

2020-2026年中国电视节目 创新模式与电视新媒体行业分析与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国电视节目创新模式与电视新媒体行业分析与投资战略报告》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.cction.com/report/202002/152062.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中企顾问网发布的《2020-2026年中国电视节目创新模式与电视新媒体行业分析与投资战略报告》共四章。首先介绍了电视节目创新模式与电视新媒体行业市场发展环境、电视节目创新模式与电视新媒体整体运行态势等，接着分析了电视节目创新模式与电视新媒体行业市场运行的现状，然后介绍了电视节目创新模式与电视新媒体市场竞争格局。随后，报告对电视节目创新模式与电视新媒体做了重点企业经营状况分析，最后分析了电视节目创新模式与电视新媒体行业发展趋势与投资预测。您若想对电视节目创新模式与电视新媒体产业有个系统的了解或者想投资电视节目创新模式与电视新媒体行业，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.1章电视行业发展篇26

1.1中国电视行业发展现状综述26

1.1.1报告研究范围与整体框架26

（1）报告专业名词解释26

（2）报告研究范围界定26

（3）报告分析框架简介27

（4）报告分析工具介绍27

1.1.2中国电视行业发展环境27

（1）政策环境分析28

（2）经济环境分析30

1）国内宏观经济现状30

2）国内宏观经济预测35

（3）消费环境分析40

1）居民消费倾向与行为40

2）居民消费结构43

3）居民消费信心45

(4) 社会环境分析52

1.1.3中国电视行业发展现状62

(1) 中国电视台数量62

(2) 中国电视节目发展规模64

(3) 中国电视节目观众需求分析65

1) 人们对电视节目的实际需求和观看欲望65

2) 电视节目潜在观众需求65

3) 中国电视节目需求市场的评价66

1.1.4中国电视节目制作、播出时间分析66

(1) 中国电视节目制作时间分析66

1) 电视节目制作时间总计66

2) 新闻类电视节目制作时间67

3) 专题类电视节目制作时间67

4) 综艺类电视节目制作时间68

5) 影视剧类电视节目制作时间68

6) 广告类电视节目制作时间68

7) 其他电视节目制作时间69

(2) 中国电视节目播出时间分析69

1) 电视节目播出时间总计69

2) 新闻类电视节目播出时间70

3) 专题类电视节目播出时间71

4) 综艺类电视节目播出时间71

5) 广告类电视节目播出时间72

6) 影视剧类电视节目播出时间72

7) 其他电视节目播出时间73

1.2中国电视行业进出口情况分析73

1.2.1中国电视节目进口分析73

(1) 中国电视节目进口总金额分析73

(2) 中国电视节目进口总数量分析74

(3) 中国电视节目进口的区域分析74

1) 美国74

2) 欧洲75

3) 韩国75

4) 日本76

5) 拉美76

6) 非洲77

1.2.2中国电视节目出口分析78

(1) 中国电视节目出口总金额分析78

(2) 中国电视节目出口总数量分析78

(3) 中国电视节目出口的区域分析78

1) 美国79

2) 欧洲79

3) 韩国80

4) 日本80

5) 拉美81

6) 非洲81

1.3中国重点区域电视行业发展状况分析82

1.3.1北京电视行业发展状况82

(1) 北京电视行业基本情况分析82

(2) 北京电视节目制作分析83

(3) 北京电视节目播出分析84

1.3.2天津电视行业发展状况84

(1) 天津电视行业基本情况分析84

(2) 天津电视节目制作分析85

(3) 天津电视节目播出分析86

1.3.3河北电视行业发展状况86

(1) 河北电视行业基本情况分析86

(2) 河北电视节目制作分析88

(3) 河北电视节目播出分析89

1.3.4山西电视行业发展状况89

(1) 山西电视行业基本情况分析89

(2) 山西电视节目制作分析92

(3) 山西电视节目播出分析92

1.3.5内蒙古电视行业发展状况93

(1) 内蒙古电视行业基本情况分析	93
(2) 内蒙古电视节目制作分析	93
1.3.6 辽宁电视行业发展状况	94
(1) 辽宁电视行业基本情况分析	94
(2) 辽宁电视节目制作分析	100
(3) 辽宁电视节目播出分析	100
1.3.7 吉林电视行业发展状况	101
(1) 吉林电视行业基本情况分析	101
(2) 吉林电视节目制作分析	103
(3) 吉林电视节目播出分析	103
1.3.8 黑龙江电视行业发展状况	104
(1) 黑龙江电视行业基本情况分析	104
(2) 黑龙江电视节目制作分析	108
(3) 黑龙江电视节目播出分析	108
1.3.9 上海电视行业发展状况	109
(1) 上海电视行业基本情况分析	109
(2) 上海电视节目制作分析	120
(3) 上海电视节目播出分析	121
1.3.10 江苏电视行业发展状况	121
(1) 江苏电视行业基本情况分析	121
(2) 江苏电视节目制作分析	125
(3) 江苏电视节目播出分析	125
1.3.11 浙江电视行业发展状况	126
(1) 浙江电视行业基本情况分析	126
(2) 浙江电视节目制作分析	131
(3) 浙江电视节目播出分析	132
1.3.12 安徽电视行业发展状况	132
(1) 安徽电视行业基本情况分析	132
(2) 安徽电视节目制作分析	133
(3) 安徽电视节目播出分析	133
1.3.13 福建电视行业发展状况	134
(1) 福建电视行业基本情况分析	134

(2) 福建电视节目制作分析	136
1.3.14 江西电视行业发展状况	137
(1) 江西电视行业基本情况分析	137
(2) 江西电视节目制作分析	138
(3) 江西电视节目播出分析	138
1.3.15 山东电视行业发展状况	139
(1) 山东电视行业基本情况分析	139
(2) 山东电视节目制作分析	144
(3) 山东电视节目播出分析	144
1.3.16 河南电视行业发展状况	145
(1) 河南电视行业基本情况分析	145
(2) 河南电视节目制作分析	145
(3) 河南电视节目播出分析	145
1.3.17 湖北电视行业发展状况	146
(1) 湖北电视行业基本情况分析	146
(2) 湖北电视节目制作分析	147
(3) 湖北电视节目播出分析	147
1.3.18 湖南电视行业发展状况	148
(1) 湖南电视行业基本情况分析	148
(2) 湖南电视节目制作分析	151
(3) 湖南电视节目播出分析	151
1.3.19 广东电视行业发展状况	152
(1) 广东电视行业基本情况分析	152
(2) 广东电视节目制作分析	155
(3) 广东电视节目播出分析	155
1.3.20 广西电视行业发展状况	156
(1) 广西电视行业基本情况分析	156
(2) 广西电视节目制作分析	160
(3) 广西电视节目播出分析	160
1.3.21 海南电视行业发展状况	161
(1) 海南电视行业基本情况分析	161
(2) 海南电视节目制作分析	162

1.3.22重庆电视行业发展状况	163
(1) 重庆电视行业基本情况分析	163
(2) 重庆电视节目制作分析	164
(3) 重庆电视节目播出分析	164
1.3.23四川电视行业发展状况	165
(1) 四川电视行业基本情况分析	165
(2) 四川电视节目制作分析	167
(3) 四川电视节目播出分析	167
1.3.24贵州电视行业发展状况	168
(1) 贵州电视行业基本情况分析	168
(2) 贵州电视节目制作分析	168
(3) 贵州电视节目播出分析	169
1.3.25云南电视行业发展状况	169
(1) 云南电视行业基本情况分析	169
(2) 云南电视节目制作分析	177
(3) 云南电视节目播出分析	177
1.3.26西藏电视行业发展状况	178
(1) 西藏电视行业基本情况分析	178
(2) 西藏电视节目制作分析	192
(3) 西藏电视节目播出分析	193
1.3.27陕西电视行业发展状况	193
(1) 陕西电视行业基本情况分析	193
(2) 陕西电视节目制作分析	198
(3) 陕西电视节目播出分析	198
1.3.28甘肃电视行业发展状况	199
(1) 甘肃电视行业基本情况分析	199
(2) 甘肃电视节目制作分析	200
(3) 甘肃电视节目播出分析	200
1.3.29青海电视行业发展状况	201
(1) 青海电视行业基本情况分析	201
(2) 青海电视节目制作分析	204
(3) 青海电视节目播出分析	204

1.3.30宁夏电视行业发展状况205

(1) 宁夏电视行业基本情况分析205

(2) 宁夏电视节目制作分析209

(3) 宁夏电视节目播出分析210

1.3.31新疆电视行业发展状况210

(1) 新疆电视行业基本情况分析210

(2) 新疆电视节目制作分析211

第2章电视节目创新篇212

2.1国外优秀电视节目模式与案例分析212

2.1.1全球电视市场发展状况与趋势212

(1) 全球电视节目类型分析212

(2) 全球人均收视时间分析212

(3) 全球电视节目发展趋势分析212

2.1.2美国电视节目模式与案例分析214

(1) 美国电视节目市场发展分析214

1) 美国电视节目市场规模214

2) 美国电视节目收视排行215

3) 美国电视节目最新动向221

(2) 美国真人秀类节目模式与案例分析221

1) 美国真人秀类节目发展历程221

2) 美国真人秀类节目发展模式222

3) 案例分析——《全美超模大赛》223

1、节目简况223

2、成功秘诀224

3、经验借鉴224

4) 案例分析——《名人学徒》226

1、节目简况226

2、成功秘诀228

3、经验借鉴228

5) 案例分析——《与明星共舞》229

1、节目简况229

- 2、成功秘诀229
- 3、经验借鉴230
- 6) 案例分析——《舞林争霸》230
 - 1、节目简况230
 - 2、成功秘诀231
- 7) 案例分析——《会跳舞就来》231
 - 1、节目简况231
 - 2、成功秘诀231
- 8) 案例分析——《美国偶像》232
 - 1、节目简况232
 - 2、成功秘诀233
- 2.1.3欧洲电视节目模式与案例分析238
 - (1) 欧洲电视节目市场发展分析238
 - (2) 欧洲真人秀类节目模式与案例分析238
 - 1) 欧洲真人秀类节目发展历程238
 - 2) 欧洲真人秀类节目发展模式239
 - 3) 案例分析——《英国达人》239
 - 1、节目简况239
 - 2、成功秘诀239
 - 4) 案例分析——《邀你共舞》241
 - 1、节目简况241
 - 2、成功秘诀241
- 2.1.4日本优秀电视节目模式与案例分析242
 - (1) 日本电视节目市场发展分析242
 - (2) 日本早间新闻电视节目模式与案例分析243
 - 1) 日本早间新闻电视节目发展历程243
 - 2) 日本早间新闻电视节目发展模式243
 - 3) 案例分析——《NHK新闻您早日本》244
 - (3) 日本晚间新闻电视节目模式与案例分析246
 - 1) 日本晚间电视新闻节目发展历程246
 - 2) 日本晚间电视新闻节目发展模式248
 - 3) 案例分析——《NewsZero》250

- 4) 案例分析——《Newswatch9》 250
 - (4) 日本益智节目模式与案例分析250
- 1) 案例分析——《热血!平成教育学院》 250
- 2) 案例分析——《NepLeague》 251
 - (5) 日本访谈类节目模式与案例分析251
- 2.1.5韩国优秀电视节目模式与案例分析253
 - (1) 韩国电视节目市场发展分析253
 - (2) 韩国综艺节目模式与案例分析254
- 1) 案例分析——《家族诞生》 254
- 2) 案例分析——《强心脏》 255
- 3) 案例分析——韩国组合superjunior《fullhouse》 262
- 4) 案例分析——《Runningman》 263
 - (3) 韩国婚恋类节目模式演变路径分析263
- 1) 早期阶段：游戏联谊增进感情263
- 2) 探索阶段：普通人的爱情决断265
- 3) 共存阶段：明星假想与平民速配266
- 4) 延伸阶段：从暗恋开始将恋爱进行到底269
- 2.2全球电视节目模式创新案例研究与发展趋势270
- 2.2.1中国电视节目模式创新案例与发展趋势研究270
 - (1) 电视新闻节目模式创新研究与发展趋势270
- 1) 电视新闻节目模式创新案例解读270
- 2) 电视新闻节目模式创新趋势研究275
 - (2) 综艺娱乐节目模式创新研究与发展趋势276
- 1) 综艺娱乐节目模式整合式创新276
- 2) 综艺娱乐节目模式本土化改造279
- 3) 综艺娱乐节目模式同质问题与创意竞争285
- 4) 综艺娱乐节目模式创新趋势研究289
 - (3) 谈话类节目模式创新研究与发展趋势290
- 1) 谈话类节目模式创新案例解读290
- 2) 谈话类节目模式创新趋势研究293
 - (4) 社教服务类节目模式创新研究与发展趋势293
- 1) 社教服务类节目模式创新案例解读293

- 2) 社教服务类节目模式创新趋势研究300
- 2.2.2欧美电视节目模式创新案例与发展趋势研究300
 - (1) 欧美电视节目模式创新理念300
 - (2) 真人秀类节目模式创新研究与发展趋势301
 - (3) 游戏娱乐类节目模式创新研究与发展趋势308
 - (4) 生活服务类节目模式创新研究与发展趋势312
- 1) 生活服务类节目模式创新案例解读312
- 2) 生活服务类节目模式创新趋势研究314
 - (5) 美食类节目模式创新研究与发展趋势319
- 1) 美食类节目模式创新案例解读319
- 2) 美食类节目模式创新趋势研究321
- 2.2.3日本电视节目模式创新案例与发展趋势研究322
- 2.2.4韩国电视节目模式创新案例与发展趋势研究327
 - (1) 韩国电视节目模式创新理念327
 - (2) 综艺类节目模式创新研究与发展趋势330
- 1) 综艺类节目模式创新案例解读330
- 2) 综艺类节目模式创新趋势研究338

第3章新媒体发展篇347

- 3.1中国电视新媒体发展现状与优秀案例分析347
 - 3.1.1中国电视新媒体发展综述347
 - (1) 管理政策背景分析347
 - 1) 相关法律法规介绍347
 - 2) 电视新媒体行业管理现状354
 - 3) 电视新媒体管理趋势分析355
 - (2) 电视新媒体行业发展状况361
 - 1) 网络电视361
 - 1、网络电视市场规模361
 - 2、网络电视版权现状362
 - 3、网络电视发展趋势362
 - 2) IP电视364
 - 1、IP电视主流模式364

- 2、IP电视受众分析365
- 3、IP电视发展趋势368
- 3) 手机电视369
 - 1、手机电视市场规模369
 - 2、手机电视受众分析370
 - 3、手机电视发展趋势371
- 4) 互联网电视376
 - 1、互联网电视市场规模376
 - 2、互联网电视最新发展动向377
 - 3、互联网电视发展趋势378
- 5) 公告视听载体388
 - 1、公告视听载体市场分析388
 - 2、公告视听载体受众分析388
 - 3、公告视听载体发展趋势388
- 3.1.2中国网络电视发展现状分析389
 - (1) 中国网络电视发展现状389
 - (2) 中国网络电视盈利模式分析393
 - 1) 广告模式393
 - 2) 用户付费模式393
 - 3) 版权分销模式394
 - 4) 视频服务模式395
 - 5) 联合运营模式396
- 3.1.3中国重点省市电视新媒体发展现状与优秀案例分析397
 - (1) 北京电视新媒体发展情况与优秀案例分析397
 - 1) 北京数字付费电视发展现状与优秀案例分析397
 - 1、北京数字付费电视发展现状分析397
 - 2、北京数字付费电视优秀案例分析406
 - 2) 北京移动电视发展现状与优秀案例分析407
 - 1、北京移动电视发展现状分析407
 - 2、北京移动电视优秀案例分析408
 - 3) 北京城市楼宇电视发展现状与优秀案例分析412
 - 1、北京城市楼宇电视发展现状分析413

- 2、北京城市楼宇电视优秀案例分析415
- 4) 北京地铁移动电视发展现状与优秀案例分析416
 - 1、北京地铁移动电视发展现状分析416
 - 2、北京地铁移动电视优秀案例分析416
- 5) 北京鼎视数字电视发展现状与优秀案例分析417
 - 1、北京鼎视数字电视发展现状分析417
 - 2、北京鼎视数字电视优秀案例分析418
- (2) 黑龙江电视新媒体发展情况与优秀案例分析419
 - 1) 黑龙江IP电视发展现状与优秀案例分析419
 - 2) 黑龙江移动电视发展现状与优秀案例分析421
- (3) 上海电视新媒体发展情况与优秀案例分析421
 - 1) 上海IP电视发展现状与优秀案例分析421
 - 2) 上海手机电视发展现状与优秀案例分析425
- (4) 江苏电视新媒体发展情况与优秀案例分析429
 - 1) 江苏网络电视发展现状与优秀案例分析429
 - 1、江苏网络电视发展现状分析429
 - 2、江苏网络电视优秀案例分析429
 - 2) 江苏移动电视发展现状与优秀案例分析430
 - 1、江苏移动电视发展现状分析430
 - 2、江苏IP电视发展现状分析430
 - 3) 江苏手机电视发展现状与优秀案例分析431
- (5) 江西电视新媒体发展情况与优秀案例分析432
 - 1) 江西移动电视发展现状与优秀案例分析432
 - 1、江西移动电视发展现状分析432
 - 2、江西移动电视优秀案例分析432
 - 2) 江西手机电视发展现状与优秀案例分析433
 - 1、江西手机电视发展现状分析433
 - 2、江西今视网手机新媒体发展现状分析434
- (6) 山东电视新媒体发展情况与优秀案例分析435
 - 1) 山东网络电视发展现状与优秀案例分析435
 - 2) 山东齐鲁网发展现状与优秀案例分析436
 - 1、山东齐鲁网发展现状分析436

- 2、山东齐鲁网重点板块分析436
 - (7) 河南电视新媒体发展情况与优秀案例分析437
 - (8) 广东电视新媒体发展情况与优秀案例分析438
 - 1) 广东移动电视发展现状与优秀案例分析438
 - 1、广东移动电视发展现状分析438
 - 2、广东移动电视优秀案例分析446
 - 2) 广东互动电视发展现状与优秀案例分析447
 - 1、广东互动电视发展现状分析447
 - 2、广东互动电视开通业务分析448
 - (9) 云南电视新媒体发展情况与优秀案例分析451
 - 1) 云南网络电视发展现状与优秀案例分析451
 - 2) 云南手机电视发展现状与优秀案例分析451

第4章优秀企业案例篇452 ()

- 4.1中国优秀电视台经营情况与节目模式创新分析452
 - 4.1.1中央级优秀电视台经营情况与节目模式创新研究452
 - (1) 中央电视台452
 - 1) 电视台发展简况分析452
 - 1、电视台概述452
 - 2、组织架构分析456
 - 3、经营情况分析456
 - 2) 电视台播放频道分析457
 - 3) 优秀电视节目研究465
 - 4) 电视台频道收视分析467
 - 5) 电视节目模式创新案例研究467
 - 6) 电视节目模式研发最新动向469
 - (2) 中国教育电视台470
 - 1) 电视台发展简况分析470
 - 2) 电视台播放频道分析471
 - 3) 优秀电视节目研究472
 - 4) 电视台频道收视分析475
 - 5) 电视节目模式创新案例研究476

4.1.2省级优秀电视台经营情况与节目模式创新研究476

(1) 北京电视台477

- 1) 电视台发展简况分析477
- 2) 电视台播放频道分析479
- 3) 优秀电视节目研究481
- 4) 电视台频道收视分析492
- 5) 电视节目模式创新案例研究493
- 6) 电视节目模式研发最新动向495

(2) 天津电视台496

- 1) 电视台发展简况分析496
- 2) 电视台播放频道分析498
- 3) 优秀电视节目研究504
- 4) 电视台频道收视分析506
- 5) 电视节目模式创新案例研究507
- 6) 电视节目模式研发最新动向508

(3) 河北电视台508

- 1) 电视台发展简况分析508
- 2) 电视台播放频道分析508
- 3) 优秀电视节目研究512
- 4) 电视台频道收视分析516
- 5) 电视节目模式创新案例研究516

(4) 山西电视台517

- 1) 电视台发展简况分析517
- 2) 电视台播放频道分析517
- 3) 优秀电视节目研究518
- 4) 电视台频道收视分析519
- 5) 电视节目模式创新案例研究519
- 6) 电视节目模式研发最新动向519 ()

图表目录：

图表12017年2017年全国居民消费价格涨跌幅度45

图表22017年-2017年我国猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况46

图表32017年-2017年我国鲜菜、鲜果价格变动情况47

图表42017年居民消费价格分类别同比涨跌幅49

图表52017年居民消费价格分类别环比涨跌幅50

图表62017年居民消费价格主要数据50

图表72006-2017年我国人口及其自然增长率变化情况54

图表82008-2017年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数55

图表92008-2017年研究与试验发展经费支出56

图表101994-2017年全国电视台数量统计62

图表11广播电视事业发展情况62

图表12广播电视节目制作时间总计66

图表13新闻类广播电视节目制作时间67

图表14专题类广播电视节目制作时间67

图表15综艺类广播电视节目制作时间68

图表16影视剧类广播电视节目制作时间68

图表17广告类广播电视节目制作时间69

图表18其他广播电视节目制作时间69

图表19广播电视节目播出时间(2017年)总计69

图表20新闻类广播电视节目播出时间(2017年)70

图表21专题类广播电视节目播出时间(2017年)71

图表22综艺类广播电视节目播出时间(2017年)71

图表23广告类广播电视节目播出时间(2017年)72

图表24影视剧类广播电视节目播出时间(2017年)72

图表25其他广播电视节目播出时间(2017年)73

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202002/152062.html>