2015-2020年中国电视节目创新模式与电视新媒体分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国电视行业发展环境分析
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 中国电视行业发展环境分析
1.2.1 中国电视行业政策环境分析
1.2.2 中国电视行业社会环境分析
（1）电视节目受众的碎片化
（2）电视节目受众的时段化
（3）电视节目受众的季节性
（4）电视节目受众的定位
第2章：中国电视行业发展现状分析
2.1 中国电视行业发展现状分析
2.1.1 中国电视台资源建设分析
（1）电视台数量
（2）我国电视节目套数
2.1.2 中国电视节目制作播放情况
（1）电视节目制作时间分析
（2）电视节目播出时间分析
2.1.3 中国电视节目发展情况
（1）电视节目综合人口覆盖率
（2）有线电视广播用户数
（3）有限广播电视收入
（4）电视广告收入
2.2 中国电视节目收视市场分析
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 电视内容市场竞争
2.3 中国电视节目进出口分析
2.3.1 中国电视节目进口情况分析
（1）中国电视节目进口整体分析
（2）中国电视节目进的区域分析
2.3.2 中国电视节目出口情况分析
（1）中国电视节目出口整体分析
（2）中国电视节目出口区域分析
第3章：中国重点区域电视行业发展分析
3.1 北京电视行业发展状况
3.1.1 北京电视行业覆盖情况
3.1.2 北京电视节目制作播出情况分析
3.1.3 北京电视节目用户情况
3.1.4 北京电视节目收入情况
3.2 天津电视行业发展状况
3.2.1 天津电视行业覆盖情况
3.2.2 天津电视节目制作播出情况分析
3.2.3 天津电视节目用户情况
3.2.4 天津电视节目收入情况
3.3 河北电视行业发展状况
3.3.1 河北电视行业覆盖情况
3.3.2 河北电视节目制作播出情况分析

3.3.3 河北电视节目用户情况
3.3.4 河北电视节目收入情况
3.4 山西电视行业发展状况
3.4.1 山西电视行业覆盖情况
3.4.2 山西电视节目制作播出情况分析
3.4.3 山西电视节目用户情况
3.4.4 山西电视节目收入情况
3.5 内蒙古电视行业发展状况
3.5.1 内蒙古电视行业覆盖情况
3.5.2 内蒙古电视节目制作播出情况分析
3.5.3 内蒙古电视节目用户情况
3.5.4 内蒙古电视节目收入情况
3.6 辽宁电视行业发展状况
3.6.1 辽宁电视行业覆盖情况
3.6.2 辽宁电视节目制作播出情况分析
3.6.3 辽宁电视节目用户情况
3.6.4 辽宁电视节目收入情况
3.7 吉林电视行业发展状况
3.7.1 吉林电视行业覆盖情况
3.7.2 吉林电视节目制作播出情况分析
3.7.3 吉林电视节目用户情况
3.7.4 吉林电视节目收入情况
3.8 黑龙江电视行业发展状况
3.8.1 黑龙江电视行业覆盖情况
3.8.2 黑龙江电视节目制作播出情况分析
3.8.3 黑龙江电视节目用户情况
3.8.4 黑龙江电视节目收入情况
3.9 上海电视行业发展状况
3.9.1 上海电视行业覆盖情况
3.9.2 上海电视节目制作播出情况分析
3.9.3 上海电视节目用户情况
3.9.4 上海电视节目收入情况
3.10 江苏电视行业发展状况
3.10.1 江苏电视行业覆盖情况
3.10.2 江苏电视节目制作播出情况分析
3.10.3 江苏电视节目用户情况
3.10.4 江苏电视节目收入情况
3.11 浙江电视行业发展状况
3.11.1 浙江电视行业覆盖情况
3.11.2 浙江电视节目制作播出情况分析
3.11.3 浙江电视节目用户情况
3.11.4 浙江电视节目收入情况
3.12 安徽电视行业发展状况
3.12.1 安徽电视行业覆盖情况
3.12.2 安徽电视节目制作播出情况分析
3.12.3 安徽电视节目用户情况
3.12.4 安徽电视节目收入情况
3.13 福建电视行业发展状况
3.13.1 福建电视行业覆盖情况
3.13.2 福建电视节目制作播出情况分析
3.13.3 福建电视节目用户情况
3.13.4 福建电视节目收入情况
3.14 江西电视行业发展状况
3.14.1 江西电视行业覆盖情况
3.14.2 江西电视节目制作播出情况分析
3.14.3 江西电视节目用户情况
3.14.4 江西电视节目收入情况
3.15 山东电视行业发展状况
3.15.1 山东电视行业覆盖情况

3.15.2 山东电视节目制作播出情况分析
3.15.3 山东电视节目用户情况
3.15.4 山东电视节目收入情况
3.16 河南电视行业发展状况
3.16.1 河南电视行业覆盖情况
3.16.2 河南电视节目制作播出情况分析
3.16.3 河南电视节目用户情况
3.16.4 河南电视节目收入情况
3.17 湖北电视行业发展状况
3.17.1 湖北电视行业覆盖情况
3.17.2 湖北电视节目制作播出情况分析
3.17.3 湖北电视节目用户情况
3.17.4 湖北电视节目收入情况
3.18 湖南电视行业发展状况
3.18.1 湖南电视行业覆盖情况
3.18.2 湖南电视节目制作播出情况分析
3.18.3 湖南电视节目用户情况
3.18.4 湖南电视节目收入情况
3.19 广东电视行业发展状况
3.19.1 广东电视行业覆盖情况
3.19.2 广东电视节目制作播出情况分析
3.19.3 广东电视节目用户情况
3.19.4 广东电视节目收入情况
3.20 广西电视行业发展状况
3.20.1 广西电视行业覆盖情况
3.20.2 广西电视节目制作播出情况分析
3.20.3 广西电视节目用户情况
3.20.4 广西电视节目收入情况
3.21 海南电视行业发展状况
3.21.1 海南电视行业覆盖情况
3.21.2 海南电视节目制作播出情况分析
3.21.3 海南电视节目用户情况
3.21.4 海南电视节目收入情况
3.22 重庆电视行业发展状况
3.22.1 重庆电视行业覆盖情况
3.22.2 重庆电视节目制作播出情况分析
3.22.3 重庆电视节目用户情况
3.22.4 重庆电视节目收入情况
3.23 四川电视行业发展状况
3.23.1 四川电视行业覆盖情况
3.23.2 四川电视节目制作播出情况分析
3.23.3 四川电视节目用户情况
3.23.4 四川电视节目收入情况
3.24 贵州电视行业发展状况
3.24.1 贵州电视行业覆盖情况
3.24.2 贵州电视节目制作播出情况分析
3.24.3 贵州电视节目用户情况
3.24.4 贵州电视节目收入情况
3.25 云南电视行业发展状况
3.25.1 云南电视行业覆盖情况
3.25.2 云南电视节目制作播出情况分析
3.25.3 云南电视节目用户情况
3.25.4 云南电视节目收入情况
3.26 西藏电视行业发展状况
3.26.1 西藏电视行业覆盖情况
3.26.2 西藏电视节目制作播出情况分析
3.26.3 西藏电视节目用户情况
3.26.4 西藏电视节目收入情况
3.27 陕西电视行业发展状况

3.27.1 陕西电视行业覆盖情况
3.27.2 陕西电视节目制作播出情况分析
3.27.3 陕西电视节目用户情况
3.27.4 陕西电视节目收入情况
3.28 甘肃电视行业发展状况
3.28.1 甘肃电视行业覆盖情况
3.28.2 甘肃电视节目制作播出情况分析
3.28.3 甘肃电视节目用户情况
3.28.4 甘肃电视节目收入情况
3.29 青海电视行业发展状况
3.29.1 青海电视行业覆盖情况
3.29.2 青海电视节目制作播出情况分析
3.29.3 青海电视节目用户情况
3.29.4 青海电视节目收入情况
3.30 宁夏电视行业发展状况
3.30.1 宁夏电视行业覆盖情况
3.30.2 宁夏电视节目制作播出情况分析
3.30.3 宁夏电视节目用户情况
3.30.4 宁夏电视节目收入情况
3.31 新疆电视行业发展状况
3.31.1 新疆电视行业覆盖情况
3.31.2 新疆电视节目制作播出情况分析
3.31.3 新疆电视节目用户情况
3.31.4 新疆电视节目收入情况
（1）电视节目创新篇
第4章：国外优秀电视节目模式与案例分析
4.1 美国电视节目模式与案例分析
4.1.1 美国电视发展现状分析
（1）美国电视覆盖人群分析
（2）美国电视节目制作与配送
（3）美国有线电视网络收入
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》（The Voice）
4.2 欧洲电视节目模式与案例分析
4.2.1 欧洲电视节目发展模式分析

（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）英国青少类电视节目模式分析
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 日本优秀电视节目模式与案例分析
4.3.1 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
4.3.2 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
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——《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
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 韩国优秀电视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

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5章：全球电视节目创新案例研究与发展趋势
5.1 中国电视节目创新案例与发展趋势研究
5.1.1 中国电视节目创新发展现状分析
（1）中国电视节目创新的必然性
（2）中国电视节目创新现状分析
（3）中国电视节目创新策略分析
5.1.2 电视新闻节目创新研究与发展趋势
（1）电视新闻节目创新案例解读
（2）电视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 欧美电视节目创新案例与发展趋势研究
5.2.1 欧美电视节目创新理念
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 日本电视节目创新案例与发展趋势研究
5.3.1 日本电视节目创新理念
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 韩国电视节目创新案例与发展趋势研究
5.4.1 韩国电视节目创新理念
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6章：中国电视新媒体发展现状分析
6.1 电视新媒体政策背景分析
6.1.1 电视新媒体相关政策法规
6.1.2 电视新媒体行业管理现状
6.1.3 电视新媒体管理趋势分析
6.2 电视新媒体行业发展现状
6.2.1 网络电视行业发展现状
（1）网络电视用户规模分析
（2）网络电视行业市场规模
（3）网络电视行业竞争格局
（4）网络电视发展驱动因素
6.2.2 移动电视行业发展现状
（1）移动视频行业用户规模
（2）移动视频终端设备使用率
（3）移动电视收看用户行为分析
（4）移动电视发展趋势分析
6.2.3 互联网电视行业发展现状
（1）产业链呈现两头大中间小的“哑铃”结构
（2）互联网电视平台内容库建设硕果累累
（3）终端设备市场竞争激烈
（4）智能电视优化互联网电视体验
（5）互联网电视发展趋势分析
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7章：中国重点区域电视新媒体发展现状与案例分析
7.1 北京电视新媒体发展情况与优秀案例分析
7.1.1 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
7.1.2 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
7.1.3 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
7.1.4 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
7.1.5 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
7.2 黑龙江电视新媒体发展情况与优秀案例分析
7.2.1 黑龙江手机电视发展现状与优秀案例分析
（1）黑龙江手机电视发展现状分析
（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
7.3 上海电视新媒体发展情况与优秀案例分析
7.3.1 上海网络电视发展现状与优秀案例分析
（1）上海网络电视发展现状分析
（2）上海网络电视优秀案例分析
7.3.2 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
7.4 江苏电视新媒体发展情况与优秀案例分析
7.4.1 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
7.4.2 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
7.5 江西电视新媒体发展情况与优秀案例分析
7.5.1 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
7.5.2 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
7.6 山东电视新媒体发展情况与优秀案例分析
7.6.1 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
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 河南电视新媒体发展情况与优秀案例分析
7.7.1 河南数字电视发展现状分析
7.7.2 河南手机电视发展现状分析
7.7.3 河南其他新媒体发展现状分析
7.8 广东电视新媒体发展情况与优秀案例分析
7.8.1 广东手机电视发展现状与优秀案例分析
（1）广东手机电视发展现状分析
（2）广东手机电视提供服务分析
7.8.2 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
7.9 云南电视新媒体发展情况与优秀案例分析
7.9.1 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
7.9.2 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“七彩云南”手机电视业务分析
1）企业案例篇
第8章：中国优秀电视台经营情况与节目创新分析
8.1 中央级优秀电视台经营情况与节目创新研究
8.1.1 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）电视节目创新案例研究
（6）电视节目研发最新动向
8.1.2 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）电视节目创新案例研究
8.2 省级优秀电视台经营情况与节目创新研究
8.2.1 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）电视节目创新案例研究
（6）电视节目研发最新动向
8.2.2 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）电视节目创新案例研究
（6）电视节目研发最新动向
8.2.3 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）电视节目创新案例研究
8.2.4 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）电视节目创新案例研究
（6）电视节目研发最新动向
8.2.5 内蒙古电视台
（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）电视节目创新案例研究
8.2.6 辽宁电视台
（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）电视节目研发最新动向
8.2.7 吉林电视台
（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）电视节目创新案例研究
8.2.8 黑龙江电视台
（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）电视节目创新案例研究
8.2.9 上海电视台
（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）电视节目创新案例研究
（6）电视节目研发最新动向
8.2.10 江苏电视台
（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）电视节目创新案例研究
8.2.11 浙江电视台
（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）电视节目创新案例研究
8.2.12 安徽电视台
（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）电视节目创新案例研究
8.2.13 福建电视台
（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）电视节目创新案例研究
8.2.14 江西电视台
（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）电视节目创新案例研究
（6）电视节目研发最新动向
8.2.15 山东电视台
（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）电视节目创新案例研究
8.2.16 河南电视台
（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）电视节目创新案例研究
（6）电视节目研发最新动向
8.2.17 湖北电视台
（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）电视节目创新案例研究
8.2.18 湖南电视台
（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）电视节目创新案例研究
（6）电视节目研发最新动向
8.2.19 广东电视台
（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）电视节目创新案例研究
8.2.20 广西电视台
（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）电视节目创新案例研究
8.2.21 海南电视台
（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
8.2.22 四川电视台
（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）电视节目创新案例研究
8.2.23 贵州电视台
（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）电视节目研发最新动向
8.2.24 云南电视台
（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）电视节目创新案例研究
8.2.25 西藏电视台
（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）电视节目创新案例研究
8.2.26 陕西电视台
（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）电视节目创新案例研究
（6）电视节目研发最新动向
8.2.27 甘肃电视台
（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）电视节目研发最新动向
8.2.28 青海电视台
（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
8.2.29 宁夏电视台
（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）电视节目创新案例研究
8.2.30 新疆电视台
（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）电视节目创新案例研究
8.3 城市电视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：我国电视行业发展相关政策及法律法规
图表4：我国电视节目受众的“碎片化”特征
图表5：2001-2013年我国电视台数量统计（单位：座）
图表6：2007-2013年我国电视节目套数（单位：套）
图表7：2005-2014年我国电视节目制作时间（单位：万小时）
图表8：2014年我国不同类型电视节目制作时间（单位：万小时，%）
图表9：2005-2014年我国电视节目播出时间（单位：万小时）
图表10：2014年我国不同类型电视节目播出时间（单位：万小时，%）
图表11：2001-2014年我国电视节目综合人口覆盖率（单位：%）
图表12：2010-2014年我国有线广播电视用户数及数字电视用户普及程度（单位：万户，%）
图表13：2010-2014年中国广播电视总收入及增长率（单位：亿元，%）
图表14：2010-2014年中国电视广告收入及增长率（单位：亿元，%）
图表15：2010-2014年观众人均每日收视市场（单位：分钟）
图表16：2011-2014年各级频道市场份额对比（单位：%）
图表17：2014年各类节目收视比重（单位：%）
图表18：2009-2013年中国电视节目进口金额及增长率（单位：亿元，%）
图表19：2009-2013年中国电视节目进口数量及增长率（单位：小时，%）
图表20：2013年中国电视节目进口金额区域分布（单位：万元，%）
图表21：2013年中国电视节目进口数量区域分布（单位：小时，%）
图表22：2009-2013年中国电视节目出口金额及增长率（单位：亿元，%）
图表23：2009-2013年中国电视节目出口数量及增长率（单位：小时，%）
图表24：2013年中国电视节目出口金额区域分布（单位：万元，%）
图表25：2013年中国电视节目出口数量区域分布（单位：小时，%）
图表26：2005-2014年北京电视人口覆盖率（单位：%）
图表27：2014年北京制作电视节目时间和播出电视节目时间及增长率（单位：万小时，%）
图表28：2014年北京市有线广播电视用户、数字电视用户、付费数字用户及有线电视用户比重（单位：万户，%）
图表29：2014年北京市广播电视收入情况（单位：亿元，%）
图表30：2005-2014年天津电视人口覆盖率（单位：%）
图表31：2014年天津制作电视节目时间和播出电视节目时间及增长率（单位：万小时，%）
图表32：2014年天津有线广播电视用户、数字电视用户、付费数字用户及有线电视用户比重（单位：万户，%）
图表33：2014年天津市广播电视收入情况（单位：亿元，%）
图表34：2005-2014年河北电视人口覆盖率（单位：%）
图表35：2014年河北制作电视节目时间和播出电视节目时间及增长率（单位：万小时，%）
图表36：2014年河北有线广播电视用户、数字电视用户、付费数字用户及有线电视用户比重（单位：万户，%）
图表37：2014年河北广播电视收入情况（单位：亿元，%）
图表38：2005-2014年山西电视人口覆盖率（单位：%）
图表39：2014年山西制作电视节目时间和播出电视节目时间及增长率（单位：万小时，%）
图表40：2014年山西市有线广播电视用户、数字电视用户、付费数字用户及有线电视用户比重（单位：万户，%）
图表41：2014年山西市广播电视收入情况（单位：亿元，%）

图表42：2005-2014年内蒙古电视人口覆盖率（单位：%）
图表43：2014年内蒙古制作电视节目时间和播出电视节目时间及增长率（单位：万小时，%）
图表44：2014年内蒙古有线广播电视用户、数字电视用户、付费数字用户及有线电视用户比重（单位：万户，%）
图表45：2014年内蒙古广播电视收入情况（单位：亿元，%）
图表46：2005-2014年辽宁电视人口覆盖率（单位：%）
图表47：2014年辽宁制作电视节目时间和播出电视节目时间及增长率（单位：万小时，%）
图表48：2014年辽宁有线广播电视用户、数字电视用户、付费数字用户及有线电视用户比重（单位：万户，%）
图表49：2014年辽宁广播电视收入情况（单位：亿元，%）
图表50：2005-2014年吉林电视人口覆盖率（单位：%）
图表51：2014年吉林制作电视节目时间和播出电视节目时间及增长率（单位：万小时，%）
图表52：2014年吉林有线广播电视用户、数字电视用户、付费数字用户及有线电视用户比重（单位：万户，%）
图表53：2014年吉林广播电视收入情况（单位：亿元，%）
图表54：2005-2014年黑龙江电视人口覆盖率（单位：%）
图表55：2014年黑龙江制作电视节目时间和播出电视节目时间及增长率（单位：万小时，%）
图表56：2014年黑龙江有线广播电视用户、数字电视用户、付费数字用户及有线电视用户比重（单位：万户，%）
图表57：2014年黑龙江广播电视收入情况（单位：亿元，%）
图表58：2005-2014年上海电视人口覆盖率（单位：%）
图表59：2014年上海制作电视节目时间和播出电视节目时间及增长率（单位：万小时，%）
图表60：2014年上海有线广播电视用户、数字电视用户、付费数字用户及有线电视用户比重（单位：万户，%）
图表61：2014年上海广播电视收入情况（单位：亿元，%）
图表62：2005-2014年江苏电视人口覆盖率（单位：%）
图表63：2014年江苏制作电视节目时间和播出电视节目时间及增长率（单位：万小时，%）
图表64：2014年江苏有线广播电视用户、数字电视用户、付费数字用户及有线电视用户比重（单位：万户，%）
图表65：2014年江苏广播电视收入情况（单位：亿元，%）
图表66：2005-2014年浙江电视人口覆盖率（单位：%）
图表67：2014年浙江制作电视节目时间和播出电视节目时间及增长率（单位：万小时，%）
图表68：2014年浙江有线广播电视用户、数字电视用户、付费数字用户及有线电视用户比重（单位：万户，%）
图表69：2014年浙江广播电视收入情况（单位：亿元，%）
图表70：2005-2014年安徽电视人口覆盖率（单位：%）
图表71：2014年安徽制作电视节目时间和播出电视节目时间及增长率（单位：万小时，%）
图表72：2014年安徽有线广播电视用户、数字电视用户、付费数字用户及有线电视用户比重（单位：万户，%）
图表73：2014年安徽广播电视收入情况（单位：亿元，%）
图表74：2005-2014年福建电视人口覆盖率（单位：%）
图表75：2014年福建制作电视节目时间和播出电视节目时间及增长率（单位：万小时，%）
图表76：2014年福建有线广播电视用户、数字电视用户、付费数字用户及有线电视用户比重（单位：万户，%）
图表77：2014年福建广播电视收入情况（单位：亿元，%）
图表78：2005-2014年江西电视人口覆盖率（单位：%）
图表79：2014年江西制作电视节目时间和播出电视节目时间及增长率（单位：万小时，%）
图表80：2014年江西有线广播电视用户、数字电视用户、付费数字用户及有线电视用户比重（单位：万户，%）
图表81：2014年江西广播电视收入情况（单位：亿元，%）
图表82：2005-2014年山东电视人口覆盖率（单位：%）
图表83：2014年山东制作电视节目时间和播出电视节目时间及增长率（单位：万小时，%）
图表84：2014年山东有线广播电视用户、数字电视用户、付费数字用户及有线电视用户比重（单位：万户，%）
图表85：2014年山东广播电视收入情况（单位：亿元，%）
图表86：2005-2014年河南电视人口覆盖率（单位：%）
图表87：2014年河南制作电视节目时间和播出电视节目时间及增长率（单位：万小时，%）
图表88：2014年河南有线广播电视用户、数字电视用户、付费数字用户及有线电视用户比重（单位：万户，%）
图表89：2014年河南广播电视收入情况（单位：亿元，%）
图表90：2005-2014年湖北电视人口覆盖率（单位：%）
图表91：2014年湖北制作电视节目时间和播出电视节目时间及增长率（单位：万小时，%）
图表92：2014年湖北有线广播电视用户、数字电视用户、付费数字用户及有线电视用户比重（单位：万户，%）
图表93：2014年湖北广播电视收入情况（单位：亿元，%）
图表94：2005-2014年湖南电视人口覆盖率（单位：%）
图表95：2014年湖南制作电视节目时间和播出电视节目时间及增长率（单位：万小时，%）
图表96：2014年湖南有线广播电视用户、数字电视用户、付费数字用户及有线电视用户比重（单位：万户，%）
图表97：2014年湖南广播电视收入情况（单位：亿元，%）
图表98：2005-2014年广东电视人口覆盖率（单位：%）
图表99：2014年广东制作电视节目时间和播出电视节目时间及增长率（单位：万小时，%）
图表100：2014年广东有线广播电视用户、数字电视用户、付费数字用户及有线电视用户比重（单位：万户，%）

图表101：2014年广东广播电视收入情况（单位：亿元，%）
图表102：2005-2014年广西电视人口覆盖率（单位：%）
图表103：2014年广西制作电视节目时间和播出电视节目时间及增长率（单位：万小时，%）
图表104：2014年广西有线广播电视用户、数字电视用户、付费数字用户及有线电视用户比重（单位：万户，%）
图表105：2014年广西广播电视收入情况（单位：亿元，%）
图表106：2005-2014年海南电视人口覆盖率（单位：%）
图表107：2014年海南制作电视节目时间和播出电视节目时间及增长率（单位：万小时，%）
图表108：2014年海南有线广播电视用户、数字电视用户、付费数字用户及有线电视用户比重（单位：万户，%）
图表109：2014年海南广播电视收入情况（单位：亿元，%）
图表110：2005-2014年重庆电视人口覆盖率（单位：%）
图表111：2014年重庆制作电视节目时间和播出电视节目时间及增长率（单位：万小时，%）
图表112：2014年重庆有线广播电视用户、数字电视用户、付费数字用户及有线电视用户比重（单位：万户，%）
图表113：2014年重庆广播电视收入情况（单位：亿元，%）
图表114：2005-2014年四川电视人口覆盖率（单位：%）
图表115：2014年四川制作电视节目时间和播出电视节目时间及增长率（单位：万小时，%）
图表116：2014年四川有线广播电视用户、数字电视用户、付费数字用户及有线电视用户比重（单位：万户，%）
图表117：2014年四川广播电视收入情况（单位：亿元，%）
图表118：2005-2014年贵州电视人口覆盖率（单位：%）
图表119：2014年贵州制作电视节目时间和播出电视节目时间及增长率（单位：万小时，%）
图表120：2014年贵州有线广播电视用户、数字电视用户、付费数字用户及有线电视用户比重（单位：万户，%）

……略

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！