

2015-2020年中国电视节目 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2015-2020年中国电视节目市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/chuanmei1501/H92716FV1T.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2015-01-16

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国电视节目市场分析与投资前景研究报告》共八章。介绍了电视节目行业相关概述、中国电视节目产业运行环境、分析了中国电视节目行业的现状、中国电视节目行业竞争格局、对中国电视节目行业做了重点企业经营状况分析及中国电视节目产业发展前景与投资预测。您若想对电视节目产业有个系统的了解或者想投资电视节目行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

近年来,中国电视产业经历了飞速发展的过程,取得了令世人瞩目的非凡业绩。但是,与西方发达国家相比,虽然我们在电视技术、硬件等方面正在逐渐缩小与他们的距离,但在节目内容、样式及创意等方面还有很长的路要走。考虑到当前中国的传媒发展现状以及传媒单位的经济实力等诸多因素。节目创优,不是个别节目(栏目)的单打独斗,而是一个带全局性的战略协作过程。所谓“寓精品生产于日常宣传工作中”,就是指创优涉及面广,牵动范围大,时间跨度长,需要从队伍建设,资源分配、节目评价体系构建等方面着力,进而形成良好的创优机制,为精品生产提供制度保障。

创新是电视传媒的永恒主题。创新的根本是理念的创新,形态和内容具体化表现。电视节目创新应该关注相关法律、电视创新环境以及电视节目制作三方面的关键问题。电视节目的组合创新可以从跨节目形态、跨媒体手段和跨艺术形式这三个层面着眼寻找突破口。越过边界,往往就产生想象力。节目创新的另一切入点是节目内容。特性列举法就是通过对某一创新对象的特性进行列举分析展开联想,用一览表的方式帮助思考,然后探讨能否改变某些特性从而完成创造性构思。这种方法着眼于局部,特别适用于解决较具体的问题,因此在电视节目内容创新方面可以得到很好的应用。

第一章 中国电视行业发展环境与现状

第一节 中国电视行业发展环境

一、政策环境分析

二、经济环境分析

1、国内宏观经济现状

2、国内宏观经济预测

三、消费环境分析

1、居民消费倾向与行为

2、居民消费结构

3、居民消费信心

四、社会环境分析

第二节 中国电视行业发展现状

一、中国电视台数量

二、中国电视节目发展规模

三、中国电视节目观众需求分析

1、人们对电视节目的实际需求和观看欲望

2、电视节目潜在观众需求

3、中国电视节目需求市场的评价

第二章 中国电视节目行业运行分析

第一节 中国电视节目制作、播出时间分析

一、中国电视节目制作时间分析

1、电视节目制作时间总计

2、新闻类电视节目制作时间

3、专题类电视节目制作时间

4、综艺类电视节目制作时间

5、影视剧类电视节目制作时间

6、广告类电视节目制作时间

7、其他电视节目制作时间

二、中国电视节目播出时间分析

1、电视节目播出时间总计

2、新闻类电视节目播出时间

3、专题类电视节目播出时间

4、综艺类电视节目播出时间

5、广告类电视节目播出时间

6、影视剧类电视节目播出时间

7、其他电视节目播出时间

第二节 中国电视节目进出口情况分析

一、中国电视节目进口分析

1、中国电视节目进口总金额分析

2、中国电视节目进口总数量分析

3、中国电视节目进口的区域分析

(1) 美国

(2) 欧洲

(3) 韩国

(4) 日本

(5) 拉美

(6) 非洲

二、中国电视节目出口分析

1、中国电视节目出口总金额分析

2、中国电视节目出口总数量分析

3、中国电视节目出口的区域分析

(1) 美国

(2) 欧洲

(3) 韩国

(4) 日本

(5) 拉美

(6) 非洲

第三章 中国重点区域电视行业发展状况分析

第一节 北京电视行业发展状况

一、北京电视行业基本情况分析

二、北京电视节目制作分析

三、北京电视节目播出分析

第二节 天津电视行业发展状况

一、天津电视行业基本情况分析

二、天津电视节目制作分析

三、天津电视节目播出分析

第三节 河北电视行业发展状况

一、河北电视行业基本情况分析

二、河北电视节目制作分析

三、河北电视节目播出分析

第四节 山西电视行业发展状况

一、山西电视行业基本情况分析

二、山西电视节目制作分析

三、山西电视节目播出分析

第五节 内蒙古电视行业发展状况

一、内蒙古电视行业基本情况分析

二、内蒙古电视节目制作分析

三、内蒙古电视节目播出分析

第六节 辽宁电视行业发展状况

一、辽宁电视行业基本情况分析

二、辽宁电视节目制作分析

三、辽宁电视节目播出分析

第七节 吉林电视行业发展状况

一、吉林电视行业基本情况分析

二、吉林电视节目制作分析

三、吉林电视节目播出分析

第八节 黑龙江电视行业发展状况

一、黑龙江电视行业基本情况分析

二、黑龙江电视节目制作分析

三、黑龙江电视节目播出分析

第九节 上海电视行业发展状况

一、上海电视行业基本情况分析

二、上海电视节目制作分析

三、上海电视节目播出分析

第十节 江苏电视行业发展状况

一、江苏电视行业基本情况分析

二、江苏电视节目制作分析

三、江苏电视节目播出分析

第十一节 浙江电视行业发展状况

一、浙江电视行业基本情况分析

二、浙江电视节目制作分析

三、浙江电视节目播出分析

第十二节 安徽电视行业发展状况

一、安徽电视行业基本情况分析

二、安徽电视节目制作分析

三、安徽电视节目播出分析

第十三节 福建电视行业发展状况

一、福建电视行业基本情况分析

二、福建电视节目制作分析

三、福建电视节目播出分析

第十四节 江西电视行业发展状况

一、江西电视行业基本情况分析

二、江西电视节目制作分析

三、江西电视节目播出分析

第十五节 山东电视行业发展状况

一、山东电视行业基本情况分析

二、山东电视节目制作分析

三、山东电视节目播出分析

第十六节 河南电视行业发展状况

一、河南电视行业基本情况分析

二、河南电视节目制作分析

三、河南电视节目播出分析

第十七节 湖北电视行业发展状况

一、湖北电视行业基本情况分析

二、湖北电视节目制作分析

三、湖北电视节目播出分析

第十八节 湖南电视行业发展状况

一、湖南电视行业基本情况分析

二、湖南电视节目制作分析

三、湖南电视节目播出分析

第十九节 广东电视行业发展状况

一、广东电视行业基本情况分析

二、广东电视节目制作分析

三、广东电视节目播出分析

第二十节 广西电视行业发展状况

一、广西电视行业基本情况分析

二、广西电视节目制作分析

三、广西电视节目播出分析

第二十一节 海南电视行业发展状况

一、海南电视行业基本情况分析

二、海南电视节目制作分析

三、海南电视节目播出分析

第二十二节 重庆电视行业发展状况

一、重庆电视行业基本情况分析

二、重庆电视节目制作分析

三、重庆电视节目播出分析

第二十三节 四川电视行业发展状况

一、四川电视行业基本情况分析

二、四川电视节目制作分析

三、四川电视节目播出分析

第二十四节 贵州电视行业发展状况

一、贵州电视行业基本情况分析

二、贵州电视节目制作分析

三、贵州电视节目播出分析

第二十五节 云南电视行业发展状况

一、云南电视行业基本情况分析

二、云南电视节目制作分析

三、云南电视节目播出分析

第二十六节 西藏电视行业发展状况

一、西藏电视行业基本情况分析

二、西藏电视节目制作分析

三、西藏电视节目播出分析

第二十七节 陕西电视行业发展状况

一、陕西电视行业基本情况分析

二、陕西电视节目制作分析

三、陕西电视节目播出分析

第二十八节 甘肃电视行业发展状况

一、甘肃电视行业基本情况分析

二、甘肃电视节目制作分析

三、甘肃电视节目播出分析

第二十九节 青海电视行业发展状况

一、青海电视行业基本情况分析

二、青海电视节目制作分析

三、青海电视节目播出分析

第三十节 宁夏电视行业发展状况

一、宁夏电视行业基本情况分析

二、宁夏电视节目制作分析

三、宁夏电视节目播出分析

第三十一节 新疆电视行业发展状况

一、新疆电视行业基本情况分析

二、新疆电视节目制作分析

三、新疆电视节目播出分析

第四章 国外优秀电视节目模式与案例分析

第一节 全球电视市场发展状况与趋势

一、全球电视节目类型分析

二、全球人均收视时间分析

三、全球电视节目发展趋势分析

第二节 美国电视节目模式与案例分析

一、美国电视节目市场发展分析

1、美国电视节目市场规模

2、美国电视节目收视排行

3、美国电视节目最新动向

二、美国真人秀类节目模式与案例分析

1、美国真人秀类节目发展历程

2、美国真人秀类节目发展模式

3、案例分析——《全美超模大赛》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

(3) 经验借鉴

4、案例分析——《名人学徒》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

(3) 经验借鉴

5、案例分析——《与明星共舞》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

(3) 经验借鉴

6、案例分析——《舞林争霸》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

7、案例分析——《会跳舞就来》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

8、案例分析——《美国偶像》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

第三节 欧洲电视节目模式与案例分析

一、欧洲电视节目市场发展分析

1、欧洲电视节目收视排行

2、欧洲电视节目最新动向

二、欧洲真人秀类节目模式与案例分析

1、欧洲真人秀类节目发展历程

2、欧洲真人秀类节目发展模式

3、案例分析——《让我们开开玩笑吧》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

4、案例分析——《业余者大战》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

5、案例分析——《英国达人》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

6、案例分析——《邀你共舞》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

第四节 日本优秀电视节目模式与案例分析

一、日本电视节目市场发展分析

1、日本电视节目市场规模

2、日本电视节目收视排行

3、日本电视节目最新动向

二、日本早间新闻电视节目模式与案例分析

1、日本早间新闻电视节目发展历程

2、日本早间新闻电视节目发展模式

3、案例分析——《NHK新闻您早日本》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

(3) 节目构成

4、案例分析——《御法川法男一早就一针见血》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

(3) 节目构成

5、案例分析——《您早，这里是朝日》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

(3) 节目构成

三、日本晚间新闻电视节目模式与案例分析

1、日本晚间电视新闻节目发展历程

2、日本晚间电视新闻节目发展模式

3、案例分析——《News Zero》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

(3) 节目构成

4、案例分析——《报道站》

- (1) 节目简况
- (2) 成功秘诀
- (3) 节目构成

5、案例分析——《News 23》

- (1) 节目简况
- (2) 成功秘诀
- (3) 节目构成

6、案例分析——《News watch 9》

- (1) 节目简况
- (2) 成功秘诀
- (3) 节目构成

7、案例分析——《World Business Satellite》

- (1) 节目简况
- (2) 成功秘诀
- (3) 节目构成

四、日本益智节目模式与案例分析

1、日本益智节目发展历程

2、日本益智节目发展模式

3、案例分析——《热血!平成教育学院》

- (1) 节目简况
- (2) 成功秘诀
- (3) 节目构成

4、案例分析——《Nep League》

- (1) 节目简况
- (2) 成功秘诀
- (3) 节目构成

5、案例分析——《Quiz! Present Variety Q大人!!》

- (1) 节目简况
- (2) 成功秘诀
- (3) 节目构成

6、案例分析——《复习之后书呆子的Quiz》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

(3) 节目构成

五、日本访谈类节目模式与案例分析

1、日本访谈类节目发展历程

2、日本访谈类节目发展模式

3、案例分析——《来自演播室公园的问候》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

(3) 节目构成

4、案例分析——《新婚夫妇——欢迎你们》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

(3) 节目构成

六、日本国民娱乐爆料类节目模式与案例分析

1、日本国民娱乐爆料类节目发展历程

2、日本国民娱乐爆料类节目发展模式

3、案例分析——《情报独家爆料》 Presenter

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

(3) 节目构成

4、案例分析——《爽快情报Variety痛快!!》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

(3) 节目构成

第五节 韩国优秀电视节目模式与案例分析

一、韩国电视节目市场发展分析

1、韩国电视节目市场规模

2、韩国电视节目收视排行

3、韩国电视节目最新动向

二、韩国综艺节目模式与案例分析

1、案例分析——《家族诞生》

(1) 制作风格

(2) 节目特点

(3) 节目影响

2、案例分析——《强心脏》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

(3) 经验借鉴

3、案例分析——韩国组合super junior《full house》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

(3) 经验借鉴

4、案例分析——《Running man》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

(3) 经验借鉴

5、案例分析——《两天一夜》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

(3) 经验借鉴

三、韩国婚恋类节目模式演变路径分析

1、早期阶段：游戏联谊增进感情

2、探索阶段：普通人的爱情决断

3、共存阶段：明星假想与平民速配

4、延伸阶段：从暗恋开始将恋爱进行到底

第五章 全球电视节目模式创新案例研究与发展趋势

第一节 中国电视节目模式创新案例与发展趋势研究

一、电视新闻节目模式创新研究与发展趋势

1、电视新闻节目模式创新案例解读

2、电视新闻节目模式创新趋势研究

二、综艺娱乐节目模式创新研究与发展趋势

1、综艺娱乐节目模式整合式创新

- 2、综艺娱乐节目模式本土化改造
- 3、综艺娱乐节目模式同质问题与创意竞争
- 4、综艺娱乐节目模式创新趋势研究

三、谈话类节目模式创新研究与发展趋势

- 1、谈话类节目模式创新案例解读
- 2、谈话类节目模式创新趋势研究

四、社教服务类节目模式创新研究与发展趋势

- 1、社教服务类节目模式创新案例解读
- 2、社教服务类节目模式创新趋势研究

第二节 欧美电视节目模式创新案例与发展趋势研究

一、欧美电视节目模式创新理念

二、真人秀类节目模式创新研究与发展趋势

- 1、真人秀类节目模式创新案例解读
- 2、真人秀类节目模式创新趋势研究

三、游戏娱乐类节目模式创新研究与发展趋势

- 1、游戏娱乐类节目模式创新案例解读
- 2、游戏娱乐类节目模式创新趋势研究

四、生活服务类节目模式创新研究与发展趋势

- 1、生活服务类节目模式创新案例解读
- 2、生活服务类节目模式创新趋势研究

五、美食类节目模式创新研究与发展趋势

- 1、美食类节目模式创新案例解读
- 2、美食类节目模式创新趋势研究

第三节 日本电视节目模式创新案例与发展趋势研究

一、日本电视节目模式创新理念

二、真人秀类节目模式创新研究与发展趋势

- 1、真人秀类节目模式创新案例解读
- 2、真人秀类节目模式创新趋势研究

三、游戏娱乐类节目模式创新研究与发展趋势

- 1、游戏娱乐类节目模式创新案例解读
- 2、游戏娱乐类节目模式创新趋势研究

四、生活服务类节目模式创新研究与发展趋势

1、生活服务类节目模式创新案例解读

2、生活服务类节目模式创新趋势研究

五、美食类节目模式创新研究与发展趋势

1、美食类节目模式创新案例解读

2、美食类节目模式创新趋势研究

第四节 韩国电视节目模式创新案例与发展趋势研究

一、韩国电视节目模式创新理念

二、综艺类节目模式创新研究与发展趋势

1、综艺类节目模式创新案例解读

2、综艺类节目模式创新趋势研究

第六章 中国电视新媒体发展现状与优秀案例分析

第一节 中国电视新媒体发展综述

一、管理政策背景分析

1、相关法律法规介绍

2、电视新媒体行业管理现状

3、电视新媒体管理趋势分析

二、电视新媒体行业发展状况

1、网络电视

(1) 网络电视市场规模

(2) 网络电视版权现状

(3) 网络电视发展趋势

2、IP电视

(1) IP电视主流模式

(2) IP电视受众分析

(3) IP电视发展趋势

3、手机电视

(1) 手机电视市场规模

(2) 手机电视受众分析

(3) 手机电视发展趋势

4、互联网电视

(1) 互联网电视市场规模

(2) 互联网电视最新发展动向

(3) 互联网电视发展趋势

5、公告视听载体

(1) 公告视听载体市场分析

(2) 公告视听载体受众分析

(3) 公告视听载体发展趋势

第二节 中国网络电视发展现状分析

一、中国网络电视发展现状

二、中国网络电视盈利模式分析

1、广告模式

2、用户付费模式

3、版权分销模式

4、视频服务模式

5、联合运营模式

第三节 中国重点省市电视新媒体发展现状与优秀案例分析

一、北京电视新媒体发展情况与优秀案例分析

1、北京数字付费电视发展现状与优秀案例分析

(1) 北京数字付费电视发展现状分析

(2) 北京数字付费电视优秀案例分析

2、北京移动电视发展现状与优秀案例分析

(1) 北京移动电视发展现状分析

(2) 北京移动电视优秀案例分析

3、北京城市楼宇电视发展现状与优秀案例分析

(1) 北京城市楼宇电视发展现状分析

(2) 北京城市楼宇电视优秀案例分析

4、北京地铁移动电视发展现状与优秀案例分析

(1) 北京地铁移动电视发展现状分析

(2) 北京地铁移动电视优秀案例分析

5、北京鼎视数字电视发展现状与优秀案例分析

(1) 北京鼎视数字电视发展现状分析

(2) 北京鼎视数字电视优秀案例分析

二、黑龙江电视新媒体发展情况与优秀案例分析

1、黑龙江IP电视发展现状与优秀案例分析

(1) 黑龙江IP电视发展现状分析

(2) 黑龙江IP电视优秀案例分析

2、黑龙江移动电视发展现状与优秀案例分析

(1) 黑龙江移动电视发展现状分析

(2) 黑龙江移动电视优秀案例分析

三、上海电视新媒体发展情况与优秀案例分析

1、上海IP电视发展现状与优秀案例分析

(1) 上海IP电视发展现状分析

(2) 上海IP电视优秀案例分析

2、上海手机电视发展现状与优秀案例分析

(1) 上海手机电视发展现状分析

(2) 上海手机电视优秀案例分析

四、江苏电视新媒体发展情况与优秀案例分析

1、江苏网络电视发展现状与优秀案例分析

(1) 江苏网络电视发展现状分析

(2) 江苏网络电视优秀案例分析

2、江苏移动电视发展现状与优秀案例分析

(1) 江苏移动电视发展现状分析

(2) 江苏IP电视发展现状分析

3、江苏手机电视发展现状与优秀案例分析

(1) 江苏手机电视发展现状分析

(2) 江苏手机电视优秀案例分析

五、江西电视新媒体发展情况与优秀案例分析

1、江西移动电视发展现状与优秀案例分析

(1) 江西移动电视发展现状分析

(2) 江西移动电视优秀案例分析

2、江西手机电视发展现状与优秀案例分析

(1) 江西手机电视发展现状分析

(2) 江西今视网手机新媒体发展现状分析

六、山东电视新媒体发展情况与优秀案例分析

1、山东网络电视发展现状与优秀案例分析

- (1) 山东网络电视发展现状分析
- (2) 山东网络电视优秀案例分析
- 2、山东齐鲁网发展现状与优秀案例分析
 - (1) 山东齐鲁网发展现状分析
 - (2) 山东齐鲁网重点板块分析
- 七、河南电视新媒体发展情况与优秀案例分析
 - 1、河南手机电视发展现状分析
 - 2、河南手机电视优秀案例分析
- 八、广东电视新媒体发展情况与优秀案例分析
 - 1、广东移动电视发展现状与优秀案例分析
 - (1) 广东移动电视发展现状分析
 - (2) 广东移动电视优秀案例分析
 - 2、广东互动电视发展现状与优秀案例分析
 - (1) 广东互动电视发展现状分析
 - (2) 广东互动电视开通业务分析
- 九、云南电视新媒体发展情况与优秀案例分析
 - 1、云南网络电视发展现状与优秀案例分析
 - (1) 云南网络电视发展现状分析
 - (2) 云南网络电视优秀案例分析
 - 2、云南手机电视发展现状与优秀案例分析
 - (1) 云南手机电视发展现状分析
 - (2) 云南手机电视优秀案例分析

第七章 中国优秀电视台经营情况与节目模式创新分析

第一节 中央级优秀电视台经营情况与节目模式创新研究

一、中央电视台

- 1、电视台发展简况分析
 - (1) 电视台概述
 - (2) 组织架构分析
 - (3) 经营情况分析
- 2、电视台播放频道分析
- 3、优秀电视节目研究

- 4、电视台频道收视分析
- 5、电视节目模式创新案例研究
- 6、电视节目模式研发最新动向

二、中国教育电视台

- 1、电视台发展简况分析
- 2、电视台播放频道分析
- 3、优秀电视节目研究
- 4、电视台频道收视分析
- 5、电视节目模式创新案例研究

第二节 省级优秀电视台经营情况与节目模式创新研究

一、北京电视台

- 1、电视台发展简况分析
- 2、电视台播放频道分析
- 3、优秀电视节目研究
- 4、电视台频道收视分析
- 5、电视节目模式创新案例研究
- 6、电视节目模式研发最新动向

二、天津电视台

- 1、电视台发展简况分析
- 2、电视台播放频道分析
- 3、优秀电视节目研究
- 4、电视台频道收视分析
- 5、电视节目模式创新案例研究
- 6、电视节目模式研发最新动向

三、河北电视台

- 1、电视台发展简况分析
- 2、电视台播放频道分析
- 3、优秀电视节目研究
- 4、电视台频道收视分析
- 5、电视节目模式创新案例研究

四、山西电视台

- 1、电视台发展简况分析

- 2、电视台播放频道分析
- 3、优秀电视节目研究
- 4、电视台频道收视分析
- 5、电视节目模式创新案例研究
- 6、电视节目模式研发最新动向

第八章 博思数据研究结论和建议

第一节 研究结论

第二节 建议

图表目录

图表1：报告专业名称解释

图表2：报告研究思路及框架

图表3：我国电视行业发展相关政策及法律法规

图表4：2015-2020年社会消费品零售总额增长情况(单位：%)

图表5：2014年社会消费结构明细(单位：亿元，%)

图表6：2015-2020年社会消费品零售总额分月同比增长速度(单位：%)

图表7：2014年社会消费品零售总额主要数据单位：亿元，%) (

图表8：2015-2020年城镇居民可支配收入(单位：元)

图表9：2015-2020年农村居民人均纯收入(单位：元)

图表10：2015-2020年居民消费价格同比上涨比较(单位：%)

图表11：2015-2020年居民消费价格指数(单位：%)

图表12：2014年居民消费价格指数分类别同比涨跌幅度(单位：%)

图表13：2014年居民消费价格指数分类别环比涨跌幅度(单位：%)

图表14：2013-2014年全国电视台数量统计(单位：座)

图表15：2013-2014年电视节目综合人口覆盖率(单位：%)

图表16：近四年农村电视节目综合人口覆盖率(单位：%)

图表17：近四年有线广播电视用户数(单位：万户，%)

图表18：近四年农村有线广播电视用户数(单位：万户，%)

图表19：近四年有线广播电视用户数：数字电视(单位：万户，%)

图表20：近四年电视节目套数(单位：套，%)

图表21：近四年电视节目套数：公共电视(单位：套，%)

图表22：近四年电视节目套数：付费电视(单位：套，%)

图表23：近四年电视节目制作时间(单位：万小时，%)

图表24：近四年公共电视节目播出时间(单位：万小时，%)

图表25：近三年总局直属：全年制作电视节目时间(单位：小时，%)

图表26：最近连续12年中国电视节目制作时间总计(单位：小时，%)

图表27：最近连续12年中国新闻类电视节目制作时间(单位：小时，%)

图表28：最近连续12年中国专题类电视节目制作时间(单位：小时，%)

图表29：最近连续12年中国综艺类电视节目制作时间(单位：小时，%)

图表30：最近连续7年中国影视剧类电视节目制作时间(单位：小时，%)

图表31：最近连续11年中国广告类电视节目制作时间(单位：小时，%)

图表32：最近连续7年中国其他电视节目制作时间(单位：小时，%)

图表33：最近连续7年中国电视节目播出时间总计(单位：小时，%)

图表34：最近连续7年中国中央级电视节目播出时间总计(单位：小时，%)

图表35：最近连续7年中国省级电视节目播出时间总计(单位：小时，%)

图表36：最近连续7年中国新闻资讯类电视节目播出时间(单位：小时，%)

图表37：最近连续7年中国中央级新闻资讯类电视节目播出时间(单位：小时，%)

图表38：最近连续7年中国省级新闻资讯类电视节目播出时间(单位：小时，%)

图表39：最近连续7年中国专题服务类电视节目播出时间(单位：小时，%)

图表40：最近连续7年中国中央级专题服务类电视节目播出时间(单位：小时，%)

图表41：最近连续7年中国省级专题服务类电视节目播出时间(单位：小时，%)

图表42：最近连续7年中国综艺益智类电视节目播出时间(单位：小时，%)

图表43：最近连续7年中国中央级综艺益智类电视节目播出时间(单位：小时，%)

图表44：最近连续7年中国省级综艺益智类电视节目播出时间(单位：小时，%)

图表45：最近连续7年中国广告类电视节目播出时间(单位：小时，%)

图表46：最近连续7年中国中央级广告类电视节目播出时间(单位：小时，%)

图表47：最近连续7年中国省级广告类电视节目播出时间(单位：小时，%)

图表48：最近连续7年中国影视剧类电视节目播出时间(单位：小时，%)

图表49：最近连续7年中国中央级影视剧类电视节目播出时间(单位：小时，%)

图表50：最近连续7年中国省级影视剧类电视节目播出时间(单位：小时，%)

图表51：最近连续7年中国其他电视节目播出时间(单位：小时，%)

图表52：近三年中国电视节目进口金额(单位：万元)

图表53：近三年中国电视剧进口金额(单位：万元)

图表54：近三年中国动画电视进口金额(单位：万元)

图表55：近三年中国电视节目进口数量(单位：小时)

图表56：近三年中国电视剧进口数量(单位：部)

图表57：近三年中国动画电视进口数量(单位：部)

图表58：近三年中国电视节目从美国进口金额(单位：万元)

图表59：近三年中国电视剧从美国进口金额(单位：万元)

图表60：近三年中国动画电视从美国进口金额(单位：万元)

图表61：近三年中国电视节目从美国进口数量(单位：小时)

图表62：近三年中国电视剧从美国进口数量(单位：部)

图表63：近三年中国动画电视从美国进口数量(单位：部)

图表64：近三年中国电视节目从欧洲进口金额(单位：万元)

图表65：近三年中国电视剧从欧洲进口金额(单位：万元)

图表66：近三年中国动画电视从欧洲进口金额(单位：万元)

图表67：近三年中国电视节目从欧洲进口数量(单位：小时)

图表68：近三年中国电视剧从欧洲进口数量(单位：部)

图表69：近三年中国动画电视从欧洲进口数量(单位：部)

图表70：近三年中国电视节目从韩国进口金额(单位：万元)

图表71：近三年中国电视剧从韩国进口金额(单位：万元)

图表72：近三年中国电视节目从韩国进口数量(单位：小时)

图表73：近三年中国电视剧从韩国进口数量(单位：部)

图表74：近三年中国电视节目从日本进口金额(单位：万元)

图表75：近三年中国电视剧从日本进口金额(单位：万元)

图表76：近三年中国动画电视从日本进口金额(单位：万元)

图表77：近三年中国电视节目从日本进口数量(单位：小时)

图表78：近三年中国电视剧从日本进口数量(单位：部)

图表79：近三年中国动画电视从日本进口数量(单位：部)

图表80：近三年中国电视节目从拉美进口金额(单位：万元)

图表81：近三年中国电视剧从拉美进口金额(单位：万元)

图表82：近三年中国电视节目从拉美进口数量(单位：小时)

图表83：近三年中国电视剧从拉美进口数量(单位：部)

图表84：近三年中国电视节目从非洲进口金额(单位：万元)

图表85：近三年中国电视节目从非洲进口数量(单位：小时)

图表86：近三年中国电视节目出口金额(单位：万元)

图表87：近三年中国电视剧出口金额(单位：万元)

图表88：近三年中国动画电视出口金额(单位：万元)

图表89：近三年中国电视节目出口数量(单位：小时)

图表90：近三年中国电视剧出口数量(单位：部)

图表91：近三年中国动画电视出口数量(单位：部)

图表92：近三年中国电视节目从美国出口金额(单位：万元)

图表93：近三年中国电视剧从美国出口金额(单位：万元)

图表94：近三年中国动画电视从美国出口金额(单位：万元)

图表95：近三年中国电视节目从美国出口数量(单位：小时)

图表96：近三年中国电视剧从美国出口数量(单位：部)

图表97：近三年中国动画电视从美国出口数量(单位：部)

图表98：近三年中国电视节目从欧洲出口金额(单位：万元)

图表99：近三年中国电视剧从欧洲出口金额(单位：万元)

图表100：近三年中国动画电视从欧洲出口金额(单位：万元)

图表101：近三年中国电视节目从欧洲出口数量(单位：小时)

图表102：近三年中国电视剧从欧洲出口数量(单位：部)

图表103：近三年中国动画电视从欧洲出口数量(单位：部)

图表104：近三年中国电视节目从韩国出口金额(单位：万元)

图表105：近三年中国电视剧从韩国出口金额(单位：万元)

图表106：近三年中国动画电视从韩国出口金额(单位：万元)

图表107：近三年中国电视节目从韩国出口数量(单位：小时)

图表108：近三年中国电视剧从韩国出口数量(单位：部)

图表109：近三年中国动画电视从韩国出口数量(单位：部)

图表110：近三年中国电视节目从日本出口金额(单位：万元)

图表111：近三年中国电视剧从日本出口金额(单位：万元)

图表112：近三年中国电视节目从日本出口数量(单位：小时)

图表113：近三年中国电视剧从日本出口数量(单位：部)

图表114：近三年中国电视节目从拉美出口金额(单位：万元)

图表115：近三年中国电视剧从拉美出口金额(单位：万元)

图表116：近三年中国电视节目从拉美出口数量(单位：小时)

图表117：近三年中国电视剧从拉美出口数量(单位：部)

图表118：近三年中国电视节目从非洲出口金额(单位：万元)

图表119：近三年中国电视剧从非洲出口金额(单位：万元)

图表120：近三年中国动画电视从非洲出口金额(单位：万元)

略……

本研究咨询报告由博思数据领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国电视节目行业作了详尽深入的分析，是企业进行市场研究工作时不可或缺的重要参考资料，同时也可作为金融机构进行信贷分析、证券分析、投资分析等研究工作时的参考依据。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1501/H92716FV1T.html>