动力机制
- 二、电视节目创新趋势
- 三、电视节目策划趋势
- 四、电视新闻发展趋势

第二节 电视媒体产业运行趋势

- 一、传播趋势
- 二、运营的创新
- 三、整合营销方式
- 四、产业链模式
- 五、开展SP业务策略
- 六、节目体系的创新

第三节 产业下的细分市场趋势

- 一、电视剧发展趋势
- 二、国内电视节目细分趋势
- 三、网络冲击下的电视新闻评论发展趋势
- 四、省级卫视电视剧发展战略与趋势
- 五、电视插播广告的形态变化趋势

第四节 区域性电视元素的内涵与价值

一、区域性电视元素的内涵

二、区域性电视元素的价值

三、广电媒体数字化战略前瞻

[b]第四部分 行业投资与发展策略[/b]

[b]第八章 中国电视媒体产业投资机会分析 [/b]

第一节 产业投资机遇分析

一、优势分析

二、投资方向分析

第二节 产业投资结构分析

一、产业结构分析

二、成长方向分析

三、生态转型特征

四、可能性利润空间分析

五、政策空间分析

第三节 境外媒体大陆投资策略

一、境外电视媒体成长调查

二、境外电视媒体进入大陆市场策略

第四节 广电行业“十一五”规划及影响

[b]第九章 行业发展策略与建议 [/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 频道运营与管理

一、品牌战略下的频道运营与管理

二、城市电视台的频道运营根基

第六节 新时期省级地面频道发展战略

一、发展主题

二、全局战略

三、竞争优势

四、市场布局

五、发展思路

第七节 如何构建电视媒体的和谐经营

[b]图表目录[/b]

图表：1985-2002年美国三大电视网市场份额变化情况

图表：电视媒体的价值链示意图

图表：2000年-2005年娱乐节目在所有节目中的份额

图表：2005年各类综艺娱乐节目的播出与收视份额

图表：2005年娱乐节目广告收入投放额排名前十频道

图表：2000年湖南电视台投资分类构成

图表：2005年全国综艺娱乐节目市场收视份额排名前5位的频道

图表：2006年全年全国卫视收视排名

图表：2006年全国省市地面频道前30名收视情况

图表：2006年全年24小时全国收视率省级卫视排行榜

图表：2004-2005年南京本地电视频道收视率对比

图表：2005年11月15日南京地区播出节目类型结构

图表：《南京零距离》2005年11月样本周（14"18日）新闻内容分析

图表：《直播南京》新闻内容分析

图表：南京地区三个新闻栏目的主要受众构成

图表：2007年2月南京地区各类型节目收看时长和播出时长比重

图表：2007年2月杭州地区各类型节目收看时长和播出时长比重

图表：2007年2月长春地区各类型节目收看时长和播出时长比重

图表：2007年2月沈阳地区各类型节目收看时长和播出时长比重

图表：2007年2月哈尔滨地区各类型节目收看时长和播出时长比重

图表：2007年2月福州地区各类型节目收看时长和播出时长比重

图表：2007年2月长沙地区各类型节目收看时长和播出时长比重

图表：2007年2月成都地区各类型节目收看时长和播出时长比重

图表：2007年2月广州地区各类型节目收看时长和播出时长比重

图表：2007年2月重庆地区各类型节目收看时长和播出时长比重

图表：2007年2月上海地区各类型节目收看时长和播出时长比重

图表：2007年2月天津地区各类型节目收看时长和播出时长比重

图表：2007年2月北京地区各类型节目收看时长和播出时长比重

图表：2006年上半年全国广播电视广告收入情况

图表：2005年部分省或地区电视台购买电视剧费用

图表：1998-2005年央视广告收入增长图

图表：1996-2005年央视广告收入在全国电视广告收入中的比例

图表：2005年全国省级电视台广告收入排序

图表：2005年我国计划单列市电视台广告收入排名

图表：2005年广告投放额排名前十位的省级卫视频道与省会城市电视台

图表：2006年中国电视频道满意度综合指数

图表：2006年国内办公室电视媒体满意度调查

图表：2006年中国商务人士最受欢迎电视频道调查

图表：2006年凤凰卫视业绩情况

图表：2006年凤凰卫视综合收益表

图表：2006年凤凰卫视资产负债表

图表：2006年凤凰卫视现金流量表

图表：2006年凤凰卫视收入构成情况

图表：2007年一季度凤凰卫视业绩情况

图表：2007年一季度凤凰卫视简明综合收益表

图表：2007年一季度凤凰卫视资产负债表

图表：2007年一季度凤凰卫视现金流量表

图表：凤凰卫视观众职业构成

图表：凤凰卫视观众中家人在党政机关任职职务构成

图表：凤凰卫视频道观众家庭收入构成指数

图表：全国卫视频道满意度综合排名表

图表：全国卫视频道人气指数数据汇总表

图表：凤凰卫视内容特征调研数据

图表：凤凰卫视与国内主要电视媒体的形象特征对比

图表：凤凰卫视广告插播得分比较

图表：电广传媒母公司主要资产构成

图表：2006年电广传媒资产负债表

图表：电广传媒主要子公司

图表：2006年电广传媒财务数据

图表：2003-2006年电广传媒广告代理业务营业收入和毛利率

图表：2006年电广传媒主要风险投资项目

图表：2006年电广传媒股权价值分布

图表：电广传媒影视节目收入及毛利率

图表：2007年中国品牌500强排行榜广电传媒品牌价值分布

图表：传媒产业生命周期不同阶段的商业发展

图表：中国广电产业十一五规划

图表：2007-2010年我国数字电视用户增长预测

图表：数字电视提供的服务类型

图表：有线电视数据中美比较

图表：中国数字电视频道发展情况

图表：企业电视广告投放目标分析

图表：电视广告投放策略图

图表：2006年上半年全国收视份额排名前十位的省级卫视与2005年同期份额升降情况一

览

图表：2006年5月份湖南各电视媒体自办栏目收视份额前八排名

图表：河南与河北强势地面频道一览

图表：安徽地区强势地面频道一览

图表：山东省强势地面频道一览

图表：湖南省强势地面频道一览

图表：广西地区强势地面频道一览

图表：重庆地区强势地面频道一览

图表：湖北地区强势地面频道一览

图表：黑龙江省强势地面频道一览

图表：广东地区强势地面频道一览

图表：北京地区强势地面频道一览

图表：四川地区强势地面频道一览

图表：浙江省强势地面频道一览

图表：吉林省强势地面频道一览

图表：江苏省强势地面频道一览

图表：江西省强势地面频道一览

图表：云南省强势地面频道一览

图表：辽宁省强势地面频道一览

图表：进入全国媒介单位广告营业额前100名的省级电视台排序

图表：2006年5月份湖南广播影视集团各频道全天时段收视前十排名

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/O11651C73A.html>