
电视转播车行业市场突围建议 及需求分析报告

目录

序言.....	
一、电视转播车行业财务状况分析.....	
(一)、电视转播车行业近三年财务数据及指标分析	
(二)、现金流对电视转播车业的影响.....	
二、2023-2028 年电视转播车企业市场突破具体策略	
(一)、密切关注竞争对手的策略，提高电视转播车产品在行业内的竞争力	7
(二)、使用电视转播车行业市场渗透策略，不断开发新客户.....	
(三)、实施电视转播车行业市场发展战略，不断开拓各类市场创新源.....	
(四)、不断提高产品质量，建立覆盖完善的服务体系.....	
(五)、实施线上线下融合，深化电视转播车行业国内外市场拓展.....	
(六)、在市场开发中结合渗透和其他策略.....	
三、电视转播车行业发展状况及市场分析.....	10
(一)、中国电视转播车市场行业驱动因素分析.....	10
(二)、电视转播车行业结构分析	10
(三)、电视转播车行业各因素（PEST）分析.....	11
1、政策因素.....	11
2、经济因素.....	12
3、社会因素.....	13
4、技术因素.....	13
(四)、电视转播车行业市场规模分析.....	13
(五)、电视转播车行业特征分析	14
(六)、电视转播车行业相关政策体系不健全.....	15
四、电视转播车行业政策背景.....	15
(一)、政策将会持续利好电视转播车行业发展.....	15
(二)、电视转播车行业政策体系日趋完善.....	16
(三)、电视转播车行业一级市场火热,国内专利不断攀升.....	16
(四)、宏观经济背景下电视转播车行业的定位.....	17
五、电视转播车业数据预测与分析.....	17
(一)、电视转播车业时间序列预测与分析.....	17
(二)、电视转播车业时间曲线预测模型分析.....	18
(三)、电视转播车行业差分方程预测模型分析.....	19
(四)、未来 5-10 年电视转播车业预测结论.....	20
六、电视转播车行业竞争分析.....	20
(一)、电视转播车行业国内外对比分析	20
(二)、中国电视转播车行业品牌竞争格局分析.....	21
(三)、中国电视转播车行业竞争强度分析.....	22
1、中国电视转播车行业现有企业竞争情况	22
2、中国电视转播车行业上游议价能力分析	22
3、中国电视转播车行业下游议价能力分析	22
4、中国电视转播车行业新进入者威胁分析	23
5、中国电视转播车行业替代品威胁分析.....	23
(四)、初创公司大独角兽领衔.....	23

(五)、上市公司双雄深耕多年.....	24.....
(六)、电视转播车巨头综合优势明显.....	24.....
七、宏观经济对电视转播车行业的影响.....	25.....
(一)、电视转播车行业线性决策机制分析.....	26.....
(二)、电视转播车行业竞争与行业壁垒分析.....	27.....
(三)、电视转播车行业库存管理波动分析.....	27.....
八、关于未来 5-10 年电视转播车业发展机遇与挑战的建议.....	28.....
(一)、2023-2028 年电视转播车业发展趋势展望.....	28.....
(二)、2023-2028 年电视转播车业宏观政策指导的机遇.....	28.....
(三)、2023-2028 年电视转播车业产业结构调整的机会.....	28.....
(四)、2023-2028 年电视转播车业面临的挑战与对策.....	29.....
九、电视转播车行业风险控制解析.....	30.....
(一)、电视转播车行业系统风险分析.....	30.....
(二)、电视转播车业第二产业的经营风险.....	30.....
十、电视转播车行业多元化趋势.....	30.....
(一)、宏观机制升级.....	30.....
(二)、服务模式多元化.....	31.....
(三)、新的价格战将不可避免.....	31.....
(四)、社会化特征增强.....	31.....
(五)、信息化实施力度加大.....	31.....
(六)、生态化建设进一步开放.....	32.....
1、内生发展闭环,对外输出价值.....	32.....
2、开放平台,共建生态.....	32.....
(七)、呈现集群化分布.....	33.....
(八)、各信息化厂商推动电视转播车发展.....	33.....
(九)、政府采购政策加码.....	34.....
(十)、个性化定制受宠.....	34.....
(十一)、品牌不断强化.....	34.....
(十二)、互联网已经成为标配“风生水起“.....	35.....
(十三)、一体式服务为发展趋势.....	35.....
(十四)、政策手段的奖惩力度加大.....	35.....
十一、电视转播车成功突围策略.....	36.....
(一)、寻找电视转播车行业准差异化消费者兴趣诉求点.....	36.....
(二)、电视转播车行业精准定位与无声消费教育.....	36.....
(三)、从电视转播车行业硬文广告传播到深度合作.....	37.....
(四)、公益营销竞争激烈.....	37.....
(五)、电子商务提升电视转播车行业广告效果.....	37.....
(六)、电视转播车行业渠道以多种形式传播.....	38.....
(七)、强调市场细分,深耕电视转播车产业.....	38.....

序言

依据编者的深度调查分析及专业预测,本次行业报告将从下面九个方面全方位对电视转播车行业过去的发展情况进行详细的研究与分析,并将对电视转播车行业进行专业的未来发展趋势预测,还将对电视转播车行业前景进行展望及提出合理化的建议。依据编者的深度调查分析及专业预测,本次行业报告将从下面九个方面全方位对电视转播车行业过去的发展情况进行详细的研究与分析,并将对电视转播车行业进行专业的未来发展趋势预测,还将对电视转播车行业前景进行展望及提出合理化的建议。本报告只可当做行业报告模板参考和学习,不可用于商业用途。

一、电视转播车行业财务状况分析

(一)、电视转播车行业近三年财务数据及指标分析

表中列出了近三年电视转播车行业部分龙头企业的主要会计数据和财务指标:

财务指标	2020 年	2019 年	2018 年
主营业务收入 (万元)	79041.6	53671	46827
净利润	2523.4	905.1	1368.3
总资产	27321.6	22885.2	18681.8

除了 2019 年市场下跌和 2020 年疫情影响导致净利润下降外，电视转播车公司各项指标持续加强，投资策略和风险防范与化解报告良好。

	财务比率\ 年份	2020- 12-31	2019- 12-31	2018- 12-31	比率分析
— 流动性比率	流动比率	1.52	2.22	2.53	2020 年底电视转播车行业发生大量短期借款导致 存货增加，使清偿流动负债能力受到影响。
	速动比率	1.36	1.58	1.62	
— 资产效率比率	应收账款 周转率	20.31	16.32	16.18	电视转播车企业积极控制欠款授信额度，减少赊销，应收账款减少。
	存货周转 率	15.38	13.57	5.28	电视转播车业销售情况转好，存货的增长应引起注意。
	总资产周 转率	2.31	2.42	2.51	变化不大。长短期投资和同 定资产都有较大增长，与销售额增长基本持平。
盈利性比率	销售毛利 率	7.70%	5.63%	5.50%	各项指标有明显增长，与电视转播车业态结构以及市场回稳有较大关系。
	营业利润 率	4.24%	1.79%	3.20%	
	净利润率	3.22%	1.38%	2.21%	
	总资产收益率 ROA	10.00%	3.76%	7.65%	
	权益资本收益 率 ROE	14.55%	4.06%	6.35%	
	负债比率	41.48%	34.84%	29.35%	负债比率有所上升，因电视转播车投资项目融资所致。

一 债务管理比率	产权比率	81.31%	59.89%	42.59%	
	收入利息 倍数	35.72	25.31	62.34	

(二)、现金流对电视转播车业的影响

从现金流的角度，我们可以分析电视转播车行业存在的问题，并对行业内的企业进行财务比较，找出现金流最可持续的企业。

在当前市场经济条件下，企业的现金流量在很大程度上决定着电视转播车行业的生存和发展能力。即使企业有盈利能力，如果现金流不畅，调度不畅，也会严重影响企业的正常生产经营。偿付能力的削弱将直接影响企业的声誉，最终将对电视转播车行业的发展和生存产生重大影响。

二、2023-2028 年电视转播车企业市场突破具体策略

(一)、密切关注竞争对手的策略，提高电视转播车产品在行业内的竞争力

迈克尔·波特指出，“竞争优势是公司在竞争激烈的市场中行为收益的核心”。一个企业在激烈的市场竞争中能否获得比竞争对手更有利的竞争优势，是企业生存和发展的关键。目前，企业可以围绕第一战略，尽快提高电视转播车行业产品的竞争力，尽量缩小与电视转

播车行业产品、质量、服务、营销策略等方面的差距，努力做到实现战术自我创新。

(二)、使用电视转播车行业市场渗透策略，不断开发新客户

对于成功开发的电视转播车行业产品，我们将不断提高产品质量，降低产品成本，提高服务质量，采取灵活的定价策略来增加竞争力，从而扩大产品在现有市场的销售，鼓励现有客户购买更多公司产品，同时也吸引竞争对手的客户购买本公司产品，或刺激未使用本公司产品的客户加入购买者行列。

(三)、实施电视转播车行业市场发展战略，不断开拓各类市场创新源

企业要密切关注电视转播车行业市场的消费需求趋势，进行市场开拓，不断开拓各种市场创新源。

(四)、不断提高产品质量，建立覆盖完善的服务体系

树立用户至上观，即从电视转播车行业产品的研发、生产、销售环节，尽可能将可预见的用户“不满意”因素从产品周期中剔除。同时，通过服务延伸，完善产品质量跟踪、反馈、调整体系。只有将电视转播车行业营销策略延伸到影响客户的价值链，客户才能获得更多利益，也可以增加产品的吸引力和客户忠诚度。

(五)、实施线上线下融合，深化电视转播车行业国内外市场拓展

电子商务市场具有全球化、交易连续性、成本低、资源集约化、信息化和用户量化等优势。不仅可以帮助企业快速的调整发展决策和指导生产计划，还可以帮助传统制造充分挖掘线上线下可用资源，快速接收用户反馈信息，为客户提供快速的产品开发和迭代服务，响应市场需求，保持竞争优势。因此，建议电视转播车行业企业在经营管理中大力实施电子商务战略，实施线上线下融合，深度拓展国内外市场。

(六)、在市场开发中结合渗透和其他策略

渗透战略是安索夫矩阵针对原始市场和原始产品提出的战略措施。也是产品生命周期中成熟市场的营销策略。电视转播车公司在现有市场规模较大，具有较强的竞争潜力；同时，产品需求的价格弹性比较大，可以降低价格来增加需求；批量生产可以进一步降低生产成本。渗透战略的有效实施，可以让电视转播车企业占据较大的市场份额，增加销售额以获得企业利润，更容易获得销售渠道成员的支持。同时，低廉的价格和低利润对阻止竞争对手的介入有着很大的障碍和影响。

对于新市场而言，单一的产品和服务不足以支撑新市场发展战略的实施。因此，有必要进一步加大产品研发力度，开发适应国际市场发展需要的新产品，实施撇脂策略。要实施这一战略，企业必须在新

市场中使新产品和服务的卖点优于现有产品的卖点，才能有效吸引目标消费群体，并通过战略的有效实施实现短期利润最大化目标。 ，这有利于电视转播车行业公司确定公司的竞争地位。

三、电视转播车行业发展状况及市场分析

(一)、中国电视转播车市场行业驱动因素分析

电视转播车行业市场热度持续高涨，技术、安全、品种的不断革新是其应用场景得到跨越式发展的根本原因。电视转播车行业用户需求量的激增极大宽泛了其应用的宽度和广度。其一表现为：电视转播车产业链中原材料和供应商的进一步融合推动，对产业源端的升级重组，产业流程的优化更加有利；其二表现为：电视转播车技术、品质、品种的快速迭代更新，更加有利于产品的持续升级和质量提升，更进一步满足了用户的不同新需求。以上都有利电视转播车产业进一步发展与进步。同时多方的交融使得电视转播车行业产品应用得到更加强劲的发展。

(二)、电视转播车行业结构分析

电视转播车行业的行业渠道主要由上游产品与服务即原料及服务生产商、中间服务集成即产品及服务集成商、产品服务设计即设计规划商、行业代理即行业产品与服务代理、行业经销商与消费者即行业的产品与服务经销商与消费者等组成。组成了上中下游的完整电视转播车产业结构。

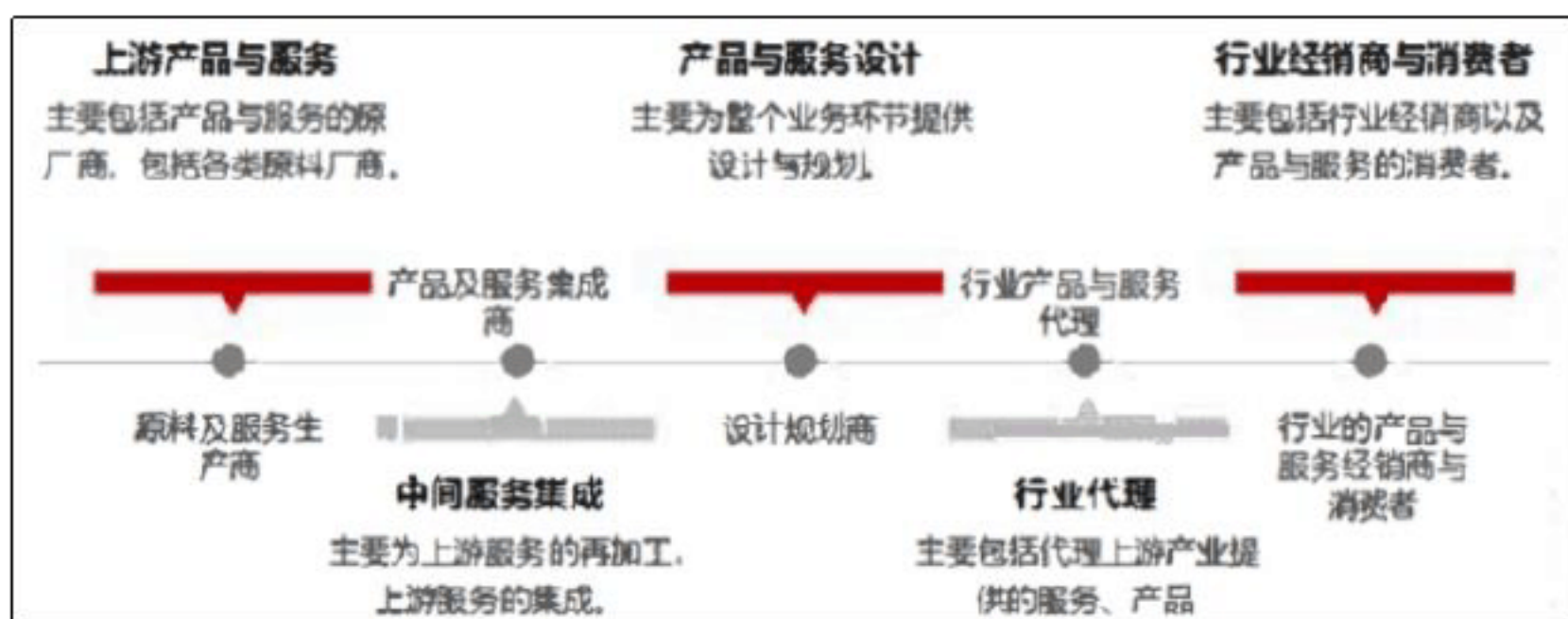
1. 原料及服务生产商, 代表上游产品与服务, 主要负责包括产品与服务原厂商, 包括各类原材料厂商。

2. 产品及服务集成商, 代表中间服务集成, 主要负责上游服务的再加工服务, 是上游服务的集成体现。

3. 设计规划商, 代表产品与服务设计, 主要为整个业务转型提供专业设计与标准规划。

4. 行业产品与服务代理, 代表行业代理, 主要承担上游产业服务、产品的代理服务。

行业的产品与服务经销商与消费者, 代表行业经销商与消费者, 该部分主要由行业各类经销商以及消费产品与服务的用户组成。



(三)、电视转播车行业各因素 (PEST) 分析

1、政策因素

一、由中央国务院印发的《电视转播车行业发展“十三五”规划》，明确要求到 2022 年电视转播车行业将有 30% 的增幅, 地方政策也相应出台, 整体提高了行业的渗透率。

二、2022 年电视转播车行业将成为享受政策红利的市场, 国务院政府报告指出电视转播车行业将会有助于提高人民群众的生活质量。

三、2022 年是电视转播车行业发展过程中至关重要的一年, 首先, 从外部宏观环境的角度, 陆续介绍影响行业发展的新政策, 新法规。经济增长方式的转变, 严格的节能减排政策对电视转播车行业的发展都产生较为直接的影响, 此外还有来自通货膨胀、人民币升值、上升的人力资源成本等等因素的间接影响; 就企业内部来探讨, 各产业链环节的竞争、技术工艺的不断升级、逐步萎缩的出口市场、日益复杂的产品销售市场等问题, 都是企业决策者亟需面对和解决的。

2、经济因素

一、电视转播车行业需求持续火热, 资本利好电视转播车领域, 长期来看行业发展持续向好。

二、“十三五”规划提出, 经济保持中高速增长。往后五年社会经济发展的首要目标是: 经济保持中高速增长, 截止 2022 年我国 GDP 和城乡居民人均收入相较 2019 年至少翻一番, 主要经济指标平稳协调, 发展质量和效益显著提高; 人民生活水平和质量普遍提高; 国民素质和社会文明程度显著提高; 创新驱动发展成效显著; 发展协调性明显增强; 生态环境质量总体改善; 各方面制度更加成熟、更加定型。所以, 在“十三五规划”的大政策背景下, 我国电视转播车行业需要透视现状、锚定未来、战略前瞻、科学规划, 寻求技术突破、产业创新、经济发展, 为引领下一轮发展打下坚实的基础。

三、规模不断增长的下游交易行业,为电视转播车行业提供源源不断的发展动力。

四、2020年居民人均可支配收入31228元,同比实际增长5.5%,居民消费水平的提高也为电视转播车行业市场需求提供坚实的经济基础。

3、社会因素

一、传统电视转播车行业市场低门槛、统一行业标准的缺乏、服务过程没有专业的监督等问题也会制约行业发展互联。

二、互联网与电视转播车行业的结合,大大缩减中间环节,为用户提供高性价比的服务。

三、90后、00后等新生代人群,逐步成为电视转播车行业的消费主力,为行业注入新鲜的血液。

4、技术因素

一、高新技术的推动。VR、大数据、云计算、5G等逐步从一线城市过渡到2、3、4线城市,将电视转播车行业与高新技术对接,普及了电视转播车行业科技体验。

二、电视转播车行业引入ERP、OA、EAP等智能化系统,优化信息化管理施工环节,提高了行业效率。

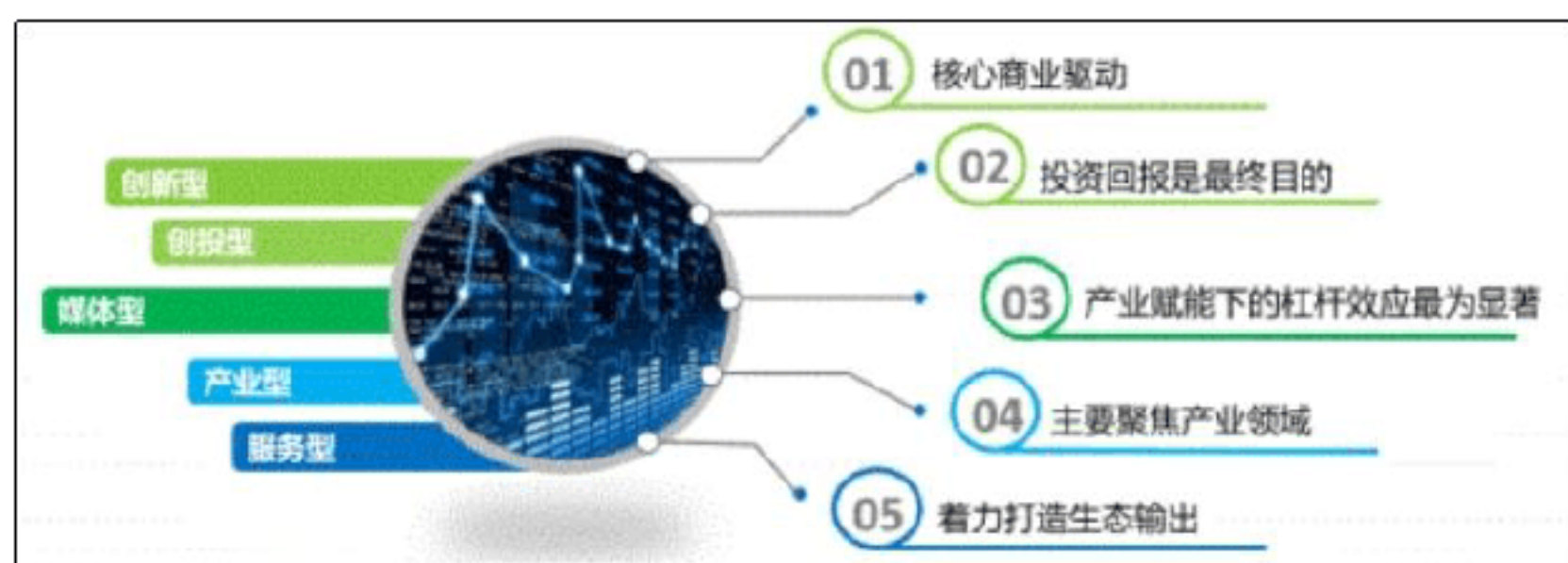
(四)、电视转播车行业市场规模分析

2019年,中国电视转播车市场零售规模为655亿元,同比增长

6.8%；2020年，电视转播车市场零售规模达到702亿元，同比增长17.1%。预计，2022年我国电视转播车市场零售规模将达到723亿元，未来五年（2022-2025）年均复合增长率约为11.26%，2025年将达到1108亿元。

（五）、电视转播车行业特征分析

通过对比电视转播车行业属性和核心服务模式，可将中国电视转播车行业分为四类。分别为创新型电视转播车、创投型电视转播车、媒体型电视转播车、产业型电视转播车和服务型电视转播车。此外，由于电视转播车行业还处于初级探索阶段，整体服务模式与运营模式并未完全成熟。随着大众创业、万众创新政策红利淡出行业舞台，电视转播车服务类型将回归其商业本质。为达到投资回报或商业落地的目的，如何依托自身运营能力实现行业稳步发展，成为行业探讨的核心问题。在以上四类电视转播车行业中，因产业型电视转播车多由企业主导，且与企业业务结合更为紧密。所以具有更高的商业落地可行性。成为电视转播车行业探索的核心方向之一。



(六)、电视转播车行业相关政策体系不健全

国内电视转播车的政策体系、绩效考核体系、以及执法监管体系仍不完善,在体制、政策、法规方面仍需要进一步健全。以电视转播车行业为例,即使任务目标定了,但是很多城市并没有出台相关推动措施。电视转播车行业标准、行业规范、行业制度等措施均未出台,产品和技术的操作准则也没有明确的指导。电视转播车行业空有地方的区域标准,却没有统一的国家标准,行业规范性也就成为空谈。另外,利于电视转播车的价格、财税、金融等经济政策还不完善,基于市场的激励和约束机制仍旧不健全,创新驱动动力不足,企业也缺乏电视转播车相应行业发展的内生动力。

四、电视转播车行业政策背景

(一)、政策将会持续利好电视转播车行业发展

政策是重要的驱动因素。随着统一进程的加速和对精细管理的需求,预计需求将迎来快速释放。同时,互联网+电视转播车,大数据和智能应用程序都已进入实质性着陆阶段,创新业务也变得越来越创新。模式的优化和系统复杂性的大幅提高使领先优势更加明显,行业集中度有望加速增长,实力更强的优质公司也将变得更强。随着行业利润率的大幅提高和集中度的不断提高,我们相信电视转播车行业的前景广阔。

(二)、电视转播车行业政策体系日趋完善

近年来，国内电视转播车产业发展，产业促进，市场监管等重要环节的宏观政策环境日趋完善。

2019年，国务院相继发布了与电视转播车密切相关的三项政策文件，为电视转播车的发展奠定了重要的政策基础；中国中央网络空间管理局发布了有关电视转播车管理的文件，这些文件在电视转播车行业中发挥了积极作用，产生了重要影响；针对电视转播车业务形式，明确了互联网资源协同服务业务的概念，并相继颁布了相关的市场管理政策；工业和信息化部于2019年发布了《电视转播车发展三年行动计划（2019-2022）》，提出了发展电视转播车的指导思想，基本原则，发展目标，重点任务和保障措施。

(三)、电视转播车行业一级市场火热,国内专利不断攀升

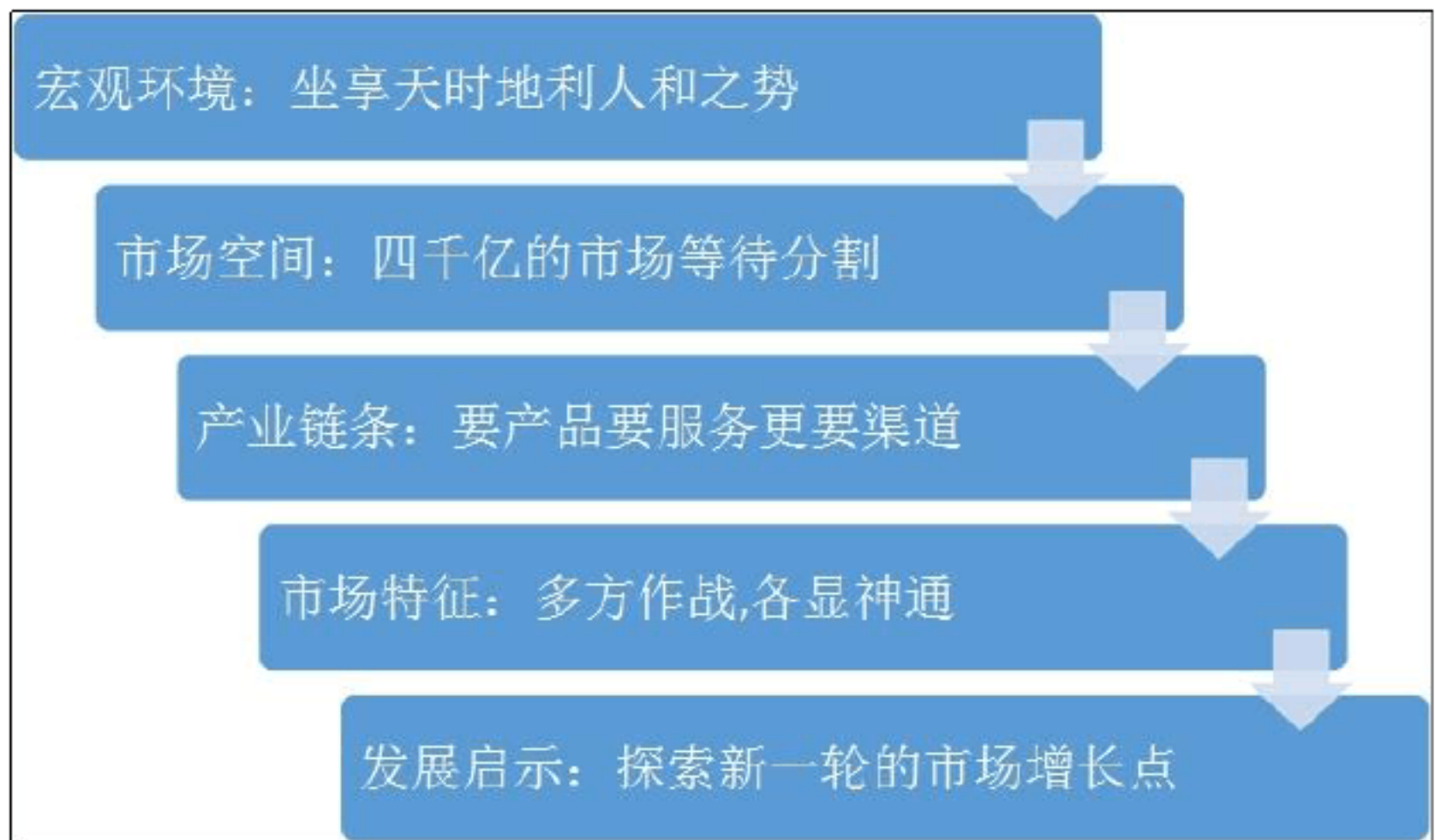
在市场规模快速增长和政策支持明显增加的背景下，电视转播车主要市场的知名度也在不断增加。

同时，随着一批明星企业的迅速崛起以及国内在电视转播车领域的投资，国内电视转播车技术专利的数量也在持续增长。从每年新增的数量来看，2007年的新专利仍然少于100个。它在2015年迎来了爆炸式增长，2015年的新专利数量已达到1,398个，居世界领先地位。从目前累计的专利数量来看，我国的电视转播车公共专利已达到4,000多个案例，大大超过了其他国家和地区。技术实力的显着提高也为国内电视转播车市场的开放和商业产品的迅速普及奠定了坚实

的基础。

(四)、宏观经济背景下电视转播车行业的定位

在产业链的下游，用户需求和服服务存在很大差异



五、电视转播车业数据预测与分析

(一)、电视转播车业时间序列预测与分析

根据电视转播车业总产值与时间的内在关系，通过之前获得的数据建立了电视转播车业的时间序列方程，并通过建立的时间序列方程预测了未来几年的产量。

建立时间序列方程的原则如下：

时间序列方程的表达式为： $y = a + b x t$

其中 y 为输出， a 和 B 为模型参数， t 为年份。

根据近年来从电视转播车行业获得的数据，对参数 a 和 B 进行相

应的估计，以获得参数 a 和 B 的估计。获得参数的估计后，可以得到我们想要预测的时间序列方程。然后，通过输入自变量（时间），可以得到未来三到十年内电视转播车业的预测值。如果要使预测值和上次观测值之间的差值更小，换句话说，要使预测值与实际值进行比较，需要控制两个因素，首先，应尽可能多地获取电视转播车行业的原始数据。原始数据越多，就越容易找到统计规则。最终得出的电视转播车行业模式与实际情况相符；第二个是预测时间跨度。预测时间跨度越大，预测结果与实际值之间的偏差越大。因此，预测时间跨度不应太大。

根据电视转播车业 2016 至 2021 的数据，预测未来 3 年、5 年和 10 年该行业的产量。

根据以上分析，时间序列方程为

$$y=5009.69（预估值）+1747.35*t$$

模型的决策系数 r 等于 0.86615，小于 1。

该模型得到的预测值一般低于实际值。这也从另一个方面反映出，在未来 5 至 10 年内，中国电视转播车业某一产品的产量将继续保持较高的增长趋势。

（二）、电视转播车业时间曲线预测模型分析

在电视转播车业的曲线预测模型中，我们使用了二次曲线模型。模型的基本表达式如下：

$$y=a+b1*t+b2*t^2$$

式中， y 为当年电视转播车业的产值， a 、 B_1 和 B_2 为参数，在模型中估算， t 为年份。

输入相应年份的数据，得到如下曲线预测模型

$$y=10366.98-1174.80*t+292.22*t^2$$

模型的决策系数为 0.9979

(三)、电视转播车行业差分方程预测模型分析

差分方程的基本模型如下：

$$y_t=a+b*y_{t-1}$$

其中， Y_T 为当年电视转播车业产值， Y_{T-1} 为上年产值， a 、 B 为参数，在模型中确定。通过输入几年的产值和前一年的产值，估计参数 a 和 B ，得到产出的差分方程模型，然后根据得到的差分模型，预测 5-10 年的产出。

因此，我们得到的电视转播车业的差异模型是

$$y_t=-3230.20+1.41*y_{t-1}$$

该模型的判断系数为 0.99395，非常接近 1，表明该模型可以用来预测未来中国电视转播车业产品产量的变化趋势。同时，从模型中我们可以清楚地看到，我国电视转播车行业的产品产量受上年影响较大，年产值高于上年，这也反映出电视转播车行业的产品产量在未来几年将有较高的发展势头。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/967030054061010001>