

2018年中国电视剧行业分析报告- 市场运营态势与发展趋势预测

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《2018年中国电视剧行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》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/314840314840.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

电视剧制作水平提升+政策助推，海外市场拓展是电视剧行业未来一大机遇。1) 海外拓展或能分担部分制作费用，精品剧往往伴随着高昂的制作费用，《如果蜗牛有爱情》、《美人为馅》等大剧制作费用高达3亿元，海外拓展的版权售卖收入将成为电视剧制作公司分担制作费用的一大方式。2) 政策助推：十九大中，在推动文化事业和文化产业发展方面着重强调要加强中外人文交流，以我为主、兼收并蓄。推进国际传播能力建设，讲好中国故事，展现真实、立体、全面的中国，提高国家文化软实力。政策的助推或将进一步打开海外市场。

图：精品大剧的制作费用情况 图：海外市场/受众是电视剧行业产业链中重要的一环 随着我国经济的快速发展和经济地位的迅速提升，中国文化在世界上的影响力逐步提高，文化和意识形态亦呈现出大量输出的态势。近年来，“出海”的国产剧题材更加多元，除了《甄嬛传》、《琅琊榜》等宫廷古装剧之外，青春偶像剧《爱情公寓》、《何以笙箫默》、谍战片《伪装者》、奇幻冒险题材《盗墓笔记》等，都成为海外观众热追的对象。人民日报数据显示，近年来我国电视剧生产总量为每年 400-500 部，出口总量基本维持在每年 250-350 部，超过一半的电视剧出口海外。

以华策影视为例，2017 年，拥有超过 10000 小时版权影视内容的华策，已覆盖全球 180 多个国家和地区，2016 年华策在海外发行的剧目中，现代题材剧占比已经超过 42%，大大突破以往对于电视剧出海以古装剧和历史剧为主的传统认知。作为《琅琊榜》、《伪装者》、《欢乐颂》等的出品方正午阳光影业，在将品牌精耕细作的同时，也在国外收获了一批忠实观众。

图：国内火爆的宫廷剧日语版海报 图：《媳妇的美好时代》非洲版海报 观研天下发布的《2018年中国电视剧行业分析报告-市场运营态势与发展趋势预测》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家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。

【报告目录】

第一章：中国电视剧行业发展综述

1.1 电视剧行业概述

1.1.1 电视剧行业界定

(1) 电视剧的定义及分类

(2) 电视剧行业的内涵

1.1.2 电视剧行业特点

1.1.3 电视剧行业发展历程

1.2 电视剧行业监管体系及政策法规

1.2.1 行业主管部门

1.2.2 行业监管体制

1.2.3 行业主要法律法规及政策

1.3 电视剧行业发展影响因素分析

1.3.1 宏观经济因素分析

(1) 宏观经济发展情况

(2) 宏观经济与电视剧行业相关性

1.3.2 市场需求因素分析

(1) 电视剧市场的潜在需求分析

(2) 电视剧市场的实际需求分析

(3) 中国电视剧需求市场的评价

1.3.3 广播电视传输技术发展分析

(1) 行业技术活跃程度

(2) 行业专利增长趋势

(3) 技术领先企业技术分析

(4) 目前最热门技术分析

1.3.4 新技术影响因素分析

(1) 新数字媒体的时代特征

(2) 数字电视技术的影响

第二章：国外电视剧行业发展动向与趋势分析

2.1 全球电视剧市场发展状况与趋势

2.1.1 全球所有节目类型分析

2.1.2 全球人均收视时间分析

2.1.3 全球电视剧竞争格局分析

- (1) 美剧和英剧占据主体地位
- (2) 意、韩等剧具有局部影响力

2.1.4 全球电视剧发展趋势分析

2.2 美国电视剧市场发展分析

2.2.1 美国电视剧市场概况

- (1) 美国电视剧发展概述
- (2) 美国电视剧主要类型
- (3) 美国电视剧产量与结构

2.2.2 美国电视剧市场格局

2.2.3 美国电视剧产业链特征

2.2.4 美国电视剧市场规模与盈利模式

- (1) 美国电视剧市场规模
- (2) 美国电视剧盈利模式

2.2.5 2016年美国电视剧特征分析

2.3 加拿大电视剧市场发展分析

2.3.1 英、法语收视差异分析

- (1) 英、法语区收视差异明显
- (2) 英、法语区的巨大差异由来已久

2.3.2 加拿大电视剧市场概况

- (1) 英语区本土电视剧深受美剧挤压
- (2) 法语区本土电视剧自得其乐

2.3.3 加拿大对电视剧的投入与收获

- (1) 电视剧是制作最昂贵的节目类型
- (2) 本土电视剧的表现可圈可点
- (3) 以特色在国际市场赢得一席之地

2.4 韩国电视剧市场发展分析

2.4.1 韩国电视剧发展概况

- (1) 韩国电视剧制作机构
- (2) 韩国电视剧产量分析
- (3) 韩剧类型与播出特点

2.4.2 2016年度韩剧收视TOP10分析

2.4.3 2016年韩国电视剧特征分析

2.4.4 韩剧《面包王金卓求》案例分析

2.5 日本电视剧市场发展分析

2.5.1 日本电视产业概述

2.5.2 日剧类型与播出特点

2.5.3 2016年日剧年度收视TOP10分析

2.5.4 近年日本电视剧特征分析

第三章：中国电视剧产业链及行业发展分析

3.1 中国电视剧行业产业链分析

3.1.1 电视剧行业产业链

（1）电视剧行业产业链简介

（2）产业链上游发展分析

1) 剧本及编剧状况

2) 制片机构状况

（3）产业链下游发展分析

1) 电视产业发展情况

2) 音像出版发展情况

3) 新媒体发展情况

3.1.2 中国、美国、香港电视剧产业链比较分析

（1）产业链上游——电视剧制作播出模式比较

1) 制播方式比较

2) 内容结构比较

3) 制作主体比较

4) 版权机制比较

（2）产业链中游——电视剧经营销售模式比较

1) 分销渠道比较

2) 经营模式比较

3) 营销模式比较

（3）产业链下游——电视剧的衍生产品比较

3.1.3 电视剧行业盈利模式分析

（1）电视剧产业价值链构成

（2）电视剧行业盈利模式

3.2 中国电视剧行业发展状况

在产量丰富的情况下，各大卫视平台依然处于“剧荒”的局面，主要是因为精品电视剧的稀缺。现阶段，观众对于电视剧的要求也逐渐提高，卫视平台为了保障收视率，都把目标瞄准精

品电视剧，“一剧两星”政策的实施使得卫视平台对于精品剧的争抢更加激烈。2014年与2015年播出的电视剧中收视率超过1%的只有26部和22部，收视率超过2%的更少，分别只有5部和2部。

国产电视剧收视分布

2016年CSM52城电视剧收视前十

排名 电视剧 播出平台 收视率 收视份额

- 1 亲爱的翻译官 湖南卫视 2.048 6.
- 2 麻雀 湖南卫视 1.714 5.
- 3 解密 湖南卫视 1.648 5.
- 4 搭错车 山东卫视 1.501 3.
- 5 锦绣未央 东方卫视 1.483 3.
- 6 放弃我抓紧我 湖南卫视 1.419 4.
- 7 煮妇神探 浙江卫视 1.407 3.
- 8 锦绣未央 北京卫视 1.345 3.
- 9 女医明妃传 东方卫视 1.296 3.
- 10 不可能完成的任务 江苏卫视 1.284 3.

3.2.1 电视剧行业发展规模

3.2.2 电视剧行业进口情况

- (1) 进口剧播放情况
- (2) 进口剧题材类型
- (3) 进口剧收视情况

3.2.3 电视剧行业竞争格局

- (1) 频道收视份额两极化
- (2) 强势频道垄断化格局
- (3) 电视剧制作机构高度分散
- (4) 行业新进入者不断涌现

3.2.4 电视剧行业现存问题解析

- (1) 产业创新动力不足
- (2) 行业资本泡沫多
- (3) 电视剧出口不力

3.3 中国电视剧行业发展趋势分析

3.3.1 价格泡沫渐消，供给渐趋理性

3.3.2 电视剧播出份额受综艺节目影响有限

3.3.3 “独播化”推升优质电视剧需求

3.3.4 优质电视剧价格上涨趋势仍将持续

3.3.5 优质剧与普通剧价格差距持续扩大

3.3.6 国内定制剧将占据主流市场

第四章：中国电视剧制作与发行情况分析

4.1 中国电视剧剧本题材分析

4.1.1 电视剧剧本题材数量

(1) 当代剧

(2) 现代剧

(3) 近代剧

(4) 古代剧

(5) 重大剧

4.1.2 热播题材电视剧成功因素分析

(1) 谍战剧

(2) 军旅题材剧

(3) 族群迁徙剧

(4) 社会伦理剧

(5) 青春偶像剧

4.1.3 我国电视剧创作特征分析

4.2 中国电视剧融资分析

4.2.1 电视剧融资环境分析

4.2.2 电视剧融资特点分析

4.2.3 电视剧融资渠道与方式

4.2.4 电视剧融资规模分析

4.2.5 电视剧融资策略分析

4.3 中国电视剧生产制作分析

4.3.1 电视剧生产情况综述

(1) 制作机构数量

(2) 年度申报剧目

(3) 年度完成剧目

(4) 主要题材比例

4.3.2 电视剧生产历年对比分析

(1) 制作机构数量对比

- (2) 申报剧目对比
- (3) 完成剧目对比
- (4) 主要题材对比
- 4.3.3 我国电视剧生产特征分析
 - (1) 产量回升，集数达历史新高
 - (2) 生产成本提高，进入亿元大片时代
 - (3) 定制剧影响产业布局，台企合作考验生存本领
- 4.4 中国电视剧发行分析
 - 4.4.1 电视剧发行方式
 - 4.4.2 电视剧的两次发行
 - 4.4.3 电视剧的四级发行市场
 - 4.4.4 新媒体环境开创电视剧发行的新渠道
 - (1) 电视剧经电视台和网络同步或跟从播出
 - (2) 电视剧经网络走红后电视台再次播映
 - (3) 电视剧以互联网作为播放的首映平台
 - (4) 互联网网站直接投拍网络电视剧
 - 4.4.5 国产电视剧网络发行模式的前景探讨
 - (1) 网络发行的优势
 - (2) 有待解决的问题

第五章：中国电视剧播出、收视与收入调研分析

- 5.1 中国电视剧播出分析
 - 5.1.1 电视剧播出大势盘点
 - (1) 播出份额
 - (2) 资源使用率
 - 5.1.2 各级频道电视剧播出份额对比
 - 5.1.3 不同类型电视剧播出份额变化
 - (1) 主力剧目类型分析
 - (2) 央视偏好剧型分析
 - (3) 省卫视偏好剧型分析
 - (4) 省地面频道偏好剧型分析
 - (5) 城市频道偏好剧型分析
 - 5.1.4 我国电视剧播出特征分析
 - (1) 电视剧是立台之本
 - (2) 主要题材“播出王”

- (3) 省卫视偏好播出剧目
- (4) 省卫视热播类型同质化
- 5.1.5 2016年卫视黄金档拟播电视剧
- 5.2 中国电视剧收视分析
 - 5.2.1 电视剧收视总量分析
 - 5.2.2 各级频道电视剧收视份额对比
 - 5.2.3 不同类型电视剧收视情况对比
 - 5.2.4 各类节目收视量历年对比分析
 - 5.2.5 电视剧收视贡献分析
 - 5.2.6 电视剧主要观众状况
 - (1) 电视剧观众性别结构
 - (2) 电视剧观众年龄结构
 - (3) 电视剧观众学历结构
 - (4) 电视剧观众职业结构
 - (5) 电视剧观众收入结构
 - 5.2.7 电视剧收视率TOP10分析
 - (1) 央视年度内地剧收视TOP
 - (2) 省卫视年度内地剧收视TOP
 - 5.2.8 热播优质电视剧特征分析
 - (1) 各级频道热播剧收视表现
 - (2) 优秀热播剧特征案例分析
 - 1) 制作方分析
 - 2) 受众分析
 - 3) 传播方式分析
 - 4) 成功元素总结
- 5.3 中国电视剧收入分析
 - 5.3.1 电视剧版权收入分析
 - (1) 电视剧电视台版权收入
 - (2) 电视剧网络版权收入
 - (3) 电视剧版权收入预测
 - 5.3.2 电视剧广告分析
 - (1) 电视广告收入规模
 - (2) 电视剧广告收入份额
 - (3) 电视剧广告投放形式
 - (4) 电视剧广告发展趋势

5.3.3 电视剧相关产业开发分析

- (1) 纵向开发
 - 1) 版权销售
 - 2) 影视基地
- (2) 横向开发
 - 1) 旅游业
 - 2) 文化教育产业
 - 3) 服装化妆品行业

第六章：中国电视剧行业热点专题分析

6.1 中国网络电视剧发展分析

6.1.1 中国视频网民状况概述

- (1) 视频网民人数
- (2) 视频网民结构
- (3) 网民最关注视频类型
- (4) 网民最关注电视剧分析

6.1.2 主要视频网站影视剧策略

- (1) 腾讯
- (2) 搜狐
- (3) 优酷
- (4) 奇艺网
- (5) 乐视网
- (6) PPTV

6.1.3 网络电视剧盈利模式分析

- (1) 广告模式
- (2) 用户付费模式 (B2C)
- (3) 版权营销模式 (B2B)
- (4) 视频增值服务模式

6.1.4 网络自制剧分析

- (1) 网络自制剧的缘起
- (2) 近年主要网络自制剧
- (3) 网络自制剧基本盈利模式：整合营销
- (4) 网络自制剧趋势分析

6.1.5 网络电视剧与传统电视剧收视对比

- (1) 双屏用户热播电视剧收看方式

(2) 不同年龄段双屏用户热播剧收看方式

(3) 不同学历双屏用户热播剧收看方式

(4) 双屏选择影响因素

6.2 中国制播分离制度分析

6.2.1 制播分离政策环境分析

6.2.2 制播分离模式分析

(1) 栏目承包制

(2) 节目购买型

(3) 全频道的制播分离

(4) 整体的制播分离型

6.2.3 制播分离的重要性解析

6.2.4 制播分离成功案例分析

(1) 体制内分离：上海文广转企改制

(2) 体制外分离：《中国好声音》

6.2.5 电视剧制播分离现存问题

6.2.6 制播分离趋势预测分析

6.3 中国三网融合对电视剧的影响分析

6.3.1 三网融合概述

(1) 三网融合定义及涉及领域

(2) 三网融合包含四要素分析

(3) 发展三网融合的积极意义

6.3.2 三网融合对电视剧的影响分析

(1) 三网融合背景下民营电视剧的版权分析

(2) 三网融合有利于电视剧的发展

(3) 三网融合对视频运营模式的影响

6.3.3 三网融合进展分析

(1) 运营商加大投资力度

(2) 三网融合用户数量取得突破

(3) 各地区试点与实施方案

6.4 “三限令”对中国电视剧行业的影响

6.4.1 “限播令”对电视剧行业的影响分析

(1) “限播令”颁发背景

(2) “限播令”主要内容

(3) “限播令”对电视剧行业的影响

6.4.2 “限娱令”对电视剧行业的影响分析

- (1) “限娱令”颁发背景
 - (2) “限娱令”主要内容
 - (3) “限娱令”对电视剧行业的影响
- 6.4.3 “限广令”对电视剧行业的影响分析
- (1) “限广令”颁发背景
 - (2) “限广令”主要内容
 - (3) “限广令”对电视剧行业的影响
- 6.5 优酷土豆合并概况与影响分析
- 6.5.1 优酷土豆合并事件综述
- 6.5.2 优酷土豆合并影响分析

第七章：中国电视剧领先制作机构经营情况分析

7.1 中国电视剧制作机构总体概况

7.2 中国电视剧领先民营制作机构经营情况分析

7.2.1 浙江华策影视股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.2.2 华谊兄弟传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.2.3 中视传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.2.4 北京光线传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.2.5 海润影视集团有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业电视剧制作分析
- (4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

7.2.6 北京小马奔腾壹影视文化发展有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业电视剧制作分析

(4) 企业经营优劣势分析

7.2.7 北京慈文影视制作有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2.8 金英马影视文化股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2.9 北京荣信达影视艺术有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2.10 广东强视影业传媒有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.2.11 上海唐人电影制作有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.3 中国电视剧主要国有制作机构经营情况分析

7.3.1 中国电视剧制作中心有限责任公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.3.2 中国国际电视总公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

7.3.3 湖南经视文化传播有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.3.4 大连天歌传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.3.5 上海电影（集团）有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.3.6 北京紫禁城影业有限责任公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.3.7 珠江电影制片有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第八章：中国电视剧主要播放平台经营分析

8.1 中国电视剧播放平台总体概况

8.2 中国主要电视台经营情况分析

8.2.1 中央电视台

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业电视剧播放频道分析
- (5) 企业电视剧收视分析
- (6) 企业最新发展动向

8.2.2 山东电视台

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业电视剧播放频道分析

(4) 企业电视剧收视分析

8.3 中国电视剧主要网络平台经营情况分析

8.3.1 乐视网信息技术(北京)股份有限公司(乐视网)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业运营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 乐视网电视剧播放分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业投资兼并与重组分析

(6) 企业最新发展动向

8.3.2 百度在线网络技术(北京)有限公司(奇艺网)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业运营情况分析

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

4) 主要指标分析

(3) 奇艺网电视剧播放分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业投资兼并与重组分析

(6) 企业最新发展动向

第9章：中国电视剧行业趋势预测与投资分析

9.1 中国电视剧行业趋势预测分析

9.1.1 电视剧行业发展驱动因素

(1) 政策利好

(2) 文化消费增长

(3) 市场竞争日益规范

(4) 三网融合的推动

(5) 新技术应用带来机遇

(6) 海外市场拓宽盈利渠道

9.1.2 电视剧行业发展阻碍因素

- (1) 盗版冲击
- (2) 国际市场竞争冲击
- (3) 资金瓶颈限制

9.1.3 电视剧行业趋势预测分析

- (1) 电视剧制作企业收入具有前瞻性
- (2) 电视剧交易额增长具有稳定性
- (3) 一线卫视电视剧采购规模仍将扩大

9.2 中国电视剧行业投资特性分析

9.2.1 电视剧行业发展壁垒

9.2.2 电视剧行业市场供求分析

- (1) 整体供大于求
- (2) 需求呈增加趋势
- (3) 精品剧供不应求

9.2.3 电视剧行业利润水平分析

- (1) 成本分析
- (2) 收入分析

9.2.4 电视剧行业投资前景分析

- (1) 政策监管风险
- (2) 税收政策风险
- (3) 竞争加剧风险
- (4) 知识产权纠纷风险
- (5) 联合投资制作风险
- (6) 安全生产的风险

9.3 中国电视剧行业投资机会与投资建议

9.3.1 电视剧行业投资价值分析

- (1) 电视剧需求空间巨大
- (2) 电视剧投入回报率较高
- (3) 行业具备中长期投资价值

9.3.2 电视剧行业投资机会分析

- (1) 精品剧投资机会大
- (2) 卫视黄金档存投资机会
- (3) 新媒体电视剧投资机会

9.3.3 电视剧行业投资建议

- (1) 择机上市

- (2) 投资定制剧
- (3) 投资精品剧
- (4) 投资新媒体播放平台

部分图表目录：

图表1：电视剧的分类（按剧集长短及题材）

图表2：电视剧行业的特点分析

图表3：电视剧行业初创阶段的特点分析

图表4：电视剧行业萌芽阶段的特点分析

图表5：电视剧行业发展阶段的特点分析

图表6：电视剧行业逐步成熟阶段的特点分析

图表7：2016-2017年国产电视剧数量变化（单位：部，集）

图表8：电视剧行业主管部门职能简介

图表9：电视剧行业主要监管体制简介

图表10：中国电视剧行业主要法律法规和政策

图表11：2016-2017年中国GDP增长趋势图（单位：%）

图表12：2002-2016年中国电视综合人口覆盖率及变化（单位：%）

图表13：2016-2017年中国有线电视用户数量及变化（单位：万户，%）

图表14：2016-2017年中国有线数字电视用户数量及变化（单位：万户，%）

图表15：2018年中国有线数字电视用户数量预测（单位：万户）

图表16：我国电视剧观众免费频道消费形式简析

图表详见报告正文（BGZQJP）

特别说明：观研天下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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/314840314840.html>