



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国电视台市场运行态势及投资策略报告

## 一、调研说明

《2015-2020年中国电视台市场运行态势及投资策略报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/252388.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

### 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：2012-2014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 2012-2014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 2012-2014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 2012-2014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 2012-2014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：2012-2014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：2012-2014年中国电视台各类节目运营情况分析

#### 5.1 2012-2014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 2012-2014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 2012-2014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 2014年综艺娱乐节目新动向

#### 5.4 2012-2014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 2012-2014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 2012-2014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：2012-2014年中国重点地区电视媒体发展状况

### 6.1 2012-2014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 2012-2014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 2012-2014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 2012-2014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 2012-2014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 2012-2014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 2012-2014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 2012-2014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 2012-2014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 2012-2014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

## 6.11 2012-2014年辽宁省电视媒体发展情况

### 6.11.1 辽宁省电视媒体发展基础

### 6.11.2 辽宁省电视媒体发展现状

### 6.11.3 辽宁省电视媒体创收情况

### 6.11.4 辽宁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

#### 6.11.5 辽宁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

#### 6.12 2012-2014年四川省电视媒体发展情况

##### 6.12.1 四川省电视媒体发展基础

##### 6.12.2 四川省电视媒体发展现状

##### 6.12.3 四川省电视媒体创收情况

##### 6.12.4 四川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

##### 6.12.5 四川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

#### 6.13 2012-2014年河北省电视媒体发展情况

##### 6.13.1 河北省电视媒体发展基础

##### 6.13.2 河北省电视媒体发展现状

##### 6.13.3 河北省电视媒体创收情况

##### 6.13.4 河北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

##### 6.13.5 河北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

#### 6.14 2012-2014年河南省电视媒体发展情况

##### 6.14.1 河南省电视媒体发展基础

##### 6.14.2 河南省电视媒体发展现状

##### 6.14.3 河南省电视媒体创收情况

#### 6.14.4 河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

#### 6.14.5 河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

#### 6.15 2012-2014年湖北省电视媒体发展情况

##### 6.15.1 湖北省电视媒体发展基础

##### 6.15.2 湖北省电视媒体发展现状

##### 6.15.3 湖北省电视媒体创收情况

##### 6.15.4 湖北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

##### 6.15.5 湖北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

#### 6.16 2012-2014年山西省电视媒体发展情况

##### 6.16.1 山西省电视媒体发展基础

##### 6.16.2 山西省电视媒体发展现状

##### 6.16.3 山西省电视媒体创收情况

##### 6.16.4 山西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

##### 6.16.5 山西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

## 6.17 2012-2014年吉林省电视媒体发展情况

### 6.17.1 吉林省电视媒体发展基础

### 6.17.2 吉林省电视媒体发展现状

### 6.17.3 吉林省电视媒体创收情况

### 6.17.4 吉林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

### 6.17.5 吉林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

## 6.18 2012-2014年黑龙江省电视媒体发展情况

### 6.18.1 黑龙江省电视媒体发展基础

### 6.18.2 黑龙江省电视媒体发展现状

### 6.18.3 黑龙江省电视媒体创收情况

### 6.18.4 黑龙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

### 6.18.5 黑龙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

## 6.19 2012-2014年江西省电视媒体发展情况

### 6.19.1 江西省电视媒体发展基础

### 6.19.2 江西省电视媒体发展现状

### 6.19.3 江西省电视媒体创收情况

### 6.19.4 江西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

#### 6.19.5 江西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

#### 6.20 2012-2014年广西电视媒体发展情况

##### 6.20.1 广西电视媒体发展基础

##### 6.20.2 广西电视媒体发展现状

##### 6.20.3 广西电视创收情况分析

##### 6.20.4 广西电视频道收视格局

(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

##### 6.20.5 广西电视节目收视情况

(1) 各类节目播出与收视份额

(2) 各类节目收视排名情况

#### 6.21 2012-2014年甘肃省电视媒体发展情况

##### 6.21.1 甘肃省电视媒体发展基础

##### 6.21.2 甘肃省电视媒体发展现状

##### 6.21.3 甘肃省电视媒体创收情况

##### 6.21.4 甘肃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

##### 6.21.5 甘肃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

#### 6.22 2012-2014年云南省电视媒体发展情况

##### 6.22.1 云南省电视媒体发展基础

##### 6.22.2 云南省电视媒体发展现状

##### 6.22.3 云南省电视媒体创收情况



#### 6.22.4 云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

#### 6.22.5 云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

### 第7章：2015-2020年中国电视台发展趋势与投融资分析

#### 7.1 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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

#### 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6：2007-2014年中国广告市场规模及增长率（单位：亿元，%）

图表7：2014年中国各媒体广告增幅情况（单位：%）

图表8：2007-2014年中国电视剧制作机构数量变化（单位：家）

图表9：2014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10：2007-2014年全国申报拍摄制作的电视剧数量对比（单位：部，集）

图表11：2012-2014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12：2007-2014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15：2006-2014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19：2007-2014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21：2004-2014年我国网络视频行业发展规模

图表22：2004-2014年我国网络视频广告市场规模

图表23：1978-2014年我国期刊种数（单位：种，%）

图表24：2007-2014年我国期刊业总产值（单位：亿元，%）

图表25：2009-2014年我国期刊业利润总额（单位：亿元，%）

图表26：2012-2014年中国杂志媒体广告花费（单位：亿元）

图表27：2011年各类期刊广告投放情况

图表28：2001-2014年我国电视台数量统计（单位：座）

图表29：2007-2014年我国每户可接受电视频道数量（单位：个）

图表30：2007-2014年我国电视转播发射台数量

图表31：2007-2014年我国有线电视用户数量

图表32：2007-2014年我国数字电视用户数量

图表33：2007-2014年我国付费电视用户数量

图表34：2007-2014年我国电视转播发射台数量

图表35：2007-2014年我国电视节目套数（单位：套）

图表36：2007-2014年我国公共电视节目与收费电视节目套数（单位：套）

图表37：2004-2014年我国电视节目制作时间（单位：万小时）

图表38：2004-2014年我国不同类型电视节目制作时间（单位：万小时）

图表39：2004-2014年我国电视节目播出时间（单位：万小时）

图表40：2004-2014年我国不同类型电视节目播出时间（单位：万小时）

图表41：2001-2014年我国电视节目综合人口覆盖率（单位：%）

图表42：2002-2014年观众人均每日收视时间（历年所有调查城市）（单位：分钟）

图表43：2007-2014年不同年龄段观众人均每日收视时长

图表44：2007-2014年各周人均每日收视时长

图表45：2014年不同周天全天收视时段走势

图表46：2014年不同周天各年龄段观众全天主要时段的收视率

图表47：2014年全年收视时段走势

图表48：中国电视广告投放额（单位：亿元）

图表49：2011&2014年广告投放额排名前10位的省级卫视频道（单位：亿元）

图表50：2011&2014年广告投放额排名前10位的省会城市电视台（单位：亿元）

图表51：2011&2014年中央电视台广告投放额前五位的行业（单位：亿元，%）

图表52：省级卫视广告投放额前五位的行业（单位：亿元，%）

图表53：波特五力模型

图表54：央视竞争优劣势分析

图表55：省级卫视竞争优劣势分析

图表56：省级地面频道竞争优劣势分析

图表57：城市频道竞争优劣势分析

图表58：2007-2014年各级频道总体收视格局

图表59：2014年各级频道全天收视走势

图表60：2012-2014年各级频道全天市场份额走势

图表61：2014年各级频道各周市场份额走势

图表62：2014年各级频道在不同性别观众中的市场份额

图表63：2014年各级频道在不同年龄观众中的市场份额

图表64：2014年各级频道在不同学历观众中的市场份额

图表65：2012-2014年省级卫视频道晚间市场份额分布

图表66：2014年各级频道各类节目的播出及收视比重

图表67：2011&2014年全国各级频道的广告投放额（单位：亿元）

图表68：2014年各类节目收播比重及资源使用效率

图表69：2011-2014年中央电视台各类节目的播出份额和收视份额

图表70：2011-2014年省级卫视各类节目的播出份额和收视份额

图表71：2007-2014年电视剧播出与发行总量

图表72：2001-2014年电视剧的收播比重及资源使用效率

图表73：2007-2014年各题材电视剧的播出比重

图表74：2012-2014年80城市进入当地收视前二十名的主要电视剧题材分布（部数比重）

图表75：2014年卫视频道进入各地收视率前二十名较多频次的电视剧

图表76：2014年地面频道进入各地收视率前二十名较多频次的电视剧

图表77：2014年省级卫视独播剧收视排名前十五位

图表78：2007-2014年主要产地电视剧播出时长所占比重

图表79：2014年主要产地电视剧播出时长最大的题材

图表80：2014年收视率领先的引进剧排名

图表81：2007-2014年综艺娱乐节目收播比重与资源使用效率

图表82：2007-2014年各月综艺娱乐节目收视量比较

图表83：2014年综艺娱乐节目各级频道收视份额

图表84：2014年各频道组综艺娱乐节目全天收视份额走势

图表85：各频道组综艺娱乐节目收视份额2010年与2009年的差异

图表86：2014年综艺娱乐节目人均收视总时长排名前二十位

图表87：2014年主要节目类型的收播比重与节目资源使用效率

图表88：2012-2014年新闻类节目全年每周人均收视分钟数走势

图表89：2014年新闻、电视剧及综艺娱乐节目全天人均收视分钟数走势

图表90：2014年新闻类节目市场各级频道的播出份额与收视份额

图表91：2014年全国新闻节目收视率排名前十五位的新闻节目

图表92：2011-2014年北京市场各类频道的市场占有率

图表93：2014年北京市场各类频道在不同观众中的份额

图表94：2014年北京市场各类频道在不同时段的市场占有率

图表95：2014年北京市场收视份额位于前十位的频道

图表96：2014年北京市场各类节目播出与收视份额

图表97：2014年北京市场所有节目收视率排名前三十位

图表98：2014年北京市场电视剧收视率排名前十位

图表99：2014年北京市场新闻节目收视率排名前十位

图表100：2014年北京市场专题节目收视率排名前十位

图表101：2014年北京市场综艺节目收视率排名前十位

图表102：2014年北京市场体育节目收视率排名前十位

图表103：2011-2014年上海市场各类频道的市场占有率

图表104：2014年上海市场各类频道在不同观众中的份额

图表105：2014年上海市场各类频道在不同时段的市场占有率

图表106：2014年上海市场收视份额位于前十位的频道

图表107：2014年上海市场各类节目播出与收视份额

图表108：2014年上海市场所有节目收视率排名前三十位

图表109：2014年上海市场电视剧收视率排名前十位

图表110：2014年上海市场新闻节目收视率排名前十位

图表111：2014年上海市场专题节目收视率排名前十位

图表112：2014年上海市场综艺节目收视率排名前十位

图表113：2014年上海市场体育节目收视率排名前十位

图表114：2011-2014年广东市场各类频道的市场占有率

图表115：2014年广东市场各类频道在不同观众中的份额

图表116：2014年广东市场各类频道在不同时段的市场占有率

图表117：2014年广东市场收视份额位于前十位的频道

图表118：2014年广东市场各类节目播出与收视份额

图表119：2014年广东市场所有节目收视率排名前三十位

图表120：2014年广东市场电视剧收视率排名前十位

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/252388.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

## 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

## 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。