

# 2017-2022年中国广播电视产业竞争态势及发展前景预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国广播电视产业竞争态势及发展前景预测报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201704/511321.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

2015年，我国广播电视行业总收入达到4,634.56亿元，同比增长9.66%。2010-2015年间全国电视节目制作时间从274.29万小时增长到352.02万小时，增长率达到28%。演播室的设计安排是录制电视节目所必需的，直接关系到电视节目的制作、播出质量和使用效果，其包含的设施包括舞台机械、灯光设备、音响设备等演艺设备及观众席所需的活动看台。电视演播室是舞台设施重要的应用领域之一，广

播电视事业的发展壮大对舞台机械、灯光音响等舞台设施的发展非常有利。

2008-2015年国内持有《广播电视节目制作经营许可证》机构数量走势

智研咨询发布的《2017-2022年中国广播电视产业竞争态势及发展前景预测报》共十二章。首先介绍了广播电视行业市场发展环境、广播电视整体运行态势等，接着分析了广播电视行业市场运行的现状，然后介绍了广播电视市场竞争格局。随后，报告对广播电视做了重点企业经营状况分析，最后分析了广播电视行业发展趋势与投资预测。您若想对广播电视产业有个系统的了解或者想投资广播电视行业，本报告是您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。

报告目录：

第一章 中国电视广播概述 14

第一节 电视广播概述 14

第二节 电视广播特点 14

第三节 中国电视广播发展历程 14

第二章 中国电视广播产业发展环境分析 16

第一节 2016年中国宏观经济运行环境分析 16

一、2016年中国GDP增长情况分析 16

二、2016年全社会消费品零售总额 17

三、2016年城乡居民收入增长分析 18

四、2016年居民消费价格变化分析 19

第二节 中国电视广播产业发展政策环境 20

一、电视广播行业主要行政法规 20

二、广播电视广告播出管理办法的补充规定 21

三、有线广播电视运营服务管理暂行规定 21

四、鼓励和引导民间资本投资广播影视产业的实施意见 21

五、关于进一步加强网络剧、微电影等网络视听节目管理的通知 21

六、广电总局关于促进主流媒体发展网络广播电视台的意见 22

七、广播电视业“营改增”试点有关规定 23

第三章 中国电视广播行业总体发展情况 24

第一节 2016年广播电视行业发展回顾 24

一、三网融合试点工作收官 24

二、有线网络整合步伐加快 25

三、NGB取得实质性进展 26

四、高清与3D电视增长迅速 26

五、建立综合立体传输覆盖体系 27

（一）地面数字电视发展迅速 27

（二）“户户通”工程和西新工程 28

（三）CMMB开展新业务新服务 29

六、新媒体行业发展良好 30

（一）互联网电视飞速发展 30

（二）IPTV发展趋势良好 33

（三）OTT+DVB发展迅速 36

（四）一云多屏成为大趋势 37

第二节 广播电视产业链结构 38

一、内容制作商概述 38

二、付费内容商概述 39

三、网络运营商概述 39

四、最终用户的概述 39

五、终端制造商概述 39

第三节 广播电视产业发展模式特点 39

一、培育核心优势 40

二、创新驱动，创优引导 40

三、可持续的盈利模式 40

第四节 2016年电视广播行业发展分析 40

一、电视广播播出机构 40

二、电视广播节目数量 41

三、广播电视行业市场规模 42

四、广播电视行业市场结构 42

（一）广播电视广告市场规模 43

（二）有线网络产业市场规模 44

## 第四章 中国电视产业发展分析 45

### 第一节 有线电视 45

一、有线电视网络行业特征 45

二、有线电视用户规模分析 46

三、中国有线电视收费分析 48

### 第二节 数字电视 49

一、数字电视发展历程 49

二、数字电视用户规模 50

三、数字电视普及情况 51

### 第三节 网络电视 52

一、网络电视概述 52

二、网络电视用户数量 52

三、网络视听发展分析 53

### 第四节 移动电视 54

一、移动电视概述 54

二、手机网民数量 54

三、手机视频网民规模 55

### 第五节 中国电视节目制作情况 56

一、电视节目制作时间 56

二、电视剧产量情况 56

三、电视剧题材分类 57

四、数字电视内容发展环境 59

五、不同类型电视节目制作情况 59

（一）新闻类节目制作时间分析 59

（二）专题类节目制作时间分析 60

（三）综艺类节目制作时间分析 60

（四）影视剧节目制作时间分析 60

（五）广告类节目制作时间分析 61

### 第六节 中国电视节目播出情况 61

一、电视节目覆盖情况 61

二、电视节目播出时间 62

三、电视节目播出套数 62

四、电视节目播出数量 63

五、不同类型电视节目播出情况 63

（一）新闻类节目播出时间分析 63

- (二) 专题类节目播出时间分析 64
- (三) 综艺类节目播出时间分析 64
- (四) 影视剧节目播出时间分析 64
- (五) 广告类节目播出时间分析 65
- 第八节 电视产业发展问题及对策 65
  - 一、电视内容发展现存问题 65
  - 二、电视内容产业发展方向 66
  - 三、数字电视增值业务前景 69
- 第五章 2016年中国电视广告投放与竞争格局分析 70
  - 第一节 2016年中国电视广告投放基本情况 70
    - 一、2016年电视广告投放额 70
    - 二、电视广告投放行业排名 70
    - 三、电视广告投放企业排名 71
    - 四、各级电视台广告投放额 72
    - 五、央视广告投放情况分析 73
      - (一) 央视广告投放行业排名 73
      - (二) 央视广告投放品牌排名 73
    - 六、省级卫视广告投放情况分析 74
      - (一) 省级卫视广告投放行业排名 74
      - (二) 省级卫视广告投放品牌排名 74
  - 第二节 2016年中国电视广告市场竞争格局 75
    - 一、频道间竞争 75
      - (一) 各类电视频道广告投放额 75
      - (二) 省级卫视广告投放额排名 76
      - (三) 省会城市电视台广告投放 76
    - 二、行业间竞争 77
- 第六章 中国广播产业发展分析 78
  - 第一节 2016年中国广播业发展分析 78
    - 一、横向拓展，纵向延伸，融合创新 78
      - (一) 横向拓展，丰富频率资源 78
      - (二) 纵向延伸，深化频率改版 79
      - (三) 融合创新频率互动形态 80
    - 二、内容为本，技术为用 80
      - (一) 内容为本，强化广播新闻魅力 80
      - (二) 技术为用，打造立体传播格局 81

- 三、业内聚合，业外联合 81
  - (一) 业内聚合，突破行政壁垒 81
  - (二) 业外联合，主动寻求资源 82
- 第二节 广播产业价值链分析 83
  - 一、广播产业价值链基本模型 83
  - 二、广播产业价值链分化趋势 84
    - (一) 制作社会化 84
    - (二) 交易市场化 84
    - (三) 广告代理专业化 84
    - (四) 媒介调查专业化 85
  - 三、广播产业价值链整合趋势 85
    - (一) 跨媒体融合 85
    - (二) 跨地区整合 86
  - 四、广播产业价值链延伸趋势 86
- 第三节 中国广播节目制作情况 86
  - 一、广播电台数量 86
  - 二、广播节目制作时间 87
  - 三、不同类型电视节目制作情况 89
    - (一) 新闻类节目制作时间分析 89
    - (二) 专题类节目制作时间分析 89
    - (三) 综艺类节目制作时间分析 89
    - (四) 广播剧节目制作时间分析 90
    - (五) 广告类节目制作时间分析 90
- 第四节 中国广播节目播出情况 91
  - 一、广播节目覆盖情况 91
  - 二、广播节目播出数量 92
  - 三、广播节目播出时间 93
  - 四、不同类型广播节目播出情况 94
    - (一) 新闻类节目播出时间分析 94
    - (二) 专题类节目播出时间分析 95
    - (三) 综艺类节目播出时间分析 95
    - (四) 广播剧节目播出时间分析 95
    - (五) 广告类节目播出时间分析 96
- 第五节 中国广播产业化发展的瓶颈 96
  - 一、意识形态的制约 96

- 二、体制性障碍制约 97
- 三、局限性障碍制约 97
- 第六节 中国广播产业发展的对策 98
  - 一、应充分深刻认识广播产业属性 98
  - 二、深化广播体制改革及体制创新 98
  - 三、加快政策研究和国际趋势接轨 99
  - 四、加快广播人才培养以突破瓶颈 100
  - 五、跟上世界新技术发展数字广播 101
- 第七章 2016年中国广播广告市场透析 102
  - 第一节 各类频率在不同收听场所市场份额 102
  - 第二节 不同品类广告投放量分析 103
    - 一、在交通、音乐广播投放量比重 103
    - 二、在新闻综合类广播投放量比重 104
  - 第三节 三大城市广播广告投放量分析 104
  - 第四节 中国广播广告前景分析 107
- 第八章 2016年电视节目收视调研分析 108
  - 第一节 多元媒介下的电视受众分析 108
    - 一、新媒体传播环境下受众分化 108
    - 二、电视观众与网民的身份融合 108
    - 三、融合性媒介使用与媒介分工 109
    - 四、媒介使用习惯的流动与互补 111
  - 第二节 观众收看电视节目基本情况 113
    - 一、观众收看电视节目时长分析 113
      - (一) 观众人均每天收看电视时长 113
      - (二) 各年龄段观众人均收视时长 114
      - (三) 所有频道全天收视率的走势 115
    - 二、各级电视频道总体竞争情况 115
      - (一) 各级电视频道市场份额分析 115
      - (二) 各级频道不同年龄观众份额 116
      - (三) 各级频道不同时段收视情况 117
    - 三、各级电视频道内部竞争情况 118
      - (一) 中央台频道 118
      - (二) 省级卫视台 119
      - (三) 市级台频道 120
  - 第三节 主要电视节目收视情况分析 121



- 一、各类电视节目收视总体情况 121
  - (一) 各类电视节目收视比重分析 121
  - (二) 各级频道各类节目收视比重 122
- 二、电视剧节目的收视市场分析 123
  - (一) 电视剧题材播出收视情况 123
  - (二) 不同观众人均日收看时长 124
  - (三) 不同时段电视剧收视情况 125
  - (四) 各级频道电视剧收视份额 126
  - (五) 主要电视剧收视情况分析 127
- 三、新闻节目观众收视情况调查 129
  - (一) 各类新闻节目观众构成 129
  - (二) 新闻节目人均收视时长 130
  - (三) 新闻节目收播比重分析 131
  - (四) 各级频道新闻节目份额 132
- 四、综艺节目观众收视情况调查 132
  - (一) 综艺节目人均收视时长 132
    - (1) 年均收视量 132
    - (2) 月均收视量 133
    - (3) 周均收视量 133
    - (4) 分时段收视量 134
  - (二) 各级频道综艺节目收视份额 135
    - (1) 各级频道综艺节目收视份额 135
    - (2) 各级频道综艺节目收播比重 136
    - (3) 综艺节目收视份额频道排名 136
  - (三) 主要综艺节目收视情况分析 137
    - (1) 央视综艺节目 137
    - (2) 声音选秀节目 138
    - (3) 婚恋交友节目 139
    - (4) 职场类节目 140
    - (5) 真人秀节目 140
- 第九章 2016年广播收听市场调研分析 142
  - 第一节 不同场所广播收听市场分析 142
    - 一、不同场所广播收听主要时段 142
    - 二、不同场所广播收听人均时长 143
      - (一) 在家里 143

- (二) 在车上 143
- (三) 工作/学习场所 144
- (四) 其他场所 144
- 三、不同场所广播听众结构分析 144
  - (一) 性别结构 145
  - (二) 年龄结构 145
  - (三) 学历结构 146
  - (四) 收入结构 147
- 第二节 不同类别广播收听市场分析 148
  - 一、不同广播类别主要时段收听率 148
  - 二、不同广播类别收听比重分析 149
    - (一) 新闻 149
    - (二) 交通 150
    - (三) 音乐 150
    - (四) 文艺 150
    - (五) 生活 151
    - (六) 经济 151
    - (七) 其他 151
  - 三、不同广播类别听众市场份额 152
    - (一) 性别结构 152
    - (二) 年龄结构 152
    - (三) 学历结构 153
    - (四) 收入结构 153
  - 四、各地收听率排名第一的广播频率 154
- 第三节 不同电台类别广播收听市场分析 155
  - 一、不同电台类别收听比重分析 155
  - 二、不同电台类别人均收听时长比重 156
  - 三、不同电台类型主要城市收听份额 156
    - (一) 中央电台 156
    - (二) 省级电台 157
    - (三) 市级电台 158
    - (四) 其他电台 159
- 第四节 移动广播电台用户行为分析 160
  - 一、移动广播电台用户联网方式 160
  - 二、移动广播电台用户收听时段 161

- 三、移动广播电台用户收听时长 162
- 四、移动广播电台用户收听类型 162
- 五、移动广播电台用户收听排行 163
- 第十章 中国电视广播台发展情况 164
- 第一节 中国主要电视台发展分析 164
- 一、中央电视台 164
  - (一) 形象定位 164
  - (二) 节目特点 165
  - (三) 代表节目 165
  - (四) 广告招标额 168
- 二、湖南卫视 168
  - (一) 形象定位 168
  - (二) 节目特点 168
  - (三) 代表节目 169
  - (四) 广告投放额 169
- 三、江苏卫视 170
  - (一) 形象定位 170
  - (二) 节目特点 170
  - (三) 代表节目 170
  - (四) 广告投放额 171
- 四、浙江卫视 171
  - (一) 形象定位 171
  - (二) 节目特点 172
  - (三) 代表节目 172
  - (四) 广告投放额 173
- 五、天津卫视 173
  - (一) 形象定位 173
  - (二) 节目特点 173
  - (三) 代表节目 174
  - (四) 广告投放额 175
- 第二节 中国主要广播台发展分析 175
- 一、济南新闻广播 175
  - (一) 发展历程 175
  - (二) 形象定位 175
  - (三) 收听频率 176

## 二、天津交通广播 176

(一) 发展历程 176

(二) 形象定位 177

(三) 收听频率 177

## 三、厦门音乐广播 178

(一) 发展历程 178

(二) 形象定位 178

(三) 收听频率 178

## 四、济南经济广播 179

(一) 发展历程 179

(二) 形象定位 179

(三) 收听频率 180

## 五、黑龙江都市女性广播 180

(一) 发展历程 180

(二) 形象定位 181

(三) 收听频率 181

## 第三节 省级广播电视台发展分析 181

### 一、陕西广播电视台 181

(一) 发展历程 181

(二) 形象定位 182

(三) 电视频道 182

(四) 广播频率 182

### 二、辽宁广播电视台 183

(一) 发展历程 183

(二) 形象定位 184

(三) 电视频道 184

(四) 广播频率 185

### 三、江西广播电视台 185

(一) 发展历程 185

(二) 形象定位 186

(三) 电视频道 186

(四) 广播频率 187

### 四、山西广播电视台 188

(一) 发展历程 188

(二) 形象定位 188

- (三) 电视频道 188
- (四) 广播频率 189
- 五、甘肃省广播电影电视总台 190
  - (一) 发展历程 190
  - (二) 形象定位 190
  - (三) 电视频道 190
  - (四) 广播频率 191
- 第十一章 广播电视设备技术及应用趋势分析 192
  - 第一节 “三网融合” 192
    - 一、三网融合相关政策分析 192
    - 二、三网融合发展重点分析 192
    - 三、三网融合前后方案对比 193
    - 四、三网融合关键技术分析 194
    - 五、三网融合试点城市分析 195
    - 六、三网融合建设进展分析 197
    - 七、三网融合投资机会分析 197
      - (一) 电信运营商投资机会 197
      - (二) 有线运营商投资机会 198
      - (三) 系统提供商投资机会 198
    - 八、三网融合对设备的影响 198
  - 第二节 “NGB” 198
    - 一、NGB相关政策分析 198
    - 二、NGB发展重点分析 199
    - 三、NGB接入技术分析 199
    - 四、NGB技术标准分析 201
    - 五、NGB发展特征分析 203
    - 六、NGB带宽需求分析 204
    - 七、NGB建设进展分析 205
    - 八、NGB对设备的影响 206
  - 第三节 双向接入网 208
    - 一、双向网建设必要性 208
    - 二、双向网改造技术比较 208
    - 三、双向网主流技术分析 209
    - 四、双向网接入成本比较 210
      - (一) CMTS + CM 210

- (二) EPON + LAN 211
- (三) EPON + EOC 212
- 五、双向网改造份额比较 213
- 六、双向网对设备的影响 214
- 第十二章 中国电视广播产业发展前景及投融资分析 216
- 第一节 中国电视广播产业发展机遇 216
- 一、政策支持 216
- 二、体制突破 216
- 三、融合发展 216
- 四、转型升级 217
- 第二节 2017-2022年中国电视广播行业市场规模预测 217
- 第三节 中国电视广播产业发展路径选择 218
- 一、推进体制机制改革 218
- 二、推进产业资源整合 219
- 三、推进产业差异定位 219
- 四、加快提升产业品质 220
- 五、推进与新媒体融合 221
- 第四节 中国广播电视产业投融资分析 221
- 一、广播电视投融资现行政策 221
- 二、广播电视资金主要来源 222
- 三、广播电视投融资政策建议 222
- (一) 加大政策性融资力度 222
- (二) 构造投融资运营主体 223
- (三) 组建产业和创业投资基金 223
- (四) 加大间接融资支持力度 223
- (五) 鼓励优质企业上市融资 224 (ZY GXH)

图表目录：

- 图表 1 2016年国内生产总值构成及增长速度统计 17
- 图表 2 2011-2016年中国国内生产总值及增长变化趋势图 18
- 图表 3 2011-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 19
- 图表 4 2011-2016年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 20
- 图表 5 2011-2016年农村居民人均纯收入及增长趋势图 20
- 图表 6 2016-2016年中国居民消费价格月度变化趋势图 21
- 图表 7 电视广播行业主要行政法规列表 21
- 图表 8 广播电视产业链结构图 39

- 图表 9 2010-2016年中国广播电视播出机构数量统计 42
- 图表 10 2016年中国广播电视播出机构构成情况 42
- 图表 11 2011-2016年中国广播电视节目数量变化趋势图 43
- 图表 12 2010-2016年中国广播电视市场规模变化趋势图 43
- 图表 13 2016年广播电视行业收入结构 44
- 图表 14 2010-2016年中国广播电视收入结构变化趋势图 44
- 图表 15 2010-2016年中国广播电视广告收入变化趋势图 45
- 图表 16 2010-2016年中国广播电视有线网络产业收入变化趋势图 45
- 图表 17 2010-2016年中国有线电视用户规模统计 48
- 图表 18 中国主要省区有线电视用户规模及所占比例 48
- 图表 19 2010-2016年中国有线数字电视用户规模变化趋势图 51
- 图表 20 中国主要省区数字电视用户规模及所占比例 51
- 图表 21 2010-2016年中国有线数字电视渗透情况变化趋势图 53
- 图表 22 2011-2016年中国IPTV用户数量变化趋势图 54
- 图表 23 2011-2016年中国手机网民规模变化趋势图 56
- 图表 24 2011-2016年中国手机网络视频网民数变化趋势图 56
- 图表 25 2010-2016年中国电视节目制作时间统计 57
- 图表 26 2010-2016年中国电视剧产量变化趋势图 58
- 图表 27 2010-2016年中国电视剧集数变化趋势图 58
- 图表 28 2016年度全国获准发行国产电视剧题材统计表 59
- 图表 29 中国电视新闻类节目制作时间情况 61
- 图表 30 中国电视专题类节目制作时间情况 61
- 图表 31 中国电视综艺类节目制作时间情况 61
- 图表 32 中国电视影视剧类节目制作时间 62
- 图表 33 中国电视广告类节目制作时间情况 62
- 图表 34 2010-2016年中国电视节目人口覆盖率变化趋势图 63
- 图表 35 中国公共电视节目播出时间统计 63
- 图表 36 中国电视节目播出套数统计 64
- 图表 37 中国电视节目播出数量统计 64
- 图表 38 中国电视新闻资讯类节目播出时间情况 65
- 图表 39 中国电视专题服务类节目播出时间情况 65
- 图表 40 中国电视综艺益智类节目播出时间情况 65
- 图表 41 中国电视广播(影视)剧类节目播出时间情况 66
- 图表 42 中国电视广告类节目播出时间情况 66
- 图表 43 2011-2016年中国电视广告投放额变化趋势图 71

- 图表 44 2011-2016年中国电视广告投放额行业排名 72
- 图表 45 2011-2016年中国电视广告投放额企业排名 73
- 图表 46 2011-2016年各级电视台广告投放额变化趋势图 73
- 图表 47 2011-2016年央视分行业广告投放额TOP5 74
- 图表 48 2011-2016年央视分品牌广告投放额TOP5 75
- 图表 49 2011-2016年省级卫视广告分行业投放额TOP5 75
- 图表 50 2011-2016年省级卫视广告分品牌投放额TOP5 76
- 图表 51 2011-2016年各类电视频道广告投放额所占份额及其变化 76
- 图表 52 2011-2016年广告投放额排名前10位的省级卫视频道 77
- 图表 53 2011-2016年广告投放额排名前10位的省会城市电视台 78
- 图表 54 2011-2016年中国广播电台数量变化趋势图 88
- 图表 55 2010-2016年广播节目制作时间变化趋势图 88
- 图表 56 各地区广播节目制作时间统计 89
- 图表 57 中国广播新闻类节目制作时间统计 90
- 图表 58 中国广播专题类节目制作时间统计 90
- 图表 59 中国广播综艺类节目制作时间统计 91
- 图表 60 中国广播剧节目制作时间统计 91
- 图表 61 中国广播广告类节目制作时间情况 91
- 图表 62 2010-2016年中国广播节目综合人口覆盖率变化趋势图 92
- 图表 63 各地区广播电视节目综合人口覆盖情况 92
- 图表 64 2011-2016年中国广播节目数量变化趋势图 94
- 图表 65 中国公共广播节目播出时间统计 94
- 图表 66 各地区地区广播节目播出时间统计 94
- 图表 67 中国广播新闻资讯类节目播出时间情况 96
- 图表 68 中国广播专题服务类节目播出时间情况 96
- 图表 69 中国广播综艺益智类节目播出时间情况 96
- 图表 70 中国广播剧类节目播出时间情况 97
- 图表 71 中国广播广告类节目播出时间情况 97
- 图表 72 2016年各类频率在不同收听场所的市场份额 103
- 图表 73 不同品类广告在交通、音乐类广播投放量比重比较 104
- 图表 74 不同品类广告在新闻综合类广播投放量比重比较 105
- 图表 75 2016年三大城市不同品类广告投放量比重 107
- 图表 76 2011-2016年三大城市广播市场不同品类广告增减幅度对照表 107
- 图表 77 通过电视、互联网深入了解重大事件原因的观众选择比例 111
- 图表 78 网上收看电视节目原因的观众选择比例 113



- 图表 79 2002-2016年观众人均每日收看电视时长 114
- 图表 80 2011-2016年所有调查城市观众规模与收视时长 115
- 图表 81 2011-2016年各年龄段观众人均日收视时长 115
- 图表 82 2011-2016年所有频道全天收视率走势 116
- 图表 83 2016年各级电视频道市场份额 117
- 图表 84 2011-2016年各级电视频道市场份额对比 117
- 图表 85 2016年各级频道不同年龄段观众市场份额对比 118
- 图表 86 2011-2016年各级频道全天收视率走势对比 119
- 图表 87 2016年中央台各频道收视份额贡献 119
- 图表 88 2010-2016年省级卫视市场份额对比 120
- 图表 89 2016年省级地面频道晚间在本省市场份额 121
- 图表 90 2016年省级地面频道在省网与省会晚间竞争力差异 121
- 图表 91 2016年117个地级市晚间市场份额 122
- 图表 92 2016年各类电视节目收视比重 123
- 图表 93 2010-2016年各类电视节目播出与收视比重 123
- 图表 94 2016年各级频道不同类别节目收视比重 124
- 图表 95 2016年各类题材电视剧的编播及收视比重 125
- 图表 96 2016年不同观众群人均每天收看电视剧的分钟数 126
- 图表 97 2016年不同时间段电视剧播出量与收视量对比 127
- 图表 98 2016年各级频道电视剧收视份额 128
- 图表 99 2016年多家上星首播剧总收视率较高的剧目 128
- 图表 100 2016年卫视频道平均收视率超过2%的电视剧 129
- 图表 101 2016年各地表现突出的电视剧 130
- 图表 102 2016年各类型新闻节目观众构成 131
- 图表 103 2016年所有节目与新闻节目全天收视走势 131
- 图表 104 2011-2016年新闻节目的收播比重及资源使用效率 132
- 图表 105 2016年各类新闻节目的播出和收视比重 132
- 图表 106 2010-2016年各级频道新闻节目收视份额 133
- 图表 107 2010-2016年综艺节目的全年人均收视时长及增幅 134
- 图表 108 2010-2016年综艺节目分月收视量比较 134
- 图表 109 2010-2016年综艺节目分周天收视量比较 135
- 图表 110 2010-2016年综艺节目全天分时段收视量对比 136
- 图表 111 2010-2016年各级频道综艺节目收视份额 136
- 图表 112 2011-2016年各级频道综艺节目收播比重 137
- 图表 113 2011-2016年综艺节目收视份额排名前10位的频道 138

- 图表 114 《直通春晚》每期收视走势图 139
- 图表 115 2016年暑期《中国好声音》每期收视走势 140
- 图表 116 2011-2016年《非诚勿扰》月度收视走势 140
- 图表 117 浙江卫视《中国梦想秀》第3-4季节目每期收视率走势 142
- 图表 118 不同时段听众在不同场所收听广播的收听率 144
- 图表 119 在家里收听广播市场调研情况 144
- 图表 120 在车上收听广播市场调研情况 145
- 图表 121 在工作/学习场所收听广播市场调研情况 145
- 图表 122 其他场所收听广播市场调研情况 145
- 图表 123 不同性别听众在不同场所收听广播的收听率 146
- 图表 124 不同年龄听众在不同场所收听广播的收听率 147
- 图表 125 不同学历听众在不同场所收听广播的收听率 148
- 图表 126 不同收入听众在不同场所收听广播的收听率 149
- 图表 127 不同广播类别在主要时段的收听率 150
- 图表 128 新闻综合类广播收听比重 151
- 图表 129 交通类广播收听比重 151
- 图表 130 音乐类广播收听比重 151
- 图表 131 文艺类广播收听比重 152
- 图表 132 生活类广播收听比重 152
- 图表 133 经济类广播收听比重 152
- 图表 134 其他类型广播收听比重 153
- 图表 135 不同广播类别在不同性别听众的市场份额 153
- 图表 136 不同广播类别在不同年龄听众的市场份额 154
- 图表 137 不同广播类别在不同学历听众的市场份额 154
- 图表 138 不同广播类别在不同性别听众的市场份额 155
- 图表 139 各地收听率排名第一的广播频率 155
- 图表 140 不同电台类别的收听比重 156
- 图表 141 不同电台类别人均收听时长比重 157
- 图表 142 中央电台在各城市收听份额 158
- 图表 143 省级电台在各城市收听份额 159
- 图表 144 市级电台在各城市收听份额 160
- 图表 145 其他电台在各城市收听份额 161
- 图表 146 2016年移动广播电台APP用户联网方式 162
- 图表 147 2016年移动广播电台APP用户收听时间段分布情况 162
- 图表 148 2016年移动广播电台APP不同城市用户收听平均时长情况 163

- 图表 149 2016年移动广播电台APP用户收听广播类型分布情况 163
- 图表 150 2016年移动广播电台APP用户收听次数TOP15频道 164
- 图表 151 CCTV-1部分代表节目情况 167
- 图表 152 CCTV-2部分代表节目情况 168
- 图表 153 CCTV-3部分代表节目情况 168
- 图表 154 2011-2016年中央电视台广告招标额统计 169
- 图表 155 湖南卫视部分代表节目情况 170
- 图表 156 湖南卫视广告投放额统计 170
- 图表 157 2011-2016年江苏卫视广告投放额统计 172
- 图表 158 浙江卫视部分代表节目情况 173
- 图表 159 2011-2016年浙江卫视广告投放额统计 174
- 图表 160 天津卫视部分代表节目情况 175
- 图表 161 2010-2016年天津卫视广告投放额统计 176
- 图表 162 济南新闻广播收听频率 177
- 图表 163 天津交通广播收听频率 178
- 图表 164 厦门音乐广播收听频率 180
- 图表 165 济南经济广播收听频率 181
- 图表 166 黑龙江都市女性广播收听频率 182
- 图表 167 陕西广播电视台电视频道表 183
- 图表 168 陕西广播电视台广播频率表 184
- 图表 169 辽宁广播电视台电视频道表 185
- 图表 170 辽宁广播电视台广播频率表 186
- 图表 171 江西广播电视台电视频道表 187
- 图表 172 江西广播电视台广播频率表 188
- 图表 173 山西广播电视台电视频道表 190
- 图表 174 山西广播电视台广播频率表 190
- 图表 175 甘肃省广播电影电视总台电视频道表 192
- 图表 176 甘肃省广播电影电视总台广播频率表 192
- 图表 177 三网融合阶段发展重要事件列表 193
- 图表 178 三网融合前示意图 195
- 图表 179 三网融合后示意图 195
- 图表 180 广播式业务带宽需求表 205
- 图表 181 交互式业务带宽需求表 205
- 图表 182 CMTS + CM 接入成本分析 211
- 图表 183 EPON + LAN 接入成本分析 212

图表 184 EPON + EOC接入成本分析 213

图表 185 中国双向网络改造技术方案市场份额 215

图表 186 2017-2022年中国广播电视收入规模预测 219

图表 187 中国广播电视产业投融资现行政策列表 222

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201704/511321.html>