

# 电视的活路



[电视的活路\\_下载链接1](#)

著者:易绍华

出版者:厦门大学出版社

出版时间:2010-6

装帧:

isbn:9787561535684

《电视的活路:数字化背景下电视媒体的网络化生存研究》 内容简介：传播学的理论来

源于社会现象。众所周知，传播学本身并不是一门历史悠久的学科，从形成理论体系到现在才不到100年历史。其中，传播统计方法师从统计学，传播心理学源自心理学，其二级学科广告学又借鉴了市场营销学的一些原理和方法。可以说，传播学是优良的“杂交品种”。

作者介绍:

易绍华（慈尚），媒介博士，高级经济师，高级策划师。先后就读于暨大大学，师从陈培爱教授（闽南学派）；武汉大学，师从张金海教授（珞珈学派）。1998年以来。先后任职于厦门维奇文化传播公司（高级文案）、TOM户外（厦门）博美广告公司（策划副总监）、旭日因赛传播机构（客户主任）、南方都市报（企划主管）和深圳广播电影电视集团广告中心（经理）等广告与媒体经营单位，拥有颇为丰富的媒体业务实操经验、较高的广告运营管理水平以及独到的全案策划执行能力。曾经成功操作过凤凰名都（厦门）楼盘营销推广案、南奥花园三期（广州）营销推广策略案、广东移动短信营销推广策略案、首届中国南方汽车展、首届广东电信展、2003-2004年两届中国（深圳）夏季精品楼盘展示交易会（该案获“2005广告人中国案例奖评选金奖”，并入选案例丛书第二卷）、“我爱深圳”首届公益传播行动等。在《东南学术》、《中国广播电视学刊》、《中国记者》、《销售与市场》、《现代广旨》、《国际广告》、《广告大观》、《广告导报》、《公关世界》等近20种核心刊物上发表论文50余篇。从业方向：媒介经营与管理、企业品牌塑造、广告营销策划、影视及传统文化项目策划。

目录: 总序

序

第一章 导论

第一节 研究背景

- 一、媒介融合在多个层面上继续渗透
- 二、网络化成为大众媒介数字化生存的形态取向
- 三、电视产业的数字化、网络化发展进程加快

第二节 研究目标与意义

- 一、研究目标及问题提出
- 二、研究的意义

第三节 研究范畴

- 一、基本概念的厘清
- 二、研究视角的选取

第四节 研究思路

- 一、主体研究思路
- 二、主要研究方法

第二章 网络传播与电视媒介发展

第一节 技术与媒介的关系

- 一、技术促进媒介形态变革
- 二、网络技术发展提升媒介在信息时代的地位

第二节 媒介网络化发展的动因分析

- 一、传媒网络化发展的几种逻辑力量
- 二、中国媒体网络化发展的社会动力

第三节 三网融合与电视媒介的发展

- 一、三网的概念
- 二、三网融合
- 三、三网融合将加速我国有线电视网的发展

第三章 国外媒介网络化发展的实践参照

第一节 美国

- 一、美国电视数字化频道的发展
- 二、美国电视媒体网站的发展

- 三、美国IPTV网络电视的发展
- 四、美国电视媒体网络化的发展模式分析
- 五、1996年《电信法》的意义

## 第二节 欧盟

- 一、英国：数字电视渗透领先，媒介规制及时跟进
- 二、法国：手机电视发展滞后，网络电视发展瞩目
- 三、德国：重视交互业务发展，卫星电视普及迅速
- 四、欧盟在数字化背景下的传播规制演变

## 第三节 韩国

- 一、韩国的数字化和网络化发展概况
- 二、韩国的IPTV发展
- 三、韩国的移动电视发展：

## 第四节 日本

- 一、日本对数字化产业发展高度重视
- 二、重视数字电视全面发展，注重内容的整合开发
- 三、3G技术推动日本移动媒介产业飞速发展
- 四、创新的盈利模式推动数据业务快速发展
- 五、日本手机电视的发展与盈利分析

## 第五节 国外电视媒介网络化发展的启示与挑战

- 一、经验与启发
- 二、问题与挑战

## 第四章 当前中国电视媒介的网络化生存状况分析

### 第一节 互联网兴起对中国电视媒介的冲击

- 一、互联网影响力日趋强大，分流电视媒体受众
- 二、互联网传播力获得认可，蚕食电视媒体广告份额

### 第二节 中国电视媒介网络化发展的种种尝试

- 一、我国电视台传统业务领域(频道)的数字化、网络化发展现状
- 二、我国电视台在数字化、网络化新业务领域的尝试

### 第三节 中国电视媒介在数字化、网络化发展中存在的问题

- 一、业务路径集中，商业模式同质化严重
- 二、内容匮乏、质量不高
- 三、用户数量偏小，规模效应尚难显现
- 四、交互技术优势未能充分发挥
- 五、定位模糊，市场细分欠缺

### 第四节 我国电视媒介网络化总体进程落后的原因分析

- 一、主观性因素
- 二、客观性因素

## 第五章 电视网络化生存的路径之一：打造平台型网站

### 第一节 网站已成为重要的电视媒介新形态

- 一、注意力资源向网络媒体(网站)飘移
- 二、网络媒体的经济效益日益凸显
- 三、我国电视台纷纷建立自身网站

### 第二节 我国电视台网站发展中的具体问题

- 一、触网率高，点击率低
- 二、定位狭隘，缺乏“大媒体”战略
- 三、设计粗放，功能简单
- 四、传统组织结构束缚网站做大
- 五、双向互动依旧是短板

### 第三节 电视网站发展的功能取向：窗口还是平台

- 一、电视网站应该是平台
- 二、网络化核心原则对网站平台功能设计的要求
- 三、平台型网站的核心优势分析

### 第四节 如何打造平台型电视网站

- 一、要有准确的市场定位

- 二、要有可靠的盈利模式
- 三、要有科学的运营策略
- 四、要有实效的推广策略
- 五、要有专业化的人才梯队
- 第六章 电视网络化生存路径之二：改进数字化频道
- 第一节 当前数字频道电视发展的困局
  - 一、概念厘清
  - 二、我国数字频道电视总体发展进程概述
  - 三、当前我国数字频道电视发展遭遇的瓶颈
  - 四、困局背后的原因分析
- 第二节 网络化对数字频道核心竞争力的提升作用
  - 一、技术层面
  - 二、业务层面
  - 三、战略层面
- 第三节 如何加强网络化，改进频道生存状态
  - 一、建构网络化的电视产业价值链
  - 二、打造网络化共享机制的内容营销中心
  - 三、寻求与网络化配套的电视政策体系支持
- 第七章 电视网络化生存路径之三：网络视频业务的扩展
- 第一节 网络视频业务的概念及特点
  - 一、网络视频的定义
  - 二、网络视频的分类及特征
  - 三、基于前段资源可控性的类型划分
  - 四、IPTV(闭路网络视频)和WebTV(开路网络视频)用户基本特征
- 第二节 电视媒体发展网络视频业务的必要性和紧迫性
  - 一、必要性：视频业务是电视网络化生存的重要资源
  - 二、紧迫性：网络视频市场面临的五大压力
  - 三、我国电视媒介网络视频业务发展现状分析
- 第三节 视频业务市场的竞争与障碍分析
  - 一、民营力量的单边式爆发
  - 二、IPTV市场的双雄博弈
- .....
- 第八章 电视网络化生存路径之四：移动化网络技术的应用
- 第九章 电视网络化生存的终极形态：全能数据库及服务
- 第十章 网络化生存电视产业的链重构及体制变迁
- 第十一章 结论信展望
- • • • • [\(收起\)](#)

[电视的活路\\_下载链接1](#)

标签

新经济

# 评论

-----  
[电视的活路\\_下载链接1](#)

# 书评

-----  
[电视的活路\\_下载链接1](#)