

2016-2022年中国电视节目行业运营现状及十三五 投资决策分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国电视节目行业运营现状及十三五投资决策分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/250398250398.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

中国报告网发布的《2016-2022年中国电视节目行业运营现状及十三五投资决策分析报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告简介

第一章：中国电shi行业发展环境分析

1.1 报告研究范围与整体框架

1.1.1 报告专业名词解释

1.1.2 报告研究范围界定

1.1.3 报告分析框架简介

1.1.4 报告分析工具介绍

1.2 中国电shi行业发展环境分析

1.2.1 中国电shi行业政策环境分析

1.2.2 中国电shi行业社会环境分析

(1) 电shi节目受众的碎片化

(2) 电shi节目受众的时段化

(3) 电shi节目受众的季节性

(4) 电shi节目受众的定位

第二章：中国电shi行业发展现状分析

2.1 中国电shi行业发展现状分析

2.1.1 中国电shi台资源建设分析

(1) 电shi台数量

(2) 我国电shi节目套数

2.1.2 中国电shi节目制作播放情况

(1) 电shi节目制作时间分析

- (2) 电shi节目播出时间分析
- 2.1.3 中国电shi节目发展情况
 - (1) 电shi节目综合人口覆盖率
 - (2) 有线电shi广播用户数
 - (3) 有限广播电shi收入
 - (4) 电shi广告收入
- 2.2 中国电shi节目收视市场分析
 - 2.2.1 收视总量变化及特点
 - 2.2.2 各级频道竞争现状及变化
 - 2.2.3 电shi内容市场竞争
- 2.3 中国电shi节目进出口分析
 - 2.3.1 中国电shi节目进口情况分析
 - (1) 中国电shi节目进口整体分析
 - (2) 中国电shi节目进的区域分析
 - 2.3.2 中国电shi节目出口情况分析
 - (1) 中国电shi节目出口整体分析
 - (2) 中国电shi节目出口区域分析
- 第三章：中国重点区域电shi行业发展分析
 - 3.1 北京电shi行业发展状况
 - 3.1.1 北京电shi行业覆盖情况
 - 3.1.2 北京电shi节目制作播出情况分析
 - 3.1.3 北京电shi节目用户情况
 - 3.1.4 北京电shi节目收入情况
 - 3.2 天津电shi行业发展状况
 - 3.2.1 天津电shi行业覆盖情况
 - 3.2.2 天津电shi节目制作播出情况分析
 - 3.2.3 天津电shi节目用户情况
 - 3.2.4 天津电shi节目收入情况
 - 3.3 河北电shi行业发展状况
 - 3.3.1 河北电shi行业覆盖情况
 - 3.3.2 河北电shi节目制作播出情况分析
 - 3.3.3 河北电shi节目用户情况
 - 3.3.4 河北电shi节目收入情况
 - 3.4 山西电shi行业发展状况
 - 3.4.1 山西电shi行业覆盖情况

3.4.2山西电shi节目制作播出情况分析

3.4.3山西电shi节目用户情况

3.4.4山西电shi节目收入情况

3.5内蒙古电shi行业发展状况

3.5.1内蒙古电shi行业覆盖情况

3.5.2内蒙古电shi节目制作播出情况分析

3.5.3内蒙古电shi节目用户情况

3.5.4内蒙古电shi节目收入情况

3.6辽宁电shi行业发展状况

3.6.1辽宁电shi行业覆盖情况

3.6.2辽宁电shi节目制作播出情况分析

3.6.3辽宁电shi节目用户情况

3.6.4辽宁电shi节目收入情况

3.7吉林电shi行业发展状况

3.7.1吉林电shi行业覆盖情况

3.7.2吉林电shi节目制作播出情况分析

3.7.3吉林电shi节目用户情况

3.7.4吉林电shi节目收入情况

3.8黑龙江电shi行业发展状况

3.8.1黑龙江电shi行业覆盖情况

3.8.2黑龙江电shi节目制作播出情况分析

3.8.3黑龙江电shi节目用户情况

3.8.4黑龙江电shi节目收入情况

3.9上海电shi行业发展状况

3.9.1上海电shi行业覆盖情况

3.9.2上海电shi节目制作播出情况分析

3.9.3上海电shi节目用户情况

3.9.4上海电shi节目收入情况

3.10江苏电shi行业发展状况

3.10.1江苏电shi行业覆盖情况

3.10.2江苏电shi节目制作播出情况分析

3.10.3江苏电shi节目用户情况

3.10.4江苏电shi节目收入情况

3.11浙江电shi行业发展状况

3.11.1浙江电shi行业覆盖情况

- 3.11.2浙江电shi节目制作播出情况分析
- 3.11.3浙江电shi节目用户情况
- 3.11.4浙江电shi节目收入情况
- 3.12安徽电shi行业发展状况
- 3.12.1安徽电shi行业覆盖情况
- 3.12.2安徽电shi节目制作播出情况分析
- 3.12.3安徽电shi节目用户情况
- 3.12.4安徽电shi节目收入情况
- 3.13福建电shi行业发展状况
- 3.13.1福建电shi行业覆盖情况
- 3.13.2福建电shi节目制作播出情况分析
- 3.13.3福建电shi节目用户情况
- 3.13.4福建电shi节目收入情况
- 3.14江西电shi行业发展状况
- 3.14.1江西电shi行业覆盖情况
- 3.14.2江西电shi节目制作播出情况分析
- 3.14.3江西电shi节目用户情况
- 3.14.4江西电shi节目收入情况
- 3.15山东电shi行业发展状况
- 3.15.1山东电shi行业覆盖情况
- 3.15.2山东电shi节目制作播出情况分析
- 3.15.3山东电shi节目用户情况
- 3.15.4山东电shi节目收入情况
- 3.16河南电shi行业发展状况
- 3.16.1河南电shi行业覆盖情况
- 3.16.2河南电shi节目制作播出情况分析
- 3.16.3河南电shi节目用户情况
- 3.16.4河南电shi节目收入情况
- 3.17湖北电shi行业发展状况
- 3.17.1湖北电shi行业覆盖情况
- 3.17.2湖北电shi节目制作播出情况分析
- 3.17.3湖北电shi节目用户情况
- 3.17.4湖北电shi节目收入情况
- 3.18湖南电shi行业发展状况
- 3.18.1湖南电shi行业覆盖情况

- 3.18.2湖南电shi节目制作播出情况分析
- 3.18.3湖南电shi节目用户情况
- 3.18.4湖南电shi节目收入情况
- 3.19广东电shi行业发展状况
 - 3.19.1广东电shi行业覆盖情况
 - 3.19.2广东电shi节目制作播出情况分析
 - 3.19.3广东电shi节目用户情况
 - 3.19.4广东电shi节目收入情况
- 3.20广西电shi行业发展状况
 - 3.20.1广西电shi行业覆盖情况
 - 3.20.2广西电shi节目制作播出情况分析
 - 3.20.3广西电shi节目用户情况
 - 3.20.4广西电shi节目收入情况
- 3.21海南电shi行业发展状况
 - 3.21.1海南电shi行业覆盖情况
 - 3.21.2海南电shi节目制作播出情况分析
 - 3.21.3海南电shi节目用户情况
 - 3.21.4海南电shi节目收入情况
- 3.22重庆电shi行业发展状况
 - 3.22.1重庆电shi行业覆盖情况
 - 3.22.2重庆电shi节目制作播出情况分析
 - 3.22.3重庆电shi节目用户情况
 - 3.22.4重庆电shi节目收入情况
- 3.23四川电shi行业发展状况
 - 3.23.1四川电shi行业覆盖情况
 - 3.23.2四川电shi节目制作播出情况分析
 - 3.23.3四川电shi节目用户情况
 - 3.23.4四川电shi节目收入情况
- 3.24贵州电shi行业发展状况
 - 3.24.1贵州电shi行业覆盖情况
 - 3.24.2贵州电shi节目制作播出情况分析
 - 3.24.3贵州电shi节目用户情况
 - 3.24.4贵州电shi节目收入情况
- 3.25云南电shi行业发展状况
 - 3.25.1云南电shi行业覆盖情况

3.25.2云南电shi节目制作播出情况分析

3.25.3云南电shi节目用户情况

3.25.4云南电shi节目收入情况

3.26西藏电shi行业发展状况

3.26.1西藏电shi行业覆盖情况

3.26.2西藏电shi节目制作播出情况分析

3.26.3西藏电shi节目用户情况

3.26.4西藏电shi节目收入情况

3.27陕西电shi行业发展状况

3.27.1陕西电shi行业覆盖情况

3.27.2陕西电shi节目制作播出情况分析

3.27.3陕西电shi节目用户情况

3.27.4陕西电shi节目收入情况

3.28甘肃电shi行业发展状况

3.28.1甘肃电shi行业覆盖情况

3.28.2甘肃电shi节目制作播出情况分析

3.28.3甘肃电shi节目用户情况

3.28.4甘肃电shi节目收入情况

3.29青海电shi行业发展状况

3.29.1青海电shi行业覆盖情况

3.29.2青海电shi节目制作播出情况分析

3.29.3青海电shi节目用户情况

3.29.4青海电shi节目收入情况

3.30宁夏电shi行业发展状况

3.30.1宁夏电shi行业覆盖情况

3.30.2宁夏电shi节目制作播出情况分析

3.30.3宁夏电shi节目用户情况

3.30.4宁夏电shi节目收入情况

3.31新疆电shi行业发展状况

3.31.1新疆电shi行业覆盖情况

3.31.2新疆电shi节目制作播出情况分析

3.31.3新疆电shi节目用户情况

3.31.4新疆电shi节目收入情况

(1) 电shi节目创新篇

第四章：国外优秀电shi节目模式与案例分析

4.1美国电shi节目模式与案例分析

4.1.1美国电shi发展现状分析

- (1) 美国电shi覆盖人群分析
- (2) 美国电shi节目制作与配送
- (3) 美国有线电shi网络收入

4.1.2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) 真人秀节目产生发展的原因分析
- (3) 美国真人秀类节目发展模式
- (4) 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

- (5) 案例分析——《名人学徒》

1) 节目简况

2) 成功秘诀

3) 经验借鉴

- (6) 案例分析——《与明星共舞》

1) 节目简况

2) 成功秘诀

3) 经验借鉴

- (7) 案例分析——《舞林争霸》

1) 节目简况

2) 成功秘诀

- (8) 案例分析——《会跳舞就来》

1) 节目简况

2) 成功秘诀

- (9) 案例分析——《美国偶像》

1) 节目简况

2) 成功秘诀

- (10) 案例分析——《美国之声》(TheVoice)

4.2欧洲电shi节目模式与案例分析

4.2.1欧洲电shi节目发展模式分析

- (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) 英国青少类电shi节目模式分析

4.2.2 欧洲真人秀类节目案例分析

(1) 案例分析——《让我们开开玩笑吧》

1) 节目简况

2) 成功秘诀

(2) 案例分析——《业余者大战》

1) 节目简况

2) 成功秘诀

(3) 案例分析——《英国达人》

1) 节目简况

2) 成功秘诀

(4) 案例分析——《邀你共舞》

1) 节目简况

2) 成功秘诀

4.3 日本优秀电shi节目模式与案例分析

4.3.1 日本早间新闻电shi节目模式与案例分析

(1) 日本早间新闻电shi节目发展历程

(2) 日本早间新闻电shi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

4.3.2 日本晚间新闻电shi节目模式与案例分析

(1) 日本晚间电shi新闻节目发展历程

(2) 日本晚间电shi新闻节目发展模式

(3) 案例分析——《NewsZero》

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——《News23》

1) 节目简况

2) 成功秘诀

3) 节目构成

(6) 案例分析——《Newswatch9》

1) 节目简况

2) 成功秘诀

3) 节目构成

(7) 案例分析——《WorldBusinessSatellite》

1) 节目简况

2) 成功秘诀

3) 节目构成

4.3.3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——《NepLeague》

1) 节目简况

2) 成功秘诀

3) 节目构成

(5) 案例分析——《Quiz！PresentVarietyQ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

4.3.4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

4.3.5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Presenter独家爆料》

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

4.4韩国优秀电shi节目模式与案例分析

4.4.1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superjunior 《fullhouse》

1) 节目简况

2) 成功秘诀

3) 经验借鉴

(4) 案例分析——《Runningman》

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

4.4.2 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shi节目创新案例研究与发展趋势

5.1 中国电shi节目创新案例与发展趋势研究

5.1.1 中国电shi节目创新发展现状分析

(1) 中国电shi节目创新的必然性

(2) 中国电shi节目创新现状分析

(3) 中国电shi节目创新策略分析

5.1.2 电shi新闻节目创新研究与发展趋势

(1) 电shi新闻节目创新案例解读

(2) 电shi新闻节目创新趋势研究

5.1.3 综艺娱乐节目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) 综艺娱乐节目创新趋势研究

5.1.4 谈话类节目创新研究与发展趋势

(1) 谈话类节目创新案例解读

(2) 谈话类节目创新趋势研究

5.1.5 社教服务类节目创新研究与发展趋势

(1) 社教服务类节目创新案例解读

- (2) 社教服务类节目创新趋势研究
- 5.2 欧美电shi节目创新案例与发展趋势研究
 - 5.2.1 欧美电shi节目创新理念
 - 5.2.2 真人秀类节目创新研究与发展趋势
 - (1) 真人秀类节目创新案例解读
 - (2) 真人秀类节目创新趋势研究
 - 5.2.3 游戏娱乐类节目创新研究与发展趋势
 - (1) 游戏娱乐类节目创新案例解读
 - (2) 游戏娱乐类节目创新趋势研究
 - 5.2.4 生活服务类节目创新研究与发展趋势
 - (1) 生活服务类节目创新案例解读
 - (2) 生活服务类节目创新趋势研究
 - 5.2.5 美食类节目创新研究与发展趋势
 - (1) 美食类节目创新案例解读
 - (2) 美食类节目创新趋势研究
- 5.3 日本电shi节目创新案例与发展趋势研究
 - 5.3.1 日本电shi节目创新理念
 - 5.3.2 真人秀类节目创新研究与发展趋势
 - (1) 真人秀类节目创新案例解读
 - (2) 真人秀类节目创新趋势研究
 - 5.3.3 游戏娱乐类节目创新研究与发展趋势
 - (1) 游戏娱乐类节目创新案例解读
 - (2) 游戏娱乐类节目创新趋势研究
 - 5.3.4 生活服务类节目创新研究与发展趋势
 - (1) 生活服务类节目创新案例解读
 - (2) 生活服务类节目创新趋势研究
 - 5.3.5 美食类节目创新研究与发展趋势
 - (1) 美食类节目创新案例解读
 - (2) 美食类节目创新趋势研究
- 5.4 韩国电shi节目创新案例与发展趋势研究
 - 5.4.1 韩国电shi节目创新理念
 - 5.4.2 综艺类节目创新研究与发展趋势
 - (1) 综艺类节目创新案例解读
 - (2) 综艺类节目创新趋势研究
- 1) 新媒体发展篇

第六章：中国电shi新媒体发展现状分析

6.1电shi新媒体政策背景分析

6.1.1电shi新媒体相关政策法规

6.1.2电shi新媒体行业管理现状

6.1.3电shi新媒体管理趋势分析

6.2电shi新媒体行业发展现状

6.2.1网络电shi行业发展现状

(1) 网络电shi用户规模分析

(2) 网络电shi行业市场规模

(3) 网络电shi行业竞争格局

(4) 网络电shi发展驱动因素

6.2.2移动电shi行业发展现状

(1) 移动视频行业用户规模

(2) 移动视频终端设备使用率

(3) 移动电shi收看用户行为分析

(4) 移动电shi发展趋势分析

6.2.3互联网电shi行业发展现状

(1) 产业链呈现两头大中间小的“哑铃”结构

(2) 互联网电shi平台内容库建设硕果累累

(3) 终端设备市场竞争激烈

(4) 智能电shi优化互联网电shi体验

(5) 互联网电shi发展趋势分析

6.2.4公共视听载体行业发展现状

(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

第七章：中国重点区域电shi新媒体发展现状与案例分析

7.1北京电shi新媒体发展情况与优秀案例分析

7.1.1北京数字付费电shi发展现状与优秀案例分析

(1) 北京数字付费电shi发展现状分析

(2) 北京数字付费电shi优秀案例分析

7.1.2北京移动电shi发展现状与优秀案例分析

(1) 北京移动电shi发展现状分析

(2) 北京移动电shi优秀案例分析

7.1.3北京城市楼宇电shi发展现状与优秀案例分析

- (1) 北京城市楼宇电shi发展现状分析
- (2) 北京城市楼宇电shi优秀案例分析
- 7.1.4北京地铁移动电shi发展现状与优秀案例分析
 - (1) 北京地铁移动电shi发展现状分析
 - (2) 北京地铁移动电shi优秀案例分析
- 7.1.5北京鼎视数字电shi发展现状与优秀案例分析
 - (1) 北京鼎视数字电shi发展现状分析
 - (2) 北京鼎视数字电shi优秀案例分析
- 7.2黑龙江电shi新媒体发展情况与优秀案例分析
 - 7.2.1黑龙江手机电shi发展现状与优秀案例分析
 - (1) 黑龙江手机电shi发展现状分析
 - (2) 黑龙江手机媒体优秀案例分析
 - 7.2.2黑龙江移动电shi发展现状与优秀案例分析
 - (1) 黑龙江移动电shi发展现状分析
 - (2) 黑龙江移动电shi优秀案例分析
- 7.3上海电shi新媒体发展情况与优秀案例分析
 - 7.3.1上海网络电shi发展现状与优秀案例分析
 - (1) 上海网络电shi发展现状分析
 - (2) 上海网络电shi优秀案例分析
 - 7.3.2上海手机电shi发展现状与优秀案例分析
 - (1) 上海手机电shi发展现状分析
 - (2) 上海手机电shi优秀案例分析
- 7.4江苏电shi新媒体发展情况与优秀案例分析
 - 7.4.1江苏网络电shi发展现状与优秀案例分析
 - (1) 江苏网络电shi发展现状分析
 - (2) 江苏网络电shi优秀案例分析
 - 7.4.2江苏手机电shi发展现状与优秀案例分析
 - (1) 江苏手机电shi发展现状分析
 - (2) 江苏手机电shi优秀案例分析
- 7.5江西电shi新媒体发展情况与优秀案例分析
 - 7.5.1江西移动电shi发展现状与优秀案例分析
 - (1) 江西移动电shi发展现状分析
 - (2) 江西移动电shi优秀案例分析
 - 7.5.2江西手机电shi发展现状与优秀案例分析
 - (1) 江西手机电shi发展现状分析

- (2) 江西今视网手机新媒体发展现状分析
- 7.6 山东电shi新媒体发展情况与优秀案例分析
 - 7.6.1 山东网络电shi发展现状与优秀案例分析
 - (1) 山东网络电shi发展现状分析
 - (2) 山东网络电shi优秀案例分析
 - 7.6.2 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
- 7.7 河南电shi新媒体发展情况与优秀案例分析
 - 7.7.1 河南数字电shi发展现状分析
 - 7.7.2 河南手机电shi发展现状分析
 - 7.7.3 河南其他新媒体发展现状分析
- 7.8 广东电shi新媒体发展情况与优秀案例分析
 - 7.8.1 广东手机电shi发展现状与优秀案例分析
 - (1) 广东手机电shi发展现状分析
 - (2) 广东手机电shi提供服务分析
 - 7.8.2 广东互动电shi发展现状与优秀案例分析
 - (1) 广东互动电shi发展现状分析
 - (2) 广东互动电shi开通业务分析
- 7.9 云南电shi新媒体发展情况与优秀案例分析
 - 7.9.1 云南网络电shi发展现状与优秀案例分析
 - (1) 云南网络电shi发展现状分析
 - (2) 云南网络电shi优秀案例分析
 - 7.9.2 云南手机电shi发展现状与优秀案例分析
 - (1) 云南手机电shi发展现状分析
 - (2) 云南“七彩云南”手机电shi业务分析
- 1) 企业案例篇

第八章：中国优秀电shi台经营情况与节目创新分析

- 8.1 中央级优秀电shi台经营情况与节目创新研究
 - 8.1.1 中央电shi台
 - (1) 电shi台发展简况分析
 - 1) 电shi台概述
 - 2) 组织架构分析
 - 3) 经营情况分析
 - (2) 电shi台播放频道分析

- (3) 优秀电shi节目研究
- (4) 电shi台频道收视分析
- (5) 电shi节目创新案例研究
- (6) 电shi节目研发zui新动向

8.1.2 中国教育电shi台

- (1) 电shi台发展简况分析
- (2) 电shi台播放频道分析
- (3) 优秀电shi节目研究
- (4) 电shi台频道收视分析
- (5) 电shi节目创新案例研究

8.2 省级优秀电shi台经营情况与节目创新研究

8.2.1 北京电shi台

- (1) 电shi台发展简况分析
- (2) 电shi台播放频道分析
- (3) 优秀电shi节目研究
- (4) 电shi台频道收视分析
- (5) 电shi节目创新案例研究
- (6) 电shi节目研发zui新动向

8.2.2 天津电shi台

- (1) 电shi台发展简况分析
- (2) 电shi台播放频道分析
- (3) 优秀电shi节目研究
- (4) 电shi台频道收视分析
- (5) 电shi节目创新案例研究
- (6) 电shi节目研发zui新动向

8.2.3 河北电shi台

- (1) 电shi台发展简况分析
- (2) 电shi台播放频道分析
- (3) 优秀电shi节目研究
- (4) 电shi台频道收视分析
- (5) 电shi节目创新案例研究

8.2.4 山西电shi台

- (1) 电shi台发展简况分析
- (2) 电shi台播放频道分析
- (3) 优秀电shi节目研究

- (4) 电shi台频道收视分析
- (5) 电shi节目创新案例研究
- (6) 电shi节目研发zui新动向

8.2.5内蒙古电shi台

- (1) 电shi台发展简况分析
- (2) 电shi台播放频道分析
- (3) 优秀电shi节目研究
- (4) 电shi台频道收视分析
- (5) 电shi节目创新案例研究

8.2.6辽宁电shi台

- (1) 电shi台发展简况分析
- (2) 电shi台播放频道分析
- (3) 优秀电shi节目研究
- (4) 电shi台频道收视分析
- (5) 电shi节目研发zui新动向

8.2.7吉林电shi台

- (1) 电shi台发展简况分析
- (2) 电shi台播放频道分析
- (3) 优秀电shi节目研究
- (4) 电shi台频道收视分析
- (5) 电shi节目创新案例研究

8.2.8黑龙江电shi台

- (1) 电shi台发展简况分析
- (2) 电shi台播放频道分析
- (3) 优秀电shi节目研究
- (4) 电shi台频道收视分析
- (5) 电shi节目创新案例研究

8.2.9上海电shi台

- (1) 电shi台发展简况分析
- (2) 电shi台播放频道分析
- (3) 优秀电shi节目研究
- (4) 电shi台频道收视分析
- (5) 电shi节目创新案例研究
- (6) 电shi节目研发zui新动向

8.2.10江苏电shi台

- (1) 电shi台发展简况分析
- (2) 电shi台播放频道分析
- (3) 优秀电shi节目研究
- (4) 电shi台频道收视分析
- (5) 电shi节目创新案例研究

8.2.11浙江电shi台

- (1) 电shi台发展简况分析
- (2) 电shi台播放频道分析
- (3) 优秀电shi节目研究
- (4) 电shi台频道收视分析
- (5) 电shi节目创新案例研究

8.2.12安徽电shi台

- (1) 电shi台发展简况分析
- (2) 电shi台播放频道分析
- (3) 优秀电shi节目研究
- (4) 电shi台频道收视分析
- (5) 电shi节目创新案例研究

8.2.13福建电shi台

- (1) 电shi台发展简况分析
- (2) 电shi台播放频道分析
- (3) 优秀电shi节目研究
- (4) 电shi台频道收视分析
- (5) 电shi节目创新案例研究

8.2.14江西电shi台

- (1) 电shi台发展简况分析
- (2) 电shi台播放频道分析
- (3) 优秀电shi节目研究
- (4) 电shi台频道收视分析
- (5) 电shi节目创新案例研究
- (6) 电shi节目研发zui新动向

8.2.15山东电shi台

- (1) 电shi台发展简况分析
- (2) 电shi台播放频道分析
- (3) 优秀电shi节目研究
- (4) 电shi台频道收视分析

(5) 电shi节目创新案例研究

8.2.16河南电shi台

(1) 电shi台发展简况分析

(2) 电shi台播放频道分析

(3) 优秀电shi节目研究

(4) 电shi台频道收视分析

(5) 电shi节目创新案例研究

(6) 电shi节目研发zui新动向

8.2.17湖北电shi台

(1) 电shi台发展简况分析

(2) 电shi台播放频道分析

(3) 优秀电shi节目研究

(4) 电shi台频道收视分析

(5) 电shi节目创新案例研究

8.2.18湖南电shi台

(1) 电shi台发展简况分析

(2) 电shi台播放频道分析

(3) 优秀电shi节目研究

(4) 电shi台频道收视分析

(5) 电shi节目创新案例研究

(6) 电shi节目研发zui新动向

8.2.19广东电shi台

(1) 电shi台发展简况分析

(2) 电shi台播放频道分析

(3) 优秀电shi节目研究

(4) 电shi台频道收视分析

(5) 电shi节目创新案例研究

8.2.20广西电shi台

(1) 电shi台发展简况分析

(2) 电shi台播放频道分析

(3) 优秀电shi节目研究

(4) 电shi台频道收视分析

(5) 电shi节目创新案例研究

8.2.21海南电shi台

(1) 电shi台发展简况分析

(2) 电shi台播放频道分析

(3) 优秀电shi节目研究

(4) 电shi台频道收视分析

8.2.22四川电shi台

(1) 电shi台发展简况分析

(2) 电shi台播放频道分析

(3) 优秀电shi节目研究

(4) 电shi台频道收视分析

(5) 电shi节目创新案例研究

8.2.23贵州电shi台

(1) 电shi台发展简况分析

(2) 电shi台播放频道分析

(3) 优秀电shi节目研究

(4) 电shi台频道收视分析

(5) 电shi节目研发zui新动向

8.2.24云南电shi台

(1) 电shi台发展简况分析

(2) 电shi台播放频道分析

(3) 优秀电shi节目研究

(4) 电shi台频道收视分析

(5) 电shi节目创新案例研究

8.2.25西藏电shi台

(1) 电shi台发展简况分析

(2) 电shi台播放频道分析

(3) 优秀电shi节目研究

(4) 电shi台频道收视分析

(5) 电shi节目创新案例研究

8.2.26陕西电shi台

(1) 电shi台发展简况分析

(2) 电shi台播放频道分析

(3) 优秀电shi节目研究

(4) 电shi台频道收视分析

(5) 电shi节目创新案例研究

(6) 电shi节目研发zui新动向

8.2.27甘肃电shi台

- (1) 电shi台发展简况分析
- (2) 电shi台播放频道分析
- (3) 优秀电shi节目研究
- (4) 电shi台频道收视分析
- (5) 电shi节目研发zui新动向

8.2.28青海电shi台

- (1) 电shi台发展简况分析
- (2) 电shi台播放频道分析
- (3) 优秀电shi节目研究
- (4) 电shi台频道收视分析

8.2.29宁夏电shi台

- (1) 电shi台发展简况分析
- (2) 电shi台播放频道分析
- (3) 优秀电shi节目研究
- (4) 电shi台频道收视分析
- (5) 电shi节目创新案例研究

8.2.30新疆电shi台

- (1) 电shi台发展简况分析
- (2) 电shi台播放频道分析
- (3) 优秀电shi节目研究
- (4) 电shi台频道收视分析
- (5) 电shi节目创新案例研究

8.3城市电shi台经营情况与节目创新研究

8.3.1内容：以本地新闻为主打，形式与内容不断翻新

8.3.2经营：突破单一广告模式，多方位介入关联行业

8.3.3新媒体：内容、平台、经营多管齐下

8.3.4抱团取暖，打造联结型区域媒体

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shi行业发展相关政策及法律法规

图表4：我国电shi节目受众的“碎片化”特征

图表5：2013-2015年我国电shi台数量统计（单位：座）

图表6：2013-2015年我国电shi节目套数（单位：套）

图表7：2013-2015年我国电shi节目制作时间（单位：万小时）

图表8：2015年我国不同类型电shi节目制作时间（单位：万小时，%）

图表9：2013-2015年我国电shi节目播出时间（单位：万小时）

图表10：2015年我国不同类型电shi节目播出时间（单位：万小时，%）

图表11：2013-2015年我国电shi节目综合人口覆盖率（单位：%）

图表12：2013-2015年我国有线广播电shi用户数及数字电shi用户普及程度（单位：万户，%）

图表13：2013-2015年中国广播电shi总收入及增长率（单位：亿元，%）

图表14：2013-2015年中国电shi广告收入及增长率（单位：亿元，%）

图表15：2013-2015年观众人均每日收视市场（单位：分钟）

图表16：2013-2015年各级频道市场份额对比（单位：%）

图表17：2015年各类节目收视比重（单位：%）

图表18：2013-2015年中国电shi节目进口金额及增长率（单位：亿元，%）

图表19：2013-2015年中国电shi节目进口数量及增长率（单位：小时，%）

图表20：2015年中国电shi节目进口金额区域分布（单位：万元，%）

图表21：2015年中国电shi节目进口数量区域分布（单位：小时，%）

图表22：2013-2015年中国电shi节目出口金额及增长率（单位：亿元，%）

图表23：2013-2015年中国电shi节目出口数量及增长率（单位：小时，%）

图表24：2015年中国电shi节目出口金额区域分布（单位：万元，%）

图表25：2015年中国电shi节目出口数量区域分布（单位：小时，%）

图表26：2013-2015年北京电shi人口覆盖率（单位：%）

图表27：2015年北京制作电shi节目时间和播出电shi节目时间及增长率（单位：万小时，%）

图表28：2015年北京市有线广播电shi用户、数字电shi用户、付费数字用户及有线电shi用户比重（单位：万户，%）

图表29：2015年北京市广播电shi收入情况（单位：亿元，%）

图表30：2013-2015年天津电shi人口覆盖率（单位：%）

图表31：2015年天津制作电shi节目时间和播出电shi节目时间及增长率（单位：万小时，%）

图表32：2015年天津有线广播电shi用户、数字电shi用户、付费数字用户及有线电shi用户比重（单位：万户，%）

图表33：2015年天津市广播电shi收入情况（单位：亿元，%）

图表34：2013-2015年河北电shi人口覆盖率（单位：%）

图表35：2015年河北制作电shi节目时间和播出电shi节目时间及增长率（单位：万小时，%）

图表36：2015年河北有线广播电shi用户、数字电shi用户、付费数字用户及有线电shi用户

比重（单位：万户，%）

图表37：2015年河北广播电shì收入情况（单位：亿元，%）

图表38：2013-2015年山西电shì人口覆盖率（单位：%）

图表39：2015年山西制作电shì节目时间和播出电shì节目时间及增长率（单位：万小时，%）

图表40：2015年山西省有线广播电shì用户、数字电shì用户、付费数字用户及有线电shì用户比重（单位：万户，%）

图表41：2015年山西省广播电shì收入情况（单位：亿元，%）

图表42：2013-2015年内蒙古电shì人口覆盖率（单位：%）

图表43：2015年内蒙古制作电shì节目时间和播出电shì节目时间及增长率（单位：万小时，%）

图表44：2015年内蒙古有线广播电shì用户、数字电shì用户、付费数字用户及有线电shì用户比重（单位：万户，%）

图表45：2015年内蒙古广播电shì收入情况（单位：亿元，%）

图表46：2013-2015年辽宁电shì人口覆盖率（单位：%）

图表47：2015年辽宁制作电shì节目时间和播出电shì节目时间及增长率（单位：万小时，%）

图表48：2015年辽宁有线广播电shì用户、数字电shì用户、付费数字用户及有线电shì用户比重（单位：万户，%）

图表49：2015年辽宁广播电shì收入情况（单位：亿元，%）

图表50：2013-2015年吉林电shì人口覆盖率（单位：%）

（GYYS）

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/250398250398.html>