

# 2019-2025年中国电视台运营产业深度调研与发展前景预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2019-2025年中国电视台运营产业深度调研与发展前景预测报告》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/qita/Q361895AIG.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

报告目录：

### 第1章 中国电视台发展背景分析

#### 1.1 电视台定义及产业链分析

#### 1.2 电视台运营外部环境分析

##### 1.2.1 电视台运营政策环境

(1) 行业相关政策汇总

(2) “制播分离”的影响

(3) “限娱令”、“限广令”的影响

##### 1.2.2 电视台运营经济环境

(1) 经济与电视广告关联性

(2) 城市化进程的影响

##### 1.2.3 电视台运营社会环境

(1) 人口结构特征分析

(2) 居民文化消费情况

(3) 电视观众收视特征

##### 1.2.4 电视台运营技术环境

(1) 网络技术发展的影响

(2) 通讯技术发展的影响

(3) 数字技术发展的影响

(4) “三网融合”发展及影响

#### 1.3 中外电视产业经营特征比较

##### 1.3.1 国外电视产业经营特征

(1) 市场竞争与垄断经营

(2) 多元整合与规模经营

(3) 跨国发展与全球经营

(4) 法制管理与自由经营

##### 1.3.2 中国电视产业经营特征

(1) 双重属性与有限经营

(2) 广告为主与多元经营

(3) 产业整合与本土经营

#### (4) 法律不完善无序经营

## 第2章 中国电视台运营相关产业分析

### 2.1 广告行业运营情况分析

#### 2.1.1 广告行业市场规模分析

#### 2.1.2 广告行业不同媒体格局

#### 2.1.3 广告行业投放格局分析

#### 2.1.4 广告行业发展趋势分析

### 2.2 电视剧行业运营情况分析

#### 2.2.1 电视剧制作能力分析

#### 2.2.2 电视剧进口情况分析

#### 2.2.3 电视剧制作行业格局

#### 2.2.4 电视剧行业主要问题

#### 2.2.5 电视剧行业发展趋势

### 2.3 电影产业运营情况分析

#### 2.3.1 电影生产能力分析

#### 2.3.2 电影进口情况分析

#### 2.3.3 电影产业经营情况

#### 2.3.4 电影产业竞争格局

#### 2.3.5 电影产业发展趋势

### 2.4 网络视频行业发展分析

#### 2.4.1 网络视频行业发展现状

#### 2.4.2 网络视频广告市场规模

#### 2.4.3 网络视频广告发展趋势

### 2.5 传统媒体发展情况分析

#### 2.5.1 期刊行业发展情况分析

##### (1) 期刊行业发展现状分析

##### (2) 期刊广告市场发展分析

##### (3) 期刊广告发展趋势分析

#### 2.5.2 报纸行业发展情况分析

##### (1) 报纸行业发展现状分析

##### (2) 报纸广告市场发展分析

### (3) 报纸广告发展趋势分析

## 2.5.3 广播行业发展情况分析

### (1) 广播行业发展现状分析

### (2) 广播广告市场发展分析

### (3) 广播广告发展趋势分析

## 第3章 2015-2017年中国电视台运营情况分析

### 3.1 电视台发展现状分析

#### 3.1.1 电视台发展历程回顾

#### 3.1.2 电视台数量变化趋势

#### 3.1.3 电视频道数量变化趋势

### 3.2 2015-2017年电视产业发展基础

#### 3.2.1 电视转播发射台数量

#### 3.2.2 有线电视用户数量

#### 3.2.3 数字电视用户数量

#### 3.2.4 数字付费电视用户数量

#### 3.2.5 电视人口综合覆盖率

### 3.3 2015-2017年电视节目制播情况分析

#### 3.3.1 电视节目制作情况分析

#### 3.3.2 电视节目播出情况分析

#### 3.3.3 电视节目覆盖率分析

### 3.4 2015-2017年电视台收视情况分析

#### 3.4.1 电视收视量变化情况

#### 3.4.2 电视收视量的观众特征

#### 3.4.3 电视收视量的时期分布

#### 3.4.4 电视收视量的周天分布

#### 3.4.5 电视收视量的时段分布

### 3.5 2015-2017年电视台创收情况分析

#### 3.5.1 电视台盈利模式分析

#### 3.5.2 电视台创收规模分析

#### 3.5.3 电视广告市场发展分析

##### (1) 电视广告时长分析

- (2) 电视广告投放额变化
- (3) 电视广告投放区域格局
- (4) 电视广告投放行业分布
- (5) 电视广告发展前景预测

## 第4章 2015-2017年中国电视台竞争格局分析

### 4.1 电视台五力竞争模型分析

- 4.1.1 上游供应商议价能力
- 4.1.2 下游客户议价能力
- 4.1.3 行业潜在进入者威胁
- 4.1.4 行业替代品与服务威胁
- 4.1.5 行业内部竞争格局

### 4.2 各级频道的竞争优劣势

- 4.2.1 央视竞争优劣势分析
- 4.2.2 省级卫视竞争优劣势
- 4.2.3 省级地面频道竞争优劣势
- 4.2.4 城市频道竞争优劣势

### 4.3 各级频道收视格局分析

- 4.3.1 各级频道总体收视格局
- 4.3.2 各级频道时段收视表现
- 4.3.3 各级频道时期竞争力特征
- 4.3.4 各级频道在不同观众群体中的竞争表现

- (1) 在不同性别观众中的市场份额
- (2) 在不同年龄观众中的市场份额
- (3) 在不同学历观众中的市场份额

### 4.3.5 各级频道组内的频道竞争力差异

### 4.3.6 各级频道主要节目类型收视表现

- (1) 各级频道各节目类型收播份额
- (2) 各级频道主要节目类型收视表现

### 4.4 各级频道收入格局分析

- 4.4.1 电视广告投放频道格局
- 4.4.2 电视广告投放排名情况

#### 4.4.3 各级频道广告收入情况

- (1) 央视广告收入情况分析
- (2) 省级卫视广告收入情况分析
- (3) 省级地面频道广告收入情况
- (4) 城市频道广告收入情况

### 第5章 2015-2017年中国电视台各类节目运营情况分析

#### 5.1 2015-2017年电视节目市场格局分析

##### 5.1.1 各类节目收播格局分析

##### 5.1.2 央视各类节目收播格局

##### 5.1.3 省级卫视各类节目收播格局

#### 5.2 2015-2017年电视剧运营情况分析

##### 5.2.1 电视剧播出与收视总量

##### 5.2.2 电视剧播出题材及收视分析

- (1) 各题材电视剧播出比重
- (2) 收视靠前电视剧题材分布

##### 5.2.3 热点收视剧目分析

##### 5.2.4 电视剧市场竞争特点分析

- (1) 优势电视剧资源集中程度
- (2) 省级卫视独播剧市场格局
- (3) 上星首播剧市场格局分析

##### 5.2.5 引进剧播出与收视情况分析

#### 5.3 2015-2017年综艺娱乐节目运营情况分析

##### 5.3.1 综艺娱乐节目播出与收视情况

##### 5.3.2 综艺娱乐节目各周天收视差异

##### 5.3.3 综艺娱乐节目分时段收视对比

##### 5.3.4 综艺娱乐节目竞争格局分析

- (1) 各级频道收视份额
- (2) 各频道全天不同时段收视份额
- (3) 各频道组收视份额变化趋势
- (4) 人均收视总时长节目排名
- (5) 不同频道娱乐节目观众特点

- 5.3.5 2018年综艺娱乐节目新动向
- 5.4 2015-2017年新闻节目运营情况分析
  - 5.4.1 新闻节目资源使用情况
  - 5.4.2 新闻节目的观众特征分析
  - 5.4.3 新闻节目整体收视情况
    - (1) 新闻类节目全年收视走势
    - (2) 新闻类节目全天收视走势
  - 5.4.4 新闻节目市场竞争格局
    - (1) 不同频道播出与收视份额
    - (2) 新闻节目收视率排名情况
  - 5.4.5 不同频道收视情况分析
    - (1) 中央台新闻节目收视情况
    - (2) 地面频道新闻节目收视情况
- 5.5 2015-2017年体育节目运营情况分析
  - 5.5.1 体育节目播出与收视情况
    - (1) 全年人均收视时长
    - (2) 各月播出与收视时长
    - (3) 播出比重变化情况
  - 5.5.2 体育节目收视市场格局
    - (1) 各级频道播出与收视份额
    - (2) 地方频道播出与收视格局
  - 5.5.3 体育节目观众特征分析
  - 5.5.4 中央五套体育节目收视情况
- 5.6 2015-2017年青少年节目运营情况分析
  - 5.6.1 青少年节目播出与收视总体情况
    - (1) 播出与收视比重
    - (2) 播出与收视全天时段分布
    - (3) 播出与收视全年时期分布
  - 5.6.2 各类青少年节目播出与收视情况
    - (1) 各类青少年节目收播比重
    - (2) 各类青少年节目频道竞争格局
    - (3) 动画片节目的播出、收视状况



(4) 青少专题节目的播出、收视状况

5.6.3 青少年节目观众的特征分析

5.6.4 中央台青少节目收视状况

5.6.5 省级卫视频道青少节目收视状况

5.6.6 地面频道青少节目收视状况

## 第6章 2015-2017年中国重点地区电视媒体发展状况

6.1 2015-2017年北京市电视媒体发展情况

6.1.1 北京市电视媒体发展基础

6.1.2 北京市电视媒体发展现状

6.1.3 北京市电视媒体创收情况

6.1.4 北京市电视频道收视格局

(1) 各类频道的市场占有率

(2) 各类频道在不同观众中的份额

(3) 各类频道在不同时段的市场占有率

(4) 收视份额位于前十位的频道排名

6.1.5 北京市电视节目收视情况

(1) 各类节目播出与收视份额

(2) 各类节目收视排名情况

6.2 2015-2017年上海市电视媒体发展情况

6.2.1 上海市电视媒体发展基础

6.2.2 上海市电视媒体发展现状

6.2.3 上海市电视媒体创收情况

6.2.4 上海市电视频道收视格局

(1) 各类频道的市场占有率

(2) 各类频道在不同观众中的份额

(3) 各类频道在不同时段的市场占有率

(4) 收视份额位于前十位的频道排名

6.2.5 上海市电视节目收视情况

(1) 各类节目播出与收视份额

(2) 各类节目收视排名情况

6.3 2015-2017年广东省电视媒体发展情况

### 6.3.1 广东省电视媒体发展基础

### 6.3.2 广东省电视媒体发展现状

### 6.3.3 广东省电视媒体创收情况

### 6.3.4 广东省电视频道收视格局

- (1) 各类频道的市场占有率
- (2) 各类频道在不同观众中的份额
- (3) 各类频道在不同时段的市场占有率
- (4) 收视份额位于前十位的频道排名

### 6.3.5 广东省电视节目收视情况

- (1) 各类节目播出与收视份额
- (2) 各类节目收视排名情况

## 6.4 2015-2017年湖南省电视媒体发展情况

### 6.4.1 湖南省电视媒体发展基础

### 6.4.2 湖南省电视媒体发展现状

### 6.4.3 湖南省电视媒体创收情况

### 6.4.4 湖南省电视频道收视格局

- (1) 各类频道的市场占有率
- (2) 各类频道在不同观众中的份额
- (3) 各类频道在不同时段的市场占有率
- (4) 收视份额位于前十位的频道排名

### 6.4.5 湖南省电视节目收视情况

- (1) 各类节目播出与收视份额
- (2) 各类节目收视排名情况

## 6.5 2015-2017年江苏省电视媒体发展情况

### 6.5.1 江苏省电视媒体发展基础

### 6.5.2 江苏省电视媒体发展现状

### 6.5.3 江苏省电视媒体创收情况

### 6.5.4 江苏省电视频道收视格局

- (1) 各类频道的市场占有率
- (2) 各类频道在不同观众中的份额
- (3) 各类频道在不同时段的市场占有率
- (4) 收视份额位于前十位的频道排名

## 6.5.5 江苏省电视节目收视情况

(1) 各类节目播出与收视份额

(2) 各类节目收视排名情况

## 6.6 2015-2017年浙江省电视媒体发展情况

### 6.6.1 浙江省电视媒体发展基础

### 6.6.2 浙江省电视媒体发展现状

### 6.6.3 浙江省电视媒体创收情况

### 6.6.4 浙江省电视频道收视格局

(1) 各类频道的市场占有率

(2) 各类频道在不同观众中的份额

(3) 各类频道在不同时段的市场占有率

(4) 收视份额位于前十位的频道排名

### 6.6.5 浙江省电视节目收视情况

(1) 各类节目播出与收视份额

(2) 各类节目收视排名情况

## 6.7 2015-2017年天津市电视媒体发展情况

### 6.7.1 天津市电视媒体发展基础

### 6.7.2 天津市电视媒体发展现状

### 6.7.3 天津市电视媒体创收情况

### 6.7.4 天津市电视频道收视格局

(1) 各类频道的市场占有率

(2) 各类频道在不同观众中的份额

(3) 各类频道在不同时段的市场占有率

(4) 收视份额位于前十位的频道排名

### 6.7.5 天津市电视节目收视情况

(1) 各类节目播出与收视份额

(2) 各类节目收视排名情况

## 6.8 2015-2017年重庆市电视媒体发展情况

### 6.8.1 重庆市电视媒体发展基础

### 6.8.2 重庆市电视媒体发展现状

### 6.8.3 重庆市电视媒体创收情况

### 6.8.4 重庆市电视频道收视格局

- (1) 各类频道的市场占有率
- (2) 各类频道在不同时段的市场占有率
- (3) 收视份额位于前十位的频道排名

#### 6.8.5 重庆市电视节目收视情况

- (1) 各类节目播出与收视份额
- (2) 各类节目收视排名情况

#### 6.9 2015-2017年安徽省电视媒体发展情况

##### 6.9.1 安徽省电视媒体发展基础

##### 6.9.2 安徽省电视媒体发展现状

##### 6.9.3 安徽省电视媒体创收情况

##### 6.9.4 安徽省电视频道收视格局

- (1) 各类频道的市场占有率
- (2) 各类频道在不同观众中的份额
- (3) 各类频道在不同时段的市场占有率
- (4) 收视份额位于前十位的频道排名

##### 6.9.5 安徽省电视节目收视情况

- (1) 各类节目播出与收视份额
- (2) 各类节目收视排名情况

#### 6.10 2015-2017年福建省电视媒体发展情况

##### 6.10.1 福建省电视媒体发展基础

##### 6.10.2 福建省电视媒体发展现状

##### 6.10.3 福建省电视媒体创收情况

##### 6.10.4 福建省电视频道收视格局

- (1) 各类频道的市场占有率
- (2) 各类频道在不同观众中的份额
- (3) 各类频道在不同时段的市场占有率
- (4) 收视份额位于前十位的频道排名

##### 6.10.5 福建省电视节目收视情况

- (1) 各类节目播出与收视份额
- (2) 各类节目收视排名情况

## 第7章 2019-2025年中国电视台发展趋势与投融资分析 (ZY CW)

## 7.1 2019-2025年电视媒体发展前景预测

### 7.1.1 电视媒体面临的机遇

### 7.1.2 电视媒体面临的挑战

### 7.1.3 电视媒体发展前景预测

## 7.2 2019-2025年电视台发展趋势预判

### 7.2.1 电视台收视趋势预判

### 7.2.2 电视台广告投放趋势

### 7.2.3 电视台竞争趋势预判

### 7.2.4 电视台媒体融合趋势

## 7.3 2019-2025年电视媒体投融资模式分析

### 7.3.1 电视媒体投融资政策

### 7.3.2 电视媒体投资热点分析

### 7.3.3 电视媒体融资渠道分析

### 7.3.4 电视媒体融资趋势分析

## 7.4 2019-2025年电视台运营风险及防范

### 7.4.1 电视台运营风险分析

### 7.4.2 电视台运营风险防范

## 部分图表目录：

图表1：我国电视产业链

图表2：我国电视行业发展相关政策及法律法规

图表3：全国观众电视节目收视决定权分布

图表4：电视观众收视选择方式

图表5：观众最喜欢的节目及所属频道

图表6：2007-2017年中国广告市场规模及增长率（单位：亿元，%）

图表7：2017年中国各媒体广告增幅情况（单位：%）

图表8：2007-2017年中国电视剧制作机构数量变化（单位：家）

图表9：2017年全国电视剧拍摄制作备案申报公示的剧目数量（单位：部，集）

图表10：2007-2017年全国申报拍摄制作的电视剧数量对比（单位：部，集）

图表11：2015-2017年生产完成并取得发行许可证电视剧部数与集数（单位：部，集）

图表12：2007-2017年生产完成并获得发行许可证剧目部数与集数对比（单位：部，集）

图表13：国内电视剧制作机构产量占比及收入占比情况（单位：部，集，亿元，%）

图表14：近年涌入影视剧制作行业的各类机构

图表15：2006-2017年中国主要类型电影产量（单位：部）

图表16：中国电影题材分布情况（单位：部；%）

图表17：中国电影历年观影次数

图表18：各国人均每年观影次数

图表19：2005-2017年中国电影票房收入、增长率及全球占比（单位：亿元，%）

图表20：中国超过日本成世界第二大电影市场

图表21：2004-2017年我国网络视频行业发展规模

图表22：2004-2017年我国网络视频广告市场规模

图表23：1978-2017年我国期刊种数（单位：种，%）

图表24：2007-2017年我国期刊业总产值（单位：亿元，%）

图表25：2009-2017年我国期刊业利润总额（单位：亿元，%）

图表26：2015-2017年中国杂志媒体广告花费（单位：亿元）

图表27：2017年各类期刊广告投放情况

图表28：2001-2017年我国电视台数量统计（单位：座）

图表29：2007-2017年我国每户可接受电视频道数量（单位：个）

图表30：2005-2017年我国电视转播发射台数量

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/Q361895AIG.html>