



艾凯咨询
ICAN Consulting

2018-2024年中国广播电视及网络视听行业市场运营状况分析及投资规划建设咨询报告

一、调研说明

《2018-2024年中国广播电视及网络视听行业市场运营状况分析及投资规划建议咨询报告》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/289213.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

报告目录：

第一章 中国电视广播概述

第一节 电视广播概述

第二节 电视广播特点

第三节 中国电视广播发展历程

第二章 中国电视广播产业发展环境分析

第一节 2017年中国宏观经济运行环境分析

一、2017年中国GDP增长情况分析

二、2017年全社会消费品零售总额

三、2017年城乡居民收入增长分析

四、2017年居民消费价格变化分析

第二节 中国电视广播产业发展政策环境

一、电视广播行业主要行政法规

二、广播电视及网络视听广告播出管理办法的补充规定

三、有线广播电视及网络视听运营服务管理暂行规定

四、鼓励和引导民间资本投资广播影视产业的实施意见

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

六、广电总局关于促进主流媒体发展网络广播电视及网络视听台的意见

七、广播电视及网络视听业"营改增"试点有关规定

第三章 中国电视广播行业总体发展情况

第一节 2017年广播电视及网络视听行业发展回顾

一、三网融合试点工作收官

二、有线网络整合步伐加快

三、NGB取得实质性进展

四、高清与3D电视增长迅速

五、建立综合立体传输覆盖体系

（一）地面数字电视发展迅速

（二）"户户通"工程和西新工程

（三）CMMB开展新业务新服务

六、新媒体行业发展良好

（一）互联网电视飞速发展

（二）IPTV发展趋势良好

（三）OTT+DVB发展迅速

（四）一云多屏成为大趋势

第二节 广播电视及网络视听产业链结构

一、内容制作商概述

二、付费内容商概述

三、网络运营商概述

四、最终用户的概述

五、终端制造商概述

第三节 广播电视及网络视听产业发展模式特点

一、培育核心优势

二、创新驱动，创优引导

三、可持续的盈利模式

第四节 2017年电视广播行业发展分析

一、电视广播播出机构

二、电视广播节目数量

三、广播电视及网络视听行业市场规模

我国有线电视网络卫视覆盖服务市场规模

四、广播电视及网络视听行业市场结构

（一）广播电视及网络视听广告市场规模

（二）有线网络产业市场规模

第四章 中国电视产业发展分析

第一节 有线电视

一、有线电视网络行业特征

二、有线电视用户规模分析

三、中国有线电视收费分析

第二节 数字电视

一、数字电视发展历程

二、数字电视用户规模

三、数字电视普及情况

第三节 网络电视

一、网络电视概述

二、网络电视用户数量

三、网络视听发展分析

第四节 移动电视

一、移动电视概述

二、手机网民数量

三、手机视频网民规模

第五节 中国电视节目制作情况

一、电视节目制作时间

二、电视剧产量情况

三、电视剧题材分类

四、数字电视内容发展环境

五、不同类型电视节目制作情况

（一）新闻类节目制作时间分析

（二）专题类节目制作时间分析

（三）综艺类节目制作时间分析

（四）影视剧节目制作时间分析

（五）广告类节目制作时间分析

第六节 中国电视节目播出情况

一、电视节目覆盖情况

二、电视节目播出时间

三、电视节目播出套数

四、电视节目播出数量

五、不同类型电视节目播出情况

（一）新闻类节目播出时间分析

（二）专题类节目播出时间分析

（三）综艺类节目播出时间分析

（四）影视剧节目播出时间分析

（五）广告类节目播出时间分析

第八节 电视产业发展问题及对策

一、电视内容发展现存问题

二、电视内容产业发展方向

三、数字电视增值业务前景

第五章 2017年中国电视广告投放与竞争格局分析

第一节 2017年中国电视广告投放基本情况

一、2017年电视广告投放额

二、电视广告投放行业排名

三、电视广告投放企业排名

四、各级电视台广告投放额

五、央视广告投放情况分析

（一）央视广告投放行业排名

（二）央视广告投放品牌排名

六、省级卫视广告投放情况分析

（一）省级卫视广告投放行业排名

（二）省级卫视广告投放品牌排名

第二节 2017年中国电视广告市场竞争格局

一、频道间竞争

（一）各类电视频道广告投放额

（二）省级卫视广告投放额排名

（三）省会城市电视台广告投放

二、行业间竞争

第六章 中国广播产业发展分析

第一节 2017年中国广播业发展分析

一、横向拓展，纵向延伸，融合创新

（一）横向拓展，丰富频率资源

（二）纵向延伸，深化频率改版

（三）融合创新频率互动形态

二、内容为本，技术为用

（一）内容为本，强化广播新闻魅力

（二）技术为用，打造立体传播格局

三、业内聚合，业外联合

（一）业内聚合，突破行政壁垒

（二）业外联合，主动寻求资源

第二节 广播产业价值链分析

一、广播产业价值链基本模型

二、广播产业价值链分化趋势

（一）制作社会化

（二）交易市场化

（三）广告代理专业化

（四）媒介调查专业化

三、广播产业价值链整合趋势

（一）跨媒体融合

（二）跨地区整合

四、广播产业价值链延伸趋势

第三节 中国广播节目制作情况

一、广播电台数量

二、广播节目制作时间

三、不同类型电视节目制作情况

（一）新闻类节目制作时间分析

（二）专题类节目制作时间分析

（三）综艺类节目制作时间分析

（四）广播剧节目制作时间分析

（五）广告类节目制作时间分析

第四节 中国广播节目播出情况

一、广播节目覆盖情况

二、广播节目播出数量

三、广播节目播出时间

四、不同类型广播节目播出情况

（一）新闻类节目播出时间分析

（二）专题类节目播出时间分析

（三）综艺类节目播出时间分析

（四）广播剧节目播出时间分析

（五）广告类节目播出时间分析

第五节 中国广播产业化发展的瓶颈

一、意识形态的制约

二、体制性障碍制约

三、局限性障碍制约

第六节 中国广播产业发展的对策

一、应充分深刻认识广播产业属性

二、深化广播体制改革及体制创新

三、加快政策研究和国际趋势接轨

四、加快广播人才培养以突破瓶颈

五、跟上世界新技术发展数字广播

第七章 2017年中国广播广告市场透析

第一节 各类频率在不同收听场所市场份额

第二节 不同品类广告投放量分析

一、在交通、音乐广播投放量比重

二、在新闻综合类广播投放量比重

第三节 三大城市广播广告投放量分析

第四节 中国广播广告前景分析

第八章 2017年电视节目收视调研分析

第一节 多元媒介下的电视受众分析

一、新媒体传播环境下受众分化

二、电视观众与网民的身份融合

三、融合性媒介使用与媒介分工

四、媒介使用习惯的流动与互补

第二节 观众收看电视节目基本情况

一、观众收看电视节目时长分析

（一）观众人均每天收看电视时长

（二）各年龄段观众人均收视时长

（三）所有频道全天收视率的走势

二、各级电视频道总体竞争情况

（一）各级电视频道市场份额分析

（二）各级频道不同年龄观众份额

（三）各级频道不同时段收视情况

三、各级电视频道内部竞争情况

（一）中央台频道

(二) 省级卫视台

(三) 市级台频道

第三节 主要电视节目收视情况分析

一、各类电视节目收视总体情况

(一) 各类电视节目收视比重分析

(二) 各级频道各类节目收视比重

二、电视剧节目的收视市场调研

(一) 电视剧题材播出收视情况

(二) 不同观众人均日收看时长

(三) 不同时段电视剧收视情况

(四) 各级频道电视剧收视份额

(五) 主要电视剧收视情况分析

三、新闻节目观众收视情况调查

(一) 各类新闻节目观众构成

(二) 新闻节目人均收视时长

(三) 新闻节目收播比重分析

(四) 各级频道新闻节目份额

四、综艺节目观众收视情况调查

(一) 综艺节目人均收视时长

(1) 年均收视量

(2) 月均收视量

(3) 周均收视量

(4) 分时段收视量

(二) 各级频道综艺节目收视份额

(1) 各级频道综艺节目收视份额

(2) 各级频道综艺节目收播比重

(3) 综艺节目收视份额频道排名

(三) 主要综艺节目收视情况分析

(1) 央视综艺节目

(2) 声音选秀节目

(3) 婚恋交友节目

(4) 职场类节目

（5）真人秀节目

第九章 2017年广播收听市场评估分析

第一节 不同场所广播收听市场调研

一、不同场所广播收听主要时段

二、不同场所广播收听人均时长

（一）在家里

（二）在车上

（三）工作/学习场所

（四）其他场所

三、不同场所广播听众结构分析

（一）性别结构

（二）年龄结构

（三）学历结构

（四）收入结构

第二节 不同类别广播收听市场调研

一、不同广播类别主要时段收听率

二、不同广播类别收听比重分析

（一）新闻

（二）交通

（三）音乐

（四）文艺

（五）生活

（六）经济

（七）其他

三、不同广播类别听众市场份额

（一）性别结构

（二）年龄结构

（三）学历结构

（四）收入结构

四、各地收听率排名第一的广播频率

第三节 不同电台类别广播收听市场调研

一、不同电台类别收听比重分析

二、不同电台类别人均收听时长比重

三、不同电台类型主要城市收听份额

（一）中央电台

（二）省级电台

（三）市级电台

（四）其他电台

第四节 移动广播电台用户行为分析

一、移动广播电台用户联网方式

二、移动广播电台用户收听时段

三、移动广播电台用户收听时长

四、移动广播电台用户收听类型

五、移动广播电台用户收听排行

第十章 中国电视广播台发展情况

第一节 中国主要电视台发展分析

一、中央电视台

（一）形象定位

（二）节目特点

（三）代表节目

（四）广告招标额

二、湖南卫视

（一）形象定位

（二）节目特点

（三）代表节目

（四）广告投放额

三、江苏卫视

（一）形象定位

（二）节目特点

（三）代表节目

（四）广告投放额

四、浙江卫视

（一）形象定位

（二）节目特点

(三) 代表节目

(四) 广告投放额

五、天津卫视

(一) 形象定位

(二) 节目特点

(三) 代表节目

(四) 广告投放额

第二节 中国主要广播台发展分析

一、济南新闻广播

(一) 发展历程

(二) 形象定位

(三) 收听频率

二、天津交通广播

(一) 发展历程

(二) 形象定位

(三) 收听频率

三、厦门音乐广播

(一) 发展历程

(二) 形象定位

(三) 收听频率

四、济南经济广播

(一) 发展历程

(二) 形象定位

(三) 收听频率

五、黑龙江都市女性广播

(一) 发展历程

(二) 形象定位

(三) 收听频率

第三节 省级广播电视及网络视听台发展分析

一、陕西广播电视及网络视听台

(一) 发展历程

(二) 形象定位

(三) 电视频道

(四) 广播频率

二、辽宁广播电视及网络视听台

(一) 发展历程

(二) 形象定位

(三) 电视频道

(四) 广播频率

三、江西广播电视及网络视听台

(一) 发展历程

(二) 形象定位

(三) 电视频道

(四) 广播频率

四、山西广播电视及网络视听台

(一) 发展历程

(二) 形象定位

(三) 电视频道

(四) 广播频率

五、甘肃省广播电影电视总台

(一) 发展历程

(二) 形象定位

(三) 电视频道

(四) 广播频率

第十一章 广播电视及网络视听设备技术及应用趋势分析

第一节 "三网融合"

一、三网融合相关政策分析

二、三网融合发展重点分析

三、三网融合前后方案对比

四、三网融合关键技术分析

五、三网融合试点城市分析

六、三网融合建设进展分析

七、三网融合投资机会分析

(一) 电信运营商投资机会

(二) 有线运营商投资机会

(三) 系统提供商投资机会

八、三网融合对设备的影响

第二节 "NGB"

一、NGB相关政策分析

二、NGB发展重点分析

三、NGB接入技术分析

四、NGB技术标准分析

五、NGB发展特征分析

六、NGB带宽需求分析

七、NGB建设进展分析

八、NGB对设备的影响

第三节 双向接入网

一、双向网建设必要性

二、双向网改造技术比较

三、双向网主流技术分析

四、双向网接入成本比较

(一) CMTS + CM

(二) EPON + LAN

(三) EPON + EOC

五、双向网改造份额比较

六、双向网对设备的影响

第十二章 中国电视广播产业趋势预测及投融资分析(AK LT)

第一节 中国电视广播产业发展机遇

一、政策支持

二、体制突破

三、融合发展

四、转型升级

第二节 2018-2024年中国电视广播行业市场规模预测

第三节 中国电视广播产业发展路径选择

一、推进体制机制改革

二、推进产业资源整合

三、推进产业差异定位

四、加快提升产业品质

五、推进与新媒体融合

第四节中国广播电视及网络视听产业投融资分析

一、广播电视及网络视听投融资现行政策

二、广播电视及网络视听资金主要来源

三、广播电视及网络视听投融资政策建议

（一）加大政策性融资力度

（二）构造投融资运营主体

（三）组建产业和创业投资基金

（四）加大间接融资支持力度

（五）鼓励优质企业上市融资

部分图表目录：

图表 12017年国内生产总值构成及增长速度统计

图表 22014-2017年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表 32014-2017年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表 42014-2017年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表 52014-2017年农村居民人均纯收入及增长趋势图

图表 62017-2017年中国居民消费价格月度变化趋势图

图表 7电视广播行业主要行政法规列表

图表 8广播电视及网络视听产业链结构图

图表 92014-2017年中国广播电视及网络视听播出机构数量统计

图表 10 2017年中国广播电视及网络视听播出机构构成情况

图表 11 2014-2017年中国广播电视及网络视听节目数量变化趋势图

图表 12 2014-2017年中国广播电视及网络视听市场规模变化趋势图

图表 13 2017年广播电视及网络视听行业收入结构

图表 14 2014-2017年中国广播电视及网络视听收入结构变化趋势图

图表 15 2014-2017年中国广播电视及网络视听广告收入变化趋势图

图表 16 2014-2017年中国广播电视及网络视听有线网络产业收入变化趋势图

图表 17 2014-2017年中国有线电视用户规模统计

图表 18 中国主要省区有线电视用户规模及所占比例

图表 19 2014-2017年中国有线数字电视用户规模变化趋势图

图表 20 中国主要省区数字电视用户规模及所占比例

图表 21 2014-2017年中国有线数字电视渗透情况变化趋势图

图表 22 2014-2017年中国IPTV用户数量变化趋势图

图表 23 2014-2017年中国手机网民规模变化趋势图

图表 24 2014-2017年中国手机网络视频网民数变化趋势图

图表 25 2014-2017年中国电视节目制作时间统计

图表 26 2014-2017年中国电视剧产量变化趋势图

图表 27 2014-2017年中国电视剧集数变化趋势图

图表 28 2017年度全国获准发行国产电视剧题材统计表

图表 29 中国电视新闻类节目制作时间情况

图表 30 中国电视专题类节目制作时间情况

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/289213.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提供投资咨询报告、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。