



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国电视节目市场 监测及投资前景分析报告

一、调研说明

《2015-2020年中国电视节目市场监测及投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/254593.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

第一章 中国电视行业发展环境与现状

第一节 中国电视行业发展环境

一、政策环境分析

二、经济环境分析

1、国内宏观经济现状

2、国内宏观经济预测

三、消费环境分析

1、居民消费倾向与行为

2、居民消费结构

3、居民消费信心

四、社会环境分析

第二节 中国电视行业发展现状

一、中国电视台数量

二、中国电视节目发展规模

三、中国电视节目观众需求分析

1、人们对电视节目的实际需求和观看欲望

2、电视节目潜在观众需求

3、中国电视节目需求市场的评价

第二章 中国电视节目行业运行分析

第一节 中国电视节目制作、播出时间分析

一、中国电视节目制作时间分析

1、电视节目制作时间总计

2、新闻类电视节目制作时间

3、专题类电视节目制作时间

4、综艺类电视节目制作时间

5、影视剧类电视节目制作时间

6、广告类电视节目制作时间

7、其他电视节目制作时间

二、中国电视节目播出时间分析

- 1、电视节目播出时间总计
- 2、新闻类电视节目播出时间
- 3、专题类电视节目播出时间
- 4、综艺类电视节目播出时间
- 5、广告类电视节目播出时间
- 6、影视剧类电视节目播出时间
- 7、其他电视节目播出时间

第二节 中国电视节目进出口情况分析

一、中国电视节目进口分析

- 1、中国电视节目进口总金额分析
- 2、中国电视节目进口总数量分析
- 3、中国电视节目进口的区域分析
 - (1) 美国
 - (2) 欧洲
 - (3) 韩国
 - (4) 日本
 - (5) 拉美
 - (6) 非洲

二、中国电视节目出口分析

- 1、中国电视节目出口总金额分析
- 2、中国电视节目出口总数量分析
- 3、中国电视节目出口的区域分析
 - (1) 美国
 - (2) 欧洲
 - (3) 韩国
 - (4) 日本
 - (5) 拉美
 - (6) 非洲

第三章 中国重点区域电视行业发展状况分析

第一节 北京电视行业发展状况

一、北京电视行业基本情况分析

二、北京电视节目制作分析

三、北京电视节目播出分析

第二节 天津电视行业发展状况

一、天津电视行业基本情况分析

二、天津电视节目制作分析

三、天津电视节目播出分析

第三节 河北电视行业发展状况

一、河北电视行业基本情况分析

二、河北电视节目制作分析

三、河北电视节目播出分析

第四节 山西电视行业发展状况

一、山西电视行业基本情况分析

二、山西电视节目制作分析

三、山西电视节目播出分析

第五节 内蒙古电视行业发展状况

一、内蒙古电视行业基本情况分析

二、内蒙古电视节目制作分析

三、内蒙古电视节目播出分析

第六节 辽宁电视行业发展状况

一、辽宁电视行业基本情况分析

二、辽宁电视节目制作分析

三、辽宁电视节目播出分析

第七节 吉林电视行业发展状况

一、吉林电视行业基本情况分析

二、吉林电视节目制作分析

三、吉林电视节目播出分析

第八节 黑龙江电视行业发展状况

一、黑龙江电视行业基本情况分析

二、黑龙江电视节目制作分析

三、黑龙江电视节目播出分析

第九节 上海电视行业发展状况

一、上海电视行业基本情况分析

二、上海电视节目制作分析

三、上海电视节目播出分析

第十节 江苏电视行业发展状况

一、江苏电视行业基本情况分析

二、江苏电视节目制作分析

三、江苏电视节目播出分析

第十一节 浙江电视行业发展状况

一、浙江电视行业基本情况分析

二、浙江电视节目制作分析

三、浙江电视节目播出分析

第十二节 安徽电视行业发展状况

一、安徽电视行业基本情况分析

二、安徽电视节目制作分析

三、安徽电视节目播出分析

第十三节 福建电视行业发展状况

一、福建电视行业基本情况分析

二、福建电视节目制作分析

三、福建电视节目播出分析

第十四节 江西电视行业发展状况

一、江西电视行业基本情况分析

二、江西电视节目制作分析

三、江西电视节目播出分析

第十五节 山东电视行业发展状况

一、山东电视行业基本情况分析

二、山东电视节目制作分析

三、山东电视节目播出分析

第十六节 河南电视行业发展状况

一、河南电视行业基本情况分析

二、河南电视节目制作分析

三、河南电视节目播出分析

第十七节 湖北电视行业发展状况

一、湖北电视行业基本情况分析

二、湖北电视节目制作分析

三、湖北电视节目播出分析

第十八节 湖南电视行业发展状况

一、湖南电视行业基本情况分析

二、湖南电视节目制作分析

三、湖南电视节目播出分析

第十九节 广东电视行业发展状况

一、广东电视行业基本情况分析

二、广东电视节目制作分析

三、广东电视节目播出分析

第二十节 广西电视行业发展状况

一、广西电视行业基本情况分析

二、广西电视节目制作分析

三、广西电视节目播出分析

第二十一节 海南电视行业发展状况

一、海南电视行业基本情况分析

二、海南电视节目制作分析

三、海南电视节目播出分析

第二十二节 重庆电视行业发展状况

一、重庆电视行业基本情况分析

二、重庆电视节目制作分析

三、重庆电视节目播出分析

第二十三节 四川电视行业发展状况

一、四川电视行业基本情况分析

二、四川电视节目制作分析

三、四川电视节目播出分析

第二十四节 贵州电视行业发展状况

一、贵州电视行业基本情况分析

二、贵州电视节目制作分析

三、贵州电视节目播出分析

第二十五节 云南电视行业发展状况

一、云南电视行业基本情况分析

二、云南电视节目制作分析

三、云南电视节目播出分析

第二十六节 西藏电视行业发展状况

一、西藏电视行业基本情况分析

二、西藏电视节目制作分析

三、西藏电视节目播出分析

第二十七节 陕西电视行业发展状况

一、陕西电视行业基本情况分析

二、陕西电视节目制作分析

三、陕西电视节目播出分析

第二十八节 甘肃电视行业发展状况

一、甘肃电视行业基本情况分析

二、甘肃电视节目制作分析

三、甘肃电视节目播出分析

第二十九节 青海电视行业发展状况

一、青海电视行业基本情况分析

二、青海电视节目制作分析

三、青海电视节目播出分析

第三十节 宁夏电视行业发展状况

一、宁夏电视行业基本情况分析

二、宁夏电视节目制作分析

三、宁夏电视节目播出分析

第三十一节 新疆电视行业发展状况

一、新疆电视行业基本情况分析

二、新疆电视节目制作分析

三、新疆电视节目播出分析

第四章 国外优秀电视节目模式与案例分析

第一节 全球电视市场发展状况与趋势

一、全球电视节目类型分析

二、全球人均收视时间分析

三、全球电视节目发展趋势分析

第二节 美国电视节目模式与案例分析

一、美国电视节目市场发展分析

- 1、美国电视节目市场规模
- 2、美国电视节目收视排行
- 3、美国电视节目最新动向

二、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、美国真人秀类节目发展模式
- 3、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

- 4、案例分析——《名人学徒》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

(3) 经验借鉴

- 5、案例分析——《与明星共舞》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

(3) 经验借鉴

- 6、案例分析——《舞林争霸》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

- 7、案例分析——《会跳舞就来》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

- 8、案例分析——《美国偶像》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

第三节 欧洲电视节目模式与案例分析

一、欧洲电视节目市场发展分析

- 1、欧洲电视节目收视排行

2、欧洲电视节目最新动向

二、欧洲真人秀类节目模式与案例分析

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、案例分析——《让我们开开玩笑吧》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

4、案例分析——《业余者大战》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

5、案例分析——《英国达人》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

6、案例分析——《邀你共舞》

(1) 节目简况

(2) 成功秘诀

第四节 日本优秀电视节目模式与案例分析

一、日本电视节目市场发展分析

1、日本电视节目市场规模

2、日本电视节目收视排行

3、日本电视节目最新动向

二、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

三、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

四、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

五、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

六、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——《情报独家爆料》 Presenter

(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

第五节 韩国优秀电视节目模式与案例分析

一、韩国电视节目市场发展分析

1、韩国电视节目市场规模

2、韩国电视节目收视排行

3、韩国电视节目最新动向

二、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

三、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 全球电视节目模式创新案例研究与发展趋势

第一节 中国电视节目模式创新案例与发展趋势研究

一、电视新闻节目模式创新研究与发展趋势

- 1、电视新闻节目模式创新案例解读
- 2、电视新闻节目模式创新趋势研究

二、综艺娱乐节目模式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、综艺娱乐节目模式创新趋势研究

三、谈话类节目模式创新研究与发展趋势

- 1、谈话类节目模式创新案例解读
- 2、谈话类节目模式创新趋势研究

四、社教服务类节目模式创新研究与发展趋势

- 1、社教服务类节目模式创新案例解读
- 2、社教服务类节目模式创新趋势研究

第二节 欧美电视节目模式创新案例与发展趋势研究

一、欧美电视节目模式创新理念

二、真人秀类节目模式创新研究与发展趋势

- 1、真人秀类节目模式创新案例解读
- 2、真人秀类节目模式创新趋势研究

三、游戏娱乐类节目模式创新研究与发展趋势

- 1、游戏娱乐类节目模式创新案例解读
- 2、游戏娱乐类节目模式创新趋势研究

四、生活服务类节目模式创新研究与发展趋势

- 1、生活服务类节目模式创新案例解读
- 2、生活服务类节目模式创新趋势研究

五、美食类节目模式创新研究与发展趋势

1、美食类节目模式创新案例解读

2、美食类节目模式创新趋势研究

第三节 日本电视节目模式创新案例与发展趋势研究

一、日本电视节目模式创新理念

二、真人秀类节目模式创新研究与发展趋势

1、真人秀类节目模式创新案例解读

2、真人秀类节目模式创新趋势研究

三、游戏娱乐类节目模式创新研究与发展趋势

1、游戏娱乐类节目模式创新案例解读

2、游戏娱乐类节目模式创新趋势研究

四、生活服务类节目模式创新研究与发展趋势

1、生活服务类节目模式创新案例解读

2、生活服务类节目模式创新趋势研究

五、美食类节目模式创新研究与发展趋势

1、美食类节目模式创新案例解读

2、美食类节目模式创新趋势研究

第四节 韩国电视节目模式创新案例与发展趋势研究

一、韩国电视节目模式创新理念

二、综艺类节目模式创新研究与发展趋势

1、综艺类节目模式创新案例解读

2、综艺类节目模式创新趋势研究

第六章 中国电视新媒体发展现状与优秀案例分析

第一节 中国电视新媒体发展综述

一、管理政策背景分析

1、相关法律法规介绍

2、电视新媒体行业管理现状

3、电视新媒体管理趋势分析

二、电视新媒体行业发展状况

1、网络电视

(1) 网络电视市场规模

(2) 网络电视版权现状

(3) 网络电视发展趋势

2、IP电视

(1) IP电视主流模式

(2) IP电视受众分析

(3) IP电视发展趋势

3、手机电视

(1) 手机电视市场规模

(2) 手机电视受众分析

(3) 手机电视发展趋势

4、互联网电视

(1) 互联网电视市场规模

(2) 互联网电视最新发展动向

(3) 互联网电视发展趋势

5、公告视听载体

(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

第二节 中国网络电视发展现状分析

一、中国网络电视发展现状

二、中国网络电视盈利模式分析

1、广告模式

2、用户付费模式

3、版权分销模式

4、视频服务模式

5、联合运营模式

第三节 中国重点省市电视新媒体发展现状与优秀案例分析

一、北京电视新媒体发展情况与优秀案例分析

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

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
- 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
- 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
- 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
- 二、黑龙江电视新媒体发展情况与优秀案例分析
 - 1、黑龙江IP电视发展现状与优秀案例分析
 - (1) 黑龙江IP电视发展现状分析
 - (2) 黑龙江IP电视优秀案例分析
 - 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
- 三、上海电视新媒体发展情况与优秀案例分析
 - 1、上海IP电视发展现状与优秀案例分析
 - (1) 上海IP电视发展现状分析
 - (2) 上海IP电视优秀案例分析
 - 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
- 四、江苏电视新媒体发展情况与优秀案例分析
 - 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
 - 2、江苏移动电视发展现状与优秀案例分析
 - (1) 江苏移动电视发展现状分析
 - (2) 江苏IP电视发展现状分析
 - 3、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

五、江西电视新媒体发展情况与优秀案例分析

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

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

六、山东电视新媒体发展情况与优秀案例分析

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

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

七、河南电视新媒体发展情况与优秀案例分析

1、河南手机电视发展现状分析

2、河南手机电视优秀案例分析

八、广东电视新媒体发展情况与优秀案例分析

1、广东移动电视发展现状与优秀案例分析

(1) 广东移动电视发展现状分析

(2) 广东移动电视优秀案例分析

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

九、云南电视新媒体发展情况与优秀案例分析

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

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) 云南手机电视优秀案例分析

第七章 中国优秀电视台经营情况与节目模式创新分析

第一节 中央级优秀电视台经营情况与节目模式创新研究

一、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、电视节目模式创新案例研究

6、电视节目模式研发最新动向

二、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、电视节目模式创新案例研究

第二节 省级优秀电视台经营情况与节目模式创新研究

一、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、电视节目模式创新案例研究

6、电视节目模式研发最新动向

二、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、电视节目模式创新案例研究
- 6、电视节目模式研发最新动向

三、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、电视节目模式创新案例研究

四、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、电视节目模式创新案例研究
- 6、电视节目模式研发最新动向

第八章 研究结论和建议

第一节 研究结论

第二节 建议

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4：2015-2020年社会消费品零售总额增长情况（单位：%）

图表5：2014年社会消费结构明细（单位：亿元，%）

图表6：2015-2020年社会消费品零售总额分月同比增长速度（单位：%）

图表7：2014年社会消费品零售总额主要数据单位：亿元，%）（

图表8：2015-2020年城镇居民可支配收入（单位：元）

图表9：2015-2020年农村居民人均纯收入（单位：元）

图表10：2015-2020年居民消费价格同比上涨比较（单位：%）

图表11：2015-2020年居民消费价格指数（单位：%）

图表12：2014年居民消费价格指数分类别同比涨跌幅度（单位：%）

图表13：2014年居民消费价格指数分类别环比涨跌幅度（单位：%）

图表14：2013-2014年全国电视台数量统计（单位：座）

图表15：2013-2014年电视节目综合人口覆盖率（单位：%）

图表16：近四年农村电视节目综合人口覆盖率（单位：%）

图表17：近四年有线广播电视用户数（单位：万户，%）

图表18：近四年农村有线广播电视用户数（单位：万户，%）

图表19：近四年有线广播电视用户数：数字电视（单位：万户，%）

图表20：近四年电视节目套数（单位：套，%）

图表21：近四年电视节目套数：公共电视（单位：套，%）

图表22：近四年电视节目套数：付费电视（单位：套，%）

图表23：近四年电视节目制作时间（单位：万小时，%）

图表24：近四年公共电视节目播出时间（单位：万小时，%）

图表25：近三年总局直属：全年制作电视节目时间（单位：小时，%）

图表26：最近连续12年中国电视节目制作时间总计（单位：小时，%）

图表27：最近连续12年中国新闻类电视节目制作时间（单位：小时，%）

图表28：最近连续12年中国专题类电视节目制作时间（单位：小时，%）

图表29：最近连续12年中国综艺类电视节目制作时间（单位：小时，%）

图表30：最近连续7年中国影视剧类电视节目制作时间（单位：小时，%）

图表31：最近连续11年中国广告类电视节目制作时间（单位：小时，%）

图表32：最近连续7年中国其他电视节目制作时间（单位：小时，%）

图表33：最近连续7年中国电视节目播出时间总计（单位：小时，%）

图表34：最近连续7年中国中央级电视节目播出时间总计（单位：小时，%）

图表35：最近连续7年中国省级电视节目播出时间总计（单位：小时，%）

图表36：最近连续7年中国新闻资讯类电视节目播出时间（单位：小时，%）

图表37：最近连续7年中国中央级新闻资讯类电视节目播出时间（单位：小时，%）

图表38：最近连续7年中国省级新闻资讯类电视节目播出时间（单位：小时，%）

图表39：最近连续7年中国专题服务类电视节目播出时间（单位：小时，%）

图表40：最近连续7年中国中央级专题服务类电视节目播出时间（单位：小时，%）

图表41：最近连续7年中国省级专题服务类电视节目播出时间（单位：小时，%）

图表42：最近连续7年中国综艺益智类电视节目播出时间（单位：小时，%）

图表43：最近连续7年中国中央级综艺益智类电视节目播出时间（单位：小时，%）

图表44：最近连续7年中国省级综艺益智类电视节目播出时间（单位：小时，%）

图表45：最近连续7年中国广告类电视节目播出时间（单位：小时，%）

图表46：最近连续7年中国中央级广告类电视节目播出时间（单位：小时，%）

图表47：最近连续7年中国省级广告类电视节目播出时间（单位：小时，%）

图表48：最近连续7年中国影视剧类电视节目播出时间（单位：小时，%）

图表49：最近连续7年中国中央级影视剧类电视节目播出时间（单位：小时，%）

图表50：最近连续7年中国省级影视剧类电视节目播出时间（单位：小时，%）

图表51：最近连续7年中国其他电视节目播出时间（单位：小时，%）

图表52：近三年中国电视节目进口金额（单位：万元）

图表53：近三年中国电视剧进口金额（单位：万元）

图表54：近三年中国动画电视进口金额（单位：万元）

图表55：近三年中国电视节目进口数量（单位：小时）

图表56：近三年中国电视剧进口数量（单位：部）

图表57：近三年中国动画电视进口数量（单位：部）

图表58：近三年中国电视节目从美国进口金额（单位：万元）

图表59：近三年中国电视剧从美国进口金额（单位：万元）

图表60：近三年中国动画电视从美国进口金额（单位：万元）

图表61：近三年中国电视节目从美国进口数量（单位：小时）

图表62：近三年中国电视剧从美国进口数量（单位：部）

图表63：近三年中国动画电视从美国进口数量（单位：部）

图表64：近三年中国电视节目从欧洲进口金额（单位：万元）

图表65：近三年中国电视剧从欧洲进口金额（单位：万元）

图表66：近三年中国动画电视从欧洲进口金额（单位：万元）

图表67：近三年中国电视节目从欧洲进口数量（单位：小时）

图表68：近三年中国电视剧从欧洲进口数量（单位：部）

图表69：近三年中国动画电视从欧洲进口数量（单位：部）

图表70：近三年中国电视节目从韩国进口金额（单位：万元）

图表71：近三年中国电视剧从韩国进口金额（单位：万元）

图表72：近三年中国电视节目从韩国进口数量（单位：小时）

图表73：近三年中国电视剧从韩国进口数量（单位：部）

图表74：近三年中国电视节目从日本进口金额（单位：万元）

图表75：近三年中国电视剧从日本进口金额（单位：万元）

图表76：近三年中国动画电视从日本进口金额（单位：万元）

图表77：近三年中国电视节目从日本进口数量（单位：小时）

图表78：近三年中国电视剧从日本进口数量（单位：部）

图表79：近三年中国动画电视从日本进口数量（单位：部）

图表80：近三年中国电视节目从拉美进口金额（单位：万元）

图表81：近三年中国电视剧从拉美进口金额（单位：万元）

图表82：近三年中国电视节目从拉美进口数量（单位：小时）

图表83：近三年中国电视剧从拉美进口数量（单位：部）

图表84：近三年中国电视节目从非洲进口金额（单位：万元）

图表85：近三年中国电视节目从非洲进口数量（单位：小时）

图表86：近三年中国电视节目出口金额（单位：万元）

图表87：近三年中国电视剧出口金额（单位：万元）

图表88：近三年中国动画电视出口金额（单位：万元）

图表89：近三年中国电视节目出口数量（单位：小时）

图表90：近三年中国电视剧出口数量（单位：部）

图表91：近三年中国动画电视出口数量（单位：部）

图表92：近三年中国电视节目从美国出口金额（单位：万元）

图表93：近三年中国电视剧从美国出口金额（单位：万元）

图表94：近三年中国动画电视从美国出口金额（单位：万元）

图表95：近三年中国电视节目从美国出口数量（单位：小时）

图表96：近三年中国电视剧从美国出口数量（单位：部）

图表97：近三年中国动画电视从美国出口数量（单位：部）

图表98：近三年中国电视节目从欧洲出口金额（单位：万元）

图表99：近三年中国电视剧从欧洲出口金额（单位：万元）

图表100：近三年中国动画电视从欧洲出口金额（单位：万元）

图表101：近三年中国电视节目从欧洲出口数量（单位：小时）

图表102：近三年中国电视剧从欧洲出口数量（单位：部）

图表103：近三年中国动画电视从欧洲出口数量（单位：部）

图表104：近三年中国电视节目从韩国出口金额（单位：万元）

图表105：近三年中国电视剧从韩国出口金额（单位：万元）

图表106：近三年中国动画电视从韩国出口金额（单位：万元）

图表107：近三年中国电视节目从韩国出口数量（单位：小时）

图表108：近三年中国电视剧从韩国出口数量（单位：部）

图表109：近三年中国动画电视从韩国出口数量（单位：部）

图表110：近三年中国电视节目从日本出口金额（单位：万元）

图表111：近三年中国电视剧从日本出口金额（单位：万元）

图表112：近三年中国电视节目从日本出口数量（单位：小时）

图表113：近三年中国电视剧从日本出口数量（单位：部）

图表114：近三年中国电视节目从拉美出口金额（单位：万元）

图表115：近三年中国电视剧从拉美出口金额（单位：万元）

图表116：近三年中国电视节目从拉美出口数量（单位：小时）

图表117：近三年中国电视剧从拉美出口数量（单位：部）

图表118：近三年中国电视节目从非洲出口金额（单位：万元）

图表119：近三年中国电视剧从非洲出口金额（单位：万元）

图表120：近三年中国动画电视从非洲出口金额（单位：万元）

略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/254593.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。