

2016-2022年中国高清、超 高清电视市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2016-2022年中国高清、超高清电视市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/dianqi1510/U25104BA8F.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-10-19

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2016-2022年中国高清、超高清电视市场分析与投资前景研究报告》共十五章。报告介绍了高清、超高清电视行业相关概述、中国高清、超高清电视产业运行环境、分析了中国高清、超高清电视行业的现状、中国高清、超高清电视行业竞争格局、对中国高清、超高清电视行业做了重点企业经营状况分析及中国高清、超高清电视产业发展前景与投资预测。您若想对高清、超高清电视产业有个系统的了解或者想投资高清、超高清电视行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

所谓超高清电视是指屏幕的物理分辨率达到3840×2160（4k×2k）及以上，相当于4倍1080p。在电影和电视行业对4k定义略有不同，电影行业的4k是4096像素，是2k（2048像素）的2倍，而电视行业的4k是3840像素，是高清（1920像素）的2倍。

报告目录：

第一章 高清/超高清电视概述 14

第一节 高清/超高清电视简介 14

一、高清电视 14

二、超高清电视 14

第二节 高清电视发展概述 15

一、高清电视发展背景 15

二、超高清电视发展概述 15

三、高清数字电视的特点 16

四、高清数字电视传输技术 17

（一）地面高清数字电视传播技术 17

（二）有线高清数字电视传播技术 17

（三）高清数字电视传播技术 17

（四）ip网络高清数字电视传播技术 17

第二章 中国高清/超高清电视服务行业发展宏观环境分析 19

第一节 2015年中国宏观经济环境分析 19

一、中国gdp增长情况分析 19

二、全社会消费品零售总额 20

三、城乡居民收入增长分析 21

四、居民消费价格变化分析 22

第二节 中国高清/超高清电视服务行业政策环境 23

一、广电总局关于促进高清电视发展的通知 23

二、关于进一步促进和规范高清电视发展的通知 25

三、广播电视广告播出管理办法的补充规定 27

四、有线广播电视运营服务管理暂行规定 27

五、鼓励和引导民间资本投资广播影视产业的实施意见 28

六、广播电视业“营改增”试点有关规定 28

第三章 2015年广播电视行业发展状况分析 29

第一节 广播电视产业发展模式特点 29

一、培育核心优势 29

二、创新驱动，创优引导 29

三、可持续的盈利模式 29

第二节 2015年电视广播行业发展分析 30

一、电视广播播出机构 30

二、电视广播节目数量 30

三、广播电视行业市场规模 31

四、广播电视行业市场结构 31

（一）广播电视广告市场规模 32

（二）有线网络产业市场规模 33

第四章 2015年中国制作播出情况分析 34

第一节 中国制作情况 34

一、制作时间 34

二、电视剧产量情况 34

三、电视剧题材分类 35

四、数字电视内容发展环境 37

五、不同类型制作情况 37

（一）新闻类节目制作时间分析 37

- (二) 专题类节目制作时间分析 38
- (三) 综艺类节目制作时间分析 38
- (四) 影视剧节目制作时间分析 39
- (五) 广告类节目制作时间分析 39

第二节 中国播出情况 39

一、覆盖情况 39

二、播出时间 40

三、播出套数 40

四、播出数量 41

五、不同类型播出情况 41

- (一) 新闻类节目播出时间分析 41
- (二) 专题类节目播出时间分析 42
- (三) 综艺类节目播出时间分析 42
- (四) 影视剧节目播出时间分析 42
- (五) 广告类节目播出时间分析 43

第五章 中国高清/超高清电视服务行业产业链分析 44

第一节 数字电视行业体制与政策 44

一、数字电视行业监管体制 44

二、数字电视产业政策分析 44

第二节 高清电视产业链概述 47

一、高清电视产业链结构 47

二、高清电视产业链主体 48

- (一) 内容制作商 48
- (二) 付费内容商 48
- (三) 网络运营商 48
- (四) 最终用户群 48
- (五) 终端制造商 48

第六章 中国高清制播情况分析 49

第一节 行业政策环境 49

一、监管部门分析 49

二、行业法规政策 50

三、行业监管政策 52

第二节 高清影视制作设备 53

一、高清前期制作设备 53

二、高清制作配套设备 53

三、高清后期制作设备 53

第三节 2015年中国高清电视频道分析 53

一、高清频道数量 53

二、高清频道分布 54

第七章 中国主要高清电视频道分析 55

第一节 中央电视台高清频道 55

一、cctv-高清频道发展回顾 55

（一）发展成就回顾 55

（二）频道组织结构 55

（三）重大事件直播 55

（四）节目播出情况 55

（五）频道管理制度 56

（六）频道人力资源 57

（七）高清制作能力 57

（八）频道收视情况 57

（九）高清频道定位 58

二、cctv-高清频道 58

三、cctv-5+高清体育频道 59

第二节 省市卫视高清频道 60

一、北京卫视高清频道 60

二、东方卫视高清频道 61

三、深圳卫视高清频道 61

四、江苏卫视高清频道 62

五、湖南卫视高清频道 62

六、浙江卫视高清频道 63

七、广东卫视高清频道 63

- 八、天津卫视高清频道 64
- 九、湖北卫视高清频道 64
- 十、山东卫视高清频道 65
- 十一、广西卫视高清频道 65
- 十二、重庆卫视高清频道 66
- 第三节 地方电视高清频道 66
- 一、深圳娱乐高清频道 66
- 二、北京纪实高清频道 66
- 三、济南新闻高清频道 67

第八章 中国制作企业分析 69

第一节 光线传媒 69

- 一、制作能力 69
- 二、播送能力 69
- 三、制作模式 69
- 四、发行网络 69
- 五、制作情况 70

第二节 世熙传媒 72

- 一、企业基本情况介绍 72
- 二、公司主要业务分析 72
- 三、创作情况 72
- 四、模式引进 73
- 五、模式营销 73

第三节 唯众影视 73

- 一、企业基本情况介绍 73
- 二、公司主要业务分析 74
- 三、公司制作节目分析 74
- 四、公司合作伙伴分析 75

第四节 正大综艺 75

- 一、企业基本情况介绍 75
- 二、公司主要业务分析 75
- 三、公司制作节目分析 76

第九章 中国高清/超高清电视运营发展分析 77

第一节 2015年中国广电行业发展状况分析 77

一、三网融合试点工作收官 77

二、有线网络整合步伐加快 78

三、ngb取得实质性进展 79

四、高清与3d电视增长迅速 79

五、建立综合立体传输覆盖体系 80

（一）地面数字电视发展迅速 80

（二）“户户通”工程和西新工程 81

（三）cmmmb开展新业务新服务 82

六、新媒体行业发展良好 83

（一）互联网电视飞速发展 83

（二）iptv发展趋势良好 86

（三）ott+dvb发展迅速 89

（四）一云多屏成为大趋势 90

第二节 中国高清/超高清电视网络运营商分析 91

一、网络运营商基本概述 91

二、网络运营商运营态势分析 91

三、网络运营商高清电视落地情况 93

第三节 中国有线电视运营商经营状况分析 93

一、北京歌华有线电视网络股份有限公司 93

（一）企业基本情况 93

（二）企业经营情况 94

（三）高清用户规模 95

（四）高清交互发展 95

（五）高清发展战略 95

二、深圳市天威视讯股份有限公司 96

（一）企业基本情况 96

（二）企业经营情况 96

（三）高清用户规模 97

（四）高清发展状况 97

三、陕西广电网络传媒股份有限公司 97

（一）企业基本情况 97

（二）企业经营情况 98

（三）高清用户规模 100

（四）企业运营态势 100

四、东方有线网络有限公司 100

（一）企业基本情况 100

（二）高清互动业务 101

（三）高清频道数量 102

第十章 中国高清/超高清电视设备发展现状 104

第一节 摄录设备 104

一、高清摄像机 104

（一）高清摄像机概述 104

（二）sony高清摄像机 104

（三）松下高清摄像机 105

二、高清转播车 106

（一）高清转播车概述 106

（二）sony高清转播车 107

（三）北京电视台高清电视转播车 107

（四）中国传媒大学高清电视转播车 107

（五）上海广播电视台高清电视转播车 108

第二节 高清机顶盒 108

一、机顶盒市场需求或超千亿 108

二、有线标清机顶盒仍是主流 109

三、终端互联网化促使机顶盒产品类型多元化发展 110

四、机顶盒市场竞争激烈 111

五、机顶盒细分市场分析 113

（一）有线机顶盒市场分析 113

（二）机顶盒市场分析 115

（三）地面机顶盒市场分析 117

（四）iptv机顶盒市场分析 119

(五) ott机顶盒市场分析 120

六、未来中国机顶盒市场前景分析 122

第三节 高清电视机 123

一、高清电视机概述 123

二、高清电视获奖情况 123

三、液晶电视 124

(一) 液晶电视销售规模 124

(二) 区域品牌关注格局 125

(三) 具体品牌关注格局 125

(四) 液晶产品关注格局 126

(五) 液晶产品类型结构 128

(六) 智能液晶电视结构 129

(七) 高清液晶电视结构 130

(八) 产品背光类型结构 130

(九) 液晶产品价格结构 131

四、智能电视 132

(一) 智能电视概述 132

(二) 智能电视销售规模 133

(三) 智能电视市场概述 133

(四) 具体品牌关注格局 133

(五) 智能产品关注格局 134

(六) 智能电视价格结构 136

五、3d电视 137

(一) 3d电视概述 137

(二) 3d电视市场概述 137

(三) 3d品牌关注格局 137

(四) 3d产品关注格局 139

(五) 3d产品分辨率结构 140

(六) 3d电视价格段结构 141

第四节 超高清电视机(4k) 142

一、超高清电视机概述 142

二、超高清电视市场现状 143

- 三、超高清电视认证规范 143
- 四、超高清电视选购标准 144
- 五、超高清电视品牌状况 146
 - (一) 超高清电视外资品牌 146
 - (二) 超高清电视国产品牌 146
- 六、超高清电视企业竞争状况 147
- 七、超高清电视企业产品布局 148
- 八、超高清电视产业链的发展 148
- 九、超高清电视产业发展前景 148
- 十、超高清电视主要品牌分析 148
 - (一) tcl 148
 - (二) 索尼 150
 - (三) 三星 150
 - (四) lg 151
 - (五) 夏普 151

第十一章 高清/超高清电视用户市场分析 153

第一节 高清电视用户规模 153

- 一、有线电视用户规模 153
- 二、数字电视用户规模 154
- 三、用户数量 156
- 四、高清电视用户规模 157

第二节 4k超高清电视消费者调研 158

- 一、消费者认知情况 158
- 二、消费者购买意愿 159
- 三、消费者购买偏好 160
- 四、消费者购买价格 160
- 五、消费者品牌认知 161
- 六、消费者品牌关注 162
- 七、消费者产品关注 162

第十二章 中国高清互动电视服务发展分析 164

第一节 中国基于双向网络增值业务的基本构成分析 164

一、多媒体数据广播类业务 164

二、视频点播类业务 164

三、远程教育 165

四、 166

五、股票交易 166

六、电视缴费 167

七、游戏类业务 167

八、电视邮箱 168

第二节 互动增值业务开通情况 168

一、开通总体情况 168

二、vod业务 169

三、宽带业务 169

第三节 高清互动电视概述 170

一、互动电视 170

二、高清互动电视 170

第四节 高清互动电视运营模式 171

一、分账型 171

二、包干型 171

第五节 高清互动电视发展现状分析 171

一、中国有线网络高清交互发展历程 171

二、运营商发展高清交互业务必然性 172

三、运营商发展高清交互业务模式分析 172

（一）北京模式 173

（二）金华模式 173

四、高清交互电视用户规模 173

第十三章 2015年中国电视广告投放与竞争格局分析 174

第一节 2015年中国电视广告投放基本情况 174

一、2015年电视广告投放额 174

二、电视广告投放行业排名 174

三、电视广告投放企业排名 175

四、各级电视台广告投放额 176

五、央视广告投放情况分析 177

（一）央视广告投放行业排名 177

（二）央视广告投放品牌排名 177

六、省级卫视广告投放情况分析 178

（一）省级卫视广告投放行业排名 178

（二）省级卫视广告投放品牌排名 178

第二节 2015年中国电视广告市场竞争格局 179

一、频道间竞争 179

（一）各类电视频道广告投放额 179

（二）省级卫视广告投放额排名 180

（三）省会城市电视台广告投放 180

二、行业间竞争 181

第十四章 2015年收视调研分析 182

第一节 多元媒介下的电视受众分析 182

一、新媒体传播环境下受众分化 182

二、电视观众与网民的身份融合 182

三、融合性媒介使用与媒介分工 183

四、媒介使用习惯的流动与互补 185

第二节 观众收看基本情况 187

一、观众收看时长分析 187

（一）观众人均每天收看电视时长 187

（二）各年龄段观众人均收视时长 188

（三）所有频道全天收视率的走势 189

二、各级电视频道总体竞争情况 189

（一）各级电视频道市场份额分析 189

（二）各级频道不同年龄观众份额 190

（三）各级频道不同时段收视情况 191

三、各级电视频道内部竞争情况 192

（一）中央台频道 192

（二）省级卫视台 193

(三) 市级台频道	194
第三节 主要收视情况分析	195
一、各类收视总体情况	195
(一) 各类收视比重分析	195
(二) 各级频道各类节目收视比重	196
二、电视剧节目的收视市场分析	197
(一) 电视剧题材播出收视情况	197
(二) 不同观众人均日收看时长	198
(三) 不同时段电视剧收视情况	199
(四) 各级频道电视剧收视份额	200
(五) 主要电视剧收视情况分析	201
三、新闻节目观众收视情况调查	203
(一) 各类新闻节目观众构成	203
(二) 新闻节目人均收视时长	204
(三) 新闻节目收播比重分析	205
(四) 各级频道新闻节目份额	206
四、综艺节目观众收视情况调查	206
(一) 综艺节目人均收视时长	206
(1) 年均收视量	206
(2) 月均收视量	207
(3) 周均收视量	207
(4) 分时段收视量	208
(二) 各级频道综艺节目收视份额	209
(1) 各级频道综艺节目收视份额	209
(2) 各级频道综艺节目收播比重	210
(3) 综艺节目收视份额频道排名	210
(三) 主要综艺节目收视情况分析	211
(1) 央视综艺节目	211
(2) 声音选秀节目	212
(3) 婚恋交友节目	213
(4) 职场类节目	214
(5) 秀节目	214

第十五章 博思数据对中国高清/超高清电视服务行业发展前景与建议 216

第一节 2016-2022年电视发展新方向 216

一、清晰 216

二、立体 216

三、交互 216

四、智能 217

五、物联 217

第二节 2016-2022年中国高清电视行业前景预测分析 217

一、高清电视频道数量预测 217

二、高清电视用户规模预测 218

三、4k超高清电视市场前景 218

第三节 2016-2022年中国高清/超高清电视交互业务发展建议 219

一、建立高清交互数字电视内容中心 219

二、建立网络和业务同步发展的规划 219

三、建立高清交互业务可研标准规范 220

四、对终端用户进行跟踪和研究分析 220

图表目录:

图表 1 2012-2015年国内生产总值构成及增长速度统计 19

图表 2 2012-2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图 20

图表 3 2012-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 21

图表 4 2012-2015年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 22

图表 5 2015年中国居民消费价格月度变化趋势图 23

图表 6 2010-2015年中国广播电视播出机构数量统计 30

图表 7 2015年中国广播电视播出机构构成情况 30

图表 8 2012-2015年中国广播数量变化趋势图 31

图表 9 2012-2015年中国广播电视市场规模变化趋势图 31

图表 10 2015年广播电视行业收入结构 32

图表 11 2012-2015年中国广播电视收入结构变化趋势图 32

图表 12 2012-2015年中国广播电视广告收入变化趋势图 33

图表 13 2012-2015年中国广播电视有线网络产业收入变化趋势图 33

图表 14 2006-2015年中国制作时间统计	34
图表 15 2006-2015年中国电视剧产量变化趋势图	35
图表 16 2006-2015年中国电视剧集数变化趋势图	35
图表 17 2015年度全国获准发行国产电视剧题材统计表	36
图表 18 2012-2015年中国电视新闻类节目制作时间情况	38
图表 19 2012-2015年中国电视专题类节目制作时间情况	38
图表 20 2012-2015年中国电视综艺类节目制作时间情况	38
图表 21 2012-2015年中国电视影视剧类节目制作时间	39
图表 22 2012-2015年中国电视广告类节目制作时间情况	39
图表 23 2006-2015年中国人口覆盖率变化趋势图	40
图表 24 2006-2015年中国公共播出时间统计	40
图表 25 2006-2015年中国播出套数统计	41
图表 26 2006-2015年中国播出数量统计	41
图表 27 2011-2015年中国电视新闻资讯类节目播出时间情况	42
图表 28 2011-2015年中国电视专题服务类节目播出时间情况	42
图表 29 2011-2015年中国电视综艺益智类节目播出时间情况	42
图表 30 2011-2015年中国电视广播(影视)剧类节目播出时间情况	43
图表 31 2011-2015年中国电视广告类节目播出时间情况	43
图表 32 高清电视产业链结构图	47
图表 33 中国广播电视行业主要法规政策统计	50
图表 34 cctv体育赛事频道播出台标	59
图表 35 北京卫视高清频道列表	61
图表 36 深圳卫视高清频道接收参数	61
图表 37 浙江卫视高清频道参数	63
图表 38 2012-2015年北京光线传媒股份有限公司分业务收入情况统计	70
图表 39 2015年下半年光线传媒预计制作或播出的节目	71
图表 40 2015年下半年光线传媒预计取得发行许可证的电视剧	71
图表 41 北京世熙创意国际文化传媒有限公司列表	73
图表 42 2015年中国有线网络运营商络高清频道落地情况	93
图表 43 2015年北京歌华有线电视网络股份有限公司分行业情况表	94
图表 44 2015年北京歌华有线电视网络股份有限公司业务结构情况	94
图表 45 2015年北京歌华有线电视网络股份有限公司分地区情况表	94

图表 46 2015年深圳市天威视讯股份有限公司主营业务分产品情况表 96

图表 47 2015年深圳市天威视讯股份有限公司分地区情况表 96

图表 48 2015年陕西广电网络传媒股份有限公司主营业务分行业情况表 99

图表 49 2015年陕西广电网络传媒股份有限公司业务结构情况 99

图表 50 2015年陕西广电网络传媒股份有限公司分地区情况表 100

图表 51 东方有线网络有限公司18套高清基础频道 102

图表 52 东方有线网络有限公司9套高清付费频道 103

图表 53 sony高清/超高清摄像机列表 104

图表 54 松下高清摄像机列表 105

图表 55 松下hdc-z10000gk高清摄像机 106

图表 56 松下hdc-mdh1gk高清摄像机 106

图表 57 2015年第四季度中国机顶盒市场出货占比情况 109

图表 58 2015年第四季度中国高清机顶盒市场出货量情况 111

图表 59 直播电视接收设备三期招标总和厂商竞争格局 117

图表 60 地面数字机顶盒生产厂商市场占有率 118

图表 61 2015年度数字电视创新产品奖 123

图表 62 2015年度数字电视创新技术奖 124

图表 63 2015年度消费者喜爱的彩电产品奖 124

图表 64 2015年中国液晶电视市场不同区域品牌关注比例分布 125

图表 65 2015年中国液晶电视市场品牌关注比例分布 126

图表 66 2015年1-8月中国液晶电视市场品牌关注比例对比 126

图表 67 2015年中国液晶电视市场产品关注排名 127

图表 68 2015年中国液晶电视市场最受关注的十款产品 128

图表 69 2015年中国液晶电视市场3d电视产品关注比例分布 129

图表 70 2015年中国液晶电视市场智能电视产品关注比例分布 129

图表 71 2015年中国液晶电视市场高清电视产品关注比例分布 130

图表 72 2015年中国液晶电视市场不同背光类型产品关注比例分布 131

图表 73 2015年中国液晶电视市场不同价格段产品数量分布 131

图表 74 2015年中国液晶电视市场不同价格段产品关注比例分布 132

图表 75 2015年中国智能电视市场品牌关注比例分布 133

图表 76 2015年11-8月中国智能电视市场品牌关注比例对比 134

图表 77 2015年中国智能电视市场产品关注排名 135

图表 78 2015年中国智能电视市场最受关注的十款产品及主要参数 135

图表 79 2015年中国智能电视市场不同价格段产品数量分布 136

图表 80 2015年中国智能电视市场不同价格段产品关注比例分布 137

图表 81 2015年中国3d电视市场品牌关注比例分布 138

图表 82 2015年11-8月中国3d电视市场品牌关注比例对比 138

图表 83 2015年中国3d电视市场产品关注排名 139

图表 84 2015年中国3d电视市场最受关注的十款产品及主要参数 140

图表 85 2015年中国3d电视市场不同分辨率产品关注比例分布 140

图表 86 2015年中国3d电视市场不同价格段产品数量分布 141

图表 87 2015年中国3d电视市场不同价格段产品关注比例分布 142

图表 88 2006-2015年中国有线电视用户规模统计 153

图表 89 中国主要省区有线电视用户规模及所占比例 153

图表 90 2012-2015年中国有线数字电视用户规模变化趋势图 155

图表 91 中国主要省区数字电视用户规模及所占比例 155

图表 92 2006-2015年中国有线数字电视渗透情况变化趋势图 156

图表 93 2007-2015年中国iptv用户数量变化趋势图 157

图表 94 2015年中国有线数字电视构成情况统计 157

图表 95 4k电视消费者知晓情况调查 158

图表 96 4k电视消费者认知程度 159

图表 97 4k电视消费者购买意愿 159

图表 98 4k电视消费者购机尺寸调查 160

图表 99 4k电视消费者价格承受能力调查 161

图表 100 4k电视消费者品牌认知情况调查 161

图表 101 2015年4k电视品牌关注情况调查 162

图表 102 2015年4k电视产品型号关注情况调查 163

图表 103 2015年有线电视网络运营商开通各类增值业务情况 169

图表 104 有线电视网络运营商宽带业务产品比例示意图 170

图表 105 2012-2015年中国电视广告投放额变化趋势图 174

图表 106 2011-2015年中国电视广告投放额行业排名 175

图表 107 2011-2015年中国电视广告投放额企业排名 176

图表 108 2011-2015年各级电视台广告投放额变化趋势图 176

图表 109 2011-2015年央视分行业广告投放额top5 177

图表 110 2011-2015年央视分品牌广告投放额top5 178

图表 111 2011-2015年省级卫视广告分行业投放额top5 178

图表 112 2011-2015年省级卫视广告分品牌投放额top5 179

图表 113 2011-2015年各类电视频道广告投放额所占份额及其变化 179

图表 114 2011-2015年广告投放额排名前10位的省级卫视频道 180

图表 115 2011-2015年广告投放额排名前10位的省会城市电视台 181

图表 116 通过电视、互联网深入了解重大事件原因的观众选择比例 184

图表 117 网上收看原因的观众选择比例 186

图表 118 2012-2015年观众人均每日收看电视时长 187

图表 119 2012-2015年所有调查城市观众规模与收视时长 188

图表 120 2012-2015年各年龄段观众人均日收视时长 188

图表 121 2012-2015年所有频道全天收视率走势 189

图表 122 2015年各级电视频道市场份额 190

图表 123 2012-2015年各级电视频道市场份额对比 190

图表 124 2015年各级频道不同年龄段观众市场份额对比 191

图表 125 2011-2015年各级频道全天收视率走势对比 192

图表 126 2015年中央台各频道收视份额贡献 192

图表 127 2010-2015年省级卫视市场份额对比 193

图表 128 2015年省级地面频道晚间在本省市场份额 194

图表 129 2015年省级地面频道在省网与省会晚间竞争力差异 194

图表 130 2015年117个地级市晚间市场份额 195

图表 131 2015年各类收视比重 196

图表 132 2010-2015年各类播出与收视比重 196

图表 133 2015年各级频道不同类别节目收视比重 197

图表 134 2015年各类题材电视剧的编播及收视比重 198

图表 135 2015年不同观众群人均每天收看电视剧的分钟数 199

图表 136 2015年不同时间段电视剧播出量与收视量对比 200

图表 137 2015年各级频道电视剧收视份额 201

图表 138 2015年多家上星首播剧总收视率较高的剧目 201

图表 139 2015年卫视频道平均收视率超过2%的电视剧 202

图表 140 2015年各地表现突出的电视剧 203

图表 141 2015年各类型新闻节目观众构成 204

图表 142 2015年所有节目与新闻节目全天收视走势	204
图表 143 2012-2015年新闻节目的收播比重及资源使用效率	205
图表 144 2015年各类新闻节目的播出和收视比重	205
图表 145 2010-2015年各级频道新闻节目收视份额	206
图表 146 2012-2015年综艺节目的全年人均收视时长及增幅	207
图表 147 2010-2015年综艺节目分月收视量比较	207
图表 148 2010-2015年综艺节目分周天收视量比较	208
图表 149 2010-2015年综艺节目全天分时段收视量对比	209
图表 150 2010-2015年各级频道综艺节目收视份额	209
图表 151 2011-2015年各级频道综艺节目收播比重	210
图表 152 2011-2015年综艺节目收视份额排名前10位的频道	211
图表 153 <直通春晚>每期收视走势图	212
图表 154 2015年暑期<中国>每期收视走势	213
图表 155 2011-2015年<非诚勿扰>月度收视走势	213
图表 156 浙江卫视<中国梦想秀>第3-4季节目每期收视率走势	215
图表 157 2016-2022年中国有线高清数字电视用户规模变化趋势图	218

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/dianqi1510/U25104BA8F.html>