

# 2023-2029年中国电视台行业研究与投资战略研究报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国电视台行业研究与投资战略研究报告》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.chinairr.org/report/R03/R0301/202307/21-535415.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国电视台行业研究与投资战略研究报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

随着国内省级卫视的快速崛起，电视台行业竞争也在不断加剧。国内优秀的电视台愈来愈重视对行业市场的研究，特别是对发展环境和客户需求趋势变化的深入研究。正因为如此，一大批国内优秀的电视台品牌迅速崛起，逐渐成为电视台行业中的翘楚！

本报告利用资讯长期对电视台行业跟踪搜集的一手市场数据，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。报告主要分析了电视产业发展背景；电视台运营相关行业发展情况；电视台总体运营情况；电视台各类节目运营情况；电视台竞争格局；重点地区电视媒体发展情况。同时，佐之以全行业近年来全面详实的一手连续性市场数据，让您全面、准确地把握整个电视台行业的市场走向和发展趋势。

报告目录：

### 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

##### 1.1.1 定义

##### 1.1.2 产业链

#### 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

##### 1.2.2 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

### 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：中国电视台运营产业环境分析

### 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

(1) 2014年广告业各细分广告收入规模变化情况

(2) 2014年广告花费月度变化情况

#### 2.1.3 广告行业投放格局分析

(1) 2017年广告投放行业分析

(2) 2017年广告投放企业分析

(3) 2017年广告投放品牌分析

#### 2.1.4 广告行业发展趋势分析

(1) 广告与营销一体化

(2) 集团化与专业化发展

(3) 本土与国际接轨

(4) 媒体投放效果可测性要求提高

(5) 广告行业越来越重视资本运作

(6) 数字化技术成为影响广告业发展的重要力量

(7) 广告行业的竞争趋向两极化

(8) 投资并购是未来的发展趋势

### 2.1.5 广告行业发展前景分析

## 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

(1) 进口剧播放情况

(2) 进口剧题材类型

### 2.2.3 电视剧制作行业格局

### 2.2.4 电视剧行业主要问题

(1) 行业资本泡沫多

(2) 电视剧出口不力

### 2.2.5 电视剧行业发展趋势

(1) “独播化”推升优质电视剧需求

(2) 优质电视剧价格上涨趋势仍将持续

(3) 优质剧与普通剧价格差距持续扩大

(4) 国内定制剧将占据主流市场

## 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

(1) 制片机构市场份额

(2) 发行机构市场份额

### 2.3.5 电影产业发展趋势

(1) 我国电影市场未来仍将保持快速发展

(2) 巨幕投资成为影院建设重要影响因素

(3) 电影相关产业与衍生品起步发展

(4) 新媒体发展，开拓电影市场新渠道

## 2.4 在线视频行业发展分析

### 2.4.1 在线视频行业发展现状

### 2.4.2 在线视频行业收入构成

### 2.4.3 在线视频广告市场规模

### 2.4.4 在线视频行业发展趋势

- (1) 移动端商业化深入
- (2) 自制内容营销价值逐渐上升
- (3) 互联网电视大势所趋
- (4) 大电影成为发展趋势
- (5) 视频广告产品化
- (6) 行业投资并购趋势加强

## 2.5 其他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) 数字期刊发展现状分析
- (4) 期刊行业发展趋势分析

### 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) 数字报纸发展现状分析
- (4) 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：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

- (1) 创始阶段：（1958年&mdash;&mdash;上个世纪70年代末）
- (2) 发展阶段：（上个世纪80年代）
- (3) 市场竞争阶段：（上个世纪90年代）
- (4) 整合与数字化阶段（21世纪初至今）

#### 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 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 电视节目制播情况分析
  - 3.3.1 电视节目制作情况分析
    - (1) 电视节目套数
    - (2) 电视节目制作时间
  - 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 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 电视收视量的观众行为
  - 3.4.4 电视收视量的全年走势
  - 3.4.5 电视收视量的全天走势
- 3.5 电视台创收情况分析
  - 3.5.1 电视台创收规模分析
  - 3.5.2 电视广告市场发展分析
    - (1) 电视广告花费和时长分析
    - (2) 电视广告投放额变化
    - (3) 电视广告投放行业分布
    - (4) 电视广告发展前景预测

#### 第4章：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 各级频道收视格局分析

### 4.2.1 各级频道总体收视格局

### 4.2.2 各级频道时段收视表现

### 4.2.3 各级频道竞争力分析

### 4.2.4 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) 在不同职业观众中的市场份额

(5) 在不同收入观众中的市场份额

## 4.3 各级频道收入格局分析

### 4.3.1 电视广告投放频道格局

### 4.3.2 电视广告投放排名情况

(1) 广告投放额排名前十的省级卫视频道

(2) 广告投放额排名前十的省会城市电视台

### 4.3.3 各级频道广告收入情况

### 4.3.4 各级频道广告投放行业与品牌

(1) 中央电视台广告投放行业与品牌

(2) 省级卫视广告投放行业与品牌

## 第5章：中国电视台各类节目运营情况分析

## 5.1 电视节目市场格局分析

### 5.1.1 全国市场各类节目的收视份额

### 5.1.2 各级频道主要节目类型收视表现

(1) 中央台和省卫视频道

(2) 省级地面频道和城市台频道

### 5.1.3 不同观众群体对不同节目类型收视表现

(1) 不同性别和年龄观众对各类节目的收视比重

(2) 不同受教育程度和收入观众对各类节目的收视比重

(3) 不同职业观众对各类节目的收视比重

## 5.2 电视剧运营情况分析

### 5.2.1 电视剧的创作与播出



## 5.2.2 电视剧的发行与播出

## 5.2.3 电视剧的播出与收视

## 5.2.4 各级频道电视剧竞争格局

## 5.2.5 引进剧播出与收视情况分析

## 5.3 综艺娱乐节目运营情况分析

### 5.3.1 综艺娱乐节目整体收视情况

### 5.3.2 综艺娱乐节目收视竞争格局

### 5.3.3 各级频道综艺娱乐节目发展动向

### 5.3.4 综艺娱乐节目总体发展特点分析

(1) “大投资”VS“大回报”;

(2) “合作研发”成为新的版权合作模式

(3) 自制综艺激荡互联网

## 5.4 新闻节目运营情况分析

### 5.4.1 新闻节目整体收播情况

### 5.4.2 新闻节目收视市场竞争格局

### 5.4.3 新闻节目观众特征

### 5.4.4 各级频道新闻节目收播情况

(1) 中央级频道新闻节目收播概况

(2) 省级上星频道新闻节目收播概况

(3) 地面频道新闻节目收播概况

## 5.5 体育节目运营情况分析

### 5.5.1 体育节目整体播出与收视情况

### 5.5.2 体育节目收视市场竞争概况

### 5.5.3 体育节目观众特征

### 5.5.4 中央五套体育节目收视情况

(1) 中央台五套的整体收视概况

(2) 重点赛事收视表现

(3) 主要运动项目播出与收视情况

## 5.6 晚间新节目运营情况分析

### 5.6.1 晚间新节目播出情况

### 5.6.2 上星频道常态新节目收视情况

### 5.6.3 节目创新总体特点分析

## 第6章：中国重点地区电视媒体发展状况

### 6.1 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 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 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 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 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 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 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 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

### 6.8.5 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 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 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 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 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 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 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 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

## 第7章：中国电视台发展前景与战略分析

### 7.1 电视媒体发展前景预测

#### 7.1.1 电视媒体面临的挑战

- (1) 来自平台竞争的挑战。
- (2) 来自内容组合的竞争。
- (3) 新媒体技术的发展，让传统媒体的创新变革滞后。
- (4) 来自自媒体时代的冲击。

#### 7.1.2 电视媒体面临的机遇

- (1) 继续提升传统电视媒体的权威性和公信力，新闻可信度以及深度剖析的评论能力。
- (2) 继续做大做强内容，专业内容所带来的核心竞争力。

(3) 全媒体融合，开拓传统电视媒体市场，更好地抓住受众，服务受众。

#### 7.1.3 电视媒体发展前景预测

### 7.2 新形势下省级卫视发展战略

#### 7.2.1 省级卫视面临的新形势

- (1) 整体发展不均衡
- (2) 同质化竞争激烈
- (3) 来自新媒体的挑战

#### 7.2.2 省级卫视发展战略

- (1) 合纵连横，拓展渠道
- (2) 创新节目模式，实行特质化、差异化竞争
- (3) 实行立体化营销，延伸产业链

### 7.3 新形势下城市电视台发展战略

#### 7.3.1 城市电视台发展困境

#### 7.3.2 城市电视台发展战略

## 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：国家关于制播分离的政策导向分析

图表4：“限娱令”主要内容

图表5：“限广令”主要内容

图表6：中国电视广告投放额及增长率（单位：亿元，%）

图表7：我国城市化水平（单位：%）

图表8：2016-2021年我国家庭户规模变化情况（单位：万户，人/户）

图表9：2016-2021年中国城镇居民家庭人均可支配收入变化情况（单位：元，%）

图表10：2016-2021年中国农村居民家庭人均纯收入变化情况（单位：元，%）

图表11：2016-2021年社会消费品零售总额主要消费产品结构变化（单位：%）

图表12：全国观众电视节目收视决定权分布（单位：%）

图表13：电视观众收视选择方式（单位：%）

图表14：观众最喜欢的节目及所属频道（单位：%）

图表15：当前视频服务模式

图表16：“一云多屏”的视频服务格局



图表17：我国电视台价值链体系图

图表18：中国广告市场规模及增长率（单位：亿元，%）

图表19：各细分广告收入变化情况（单位：%）

图表20：传统广告花费月度变化情况（单位：%）

图表21：全国市场各行业广告投放变化（单位：百万元）

图表22：同比增长最快的前二十行业小类（单位：%）

图表23：广告花费TOP20企业（单位：%）

图表24：广告花费TOP20品牌（单位：%）

图表25：广告行业渠道分布情况（单位：%）

图表26：广告业市场十大并购事件（单位：亿元，万美元，%）

图表27：2022-2027年广告业市场规模及增长率预测（单位：亿元）

图表28：2016-2021年中国电视剧制作机构数量变化（单位：家）

图表29：2017-2021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30：电视剧交易额及获准发行新剧数量（单位：亿元，部）

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0301/202307/21-535415.html>