

# 2016-2022年中国电视媒体 市场全景调查与投资前景预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国电视媒体市场全景调查与投资前景预测报告》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.abaogao.com/b/chuanmei/6684770EO7.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

电视媒体将与新兴的载体相结合，将电视变成一种可以移动的电视。所谓移动着的电视，是说电视已经从客厅走到了广场、电梯、手机上，已经不再是以往那样的静止的、等待观众光临的状态。电视不断迁移，与网络、手机这样的终端，与楼宇电视这样的发明相结合，形成新的载体与传播样式。电脑互联网与电视的结合已经是一种定势了。然而这绝对不是互联网对电视的取代，只是电视媒体的一种革新。我认为，手机是电视媒体的最新载体。手机较之电脑更为轻便，手机已经成为人们身上不可或缺的一部分。随着，手机功能的日益增多以及3G、4G网络的推广，手机看电视将会成为一种势不可挡的力量。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国电视媒体市场全景调查与投资前景预测报告》。内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

智研数据研究中心是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

### 第一章2015年国际电视媒体产业发展现状分析

#### 第一节2015年国际电视媒体产业的发展

##### 一、国际电视媒体产业发展综述

##### 二、国外电视媒体的管制思路

##### 三、国外电视媒体的理念变化

#### 第二节2015年全球华语电视媒体的发展综述

##### 一、国际华语电视媒体的起步

##### 二、日本华语电视媒体发展面临的阻碍

##### 三、华语电视媒体全球化发展的路径探讨

##### 四、海外华语电视媒体的生存困境及突围策略

#### 第三节 2016-2022年国际电视媒体产业发展趋势分析

## 第二章2015年世界主要国家电视媒体产业运行动态分析

### 第一节 美国

- 一、美国电视工业发展综述
- 二、放松管制后美国电视媒体的发展状况
- 三、收视率对美国电视业的影响评析

### 第二节 英国

- 一、英国电视媒体的竞争形态
- 二、英国电视媒体的生存状态
- 三、英国电视媒体的广告经营概况

### 第三节 澳大利亚

- 一、澳大利亚的电视机构
- 二、网络媒体挤占澳电视媒体市场空间
- 三、澳商业电视媒体经营状况分析

## 第三章2015年中国电视媒体产业运行环境分析

### 第一节2015年中国电视媒体产业政策分析

- 一、广播电视管理条例
- 二、广播电台电视台审批管理办法??
- 三、境外卫星电视频道落地管理办法
- 四、广播电视广告播出管理办法
- 五、境外电视节目引进、播出管理规定?
- 六、互联网视听节目服务管理规定

### 第二节2015年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、中国汇率调整（人民币升值）
- 八、对外贸易&进出口

### 第三节2015年中国电视媒体产业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、中国城镇化率
- 六、居民的各种消费观念和习惯

## 第四章2015年中国电视媒体产业运行形势分析

### 第一节2015年中国电视媒体产业发展概况

- 一、中国电视媒体发展状况回顾
- 二、中国电视媒体业成功克服三大考验
- 三、中国电视媒体影响力调查分析

### 第二节2015年中国网络时代传统电视媒体的发展分析

- 一、网络化颠覆传统电视媒体形态
- 二、网络电视化推进传统电视平台的拓展延伸
- 三、传统电视媒体网上运作的实践与出路探讨
- 四、网络化时代传统电视媒体的应变思路
- 五、中国电视媒体网络化发展的的问题与对策
- 六、电视媒体和网络视频融合发展才是王道

### 第三节2015年中国电视媒体推介会分析

- 一、电视媒体推介会亮点解析
- 二、电视媒体推介会存在的缺陷
- 三、电视媒体推介会的制胜策略探究

### 第四节2015年电视媒体的跨媒体合作现状及对策分析

- 一、跨媒体合作模式的产生
- 二、跨媒体合作模式存在的不足
- 三、跨媒体整合中电视媒体产业的突围策略

### 第五节2015年中国电视收视率的相关分析

- 一、影响电视收视率的四大因素浅析
- 二、电视媒体的收视率面临的不足
- 三、电视媒体需要理性看待“收视率”指标

#### 四、中国电视媒体亟需建立绿色收视率体系

#### 第六节2015年中国电视媒体产业存在的问题与对策

- 一、中国电视媒体业面临的主要阻力
- 二、推动电视媒体向大众化发展的建议
- 三、电视媒体可持续发展的关键在于人才
- 四、突发事件中电视媒体的应对机制探索
- 五、重塑电视媒体公信力的策略分析

#### 第五章2015年中国电视新媒体的发展现状分析

##### 第一节 移动电视媒体的价值剖析

- 一、媒体发展的时代背景解读
- 二、各种媒体的市场价值分析
- 三、移动电视新媒体全效传播特征透析

##### 第二节2015年中国移动电视新媒体的发展现状分析

- 一、新时期移动电视需重视四大生存法则
- 二、地铁电视媒体的经营思路分析
- 三、车载移动电视媒体的运营思路探讨
- 四、公交移动电视的发展状况及改进措施

##### 第三节2015年中国数字电视媒体的发展分析

- 一、世界数字电视产业发展浅述
- 二、数字电视是时代发展的必然趋势
- 三、中国发展数字电视产业的政策环境
- 四、中国数字电视产业发展的优势剖析

##### 第四节2015年中国手机电视媒体的发展分析

- 一、中国手机电视产业链解析
- 二、探索中国手机电视的商业运作模式
- 三、加快手机电视产业发展的建议
- 四、手机电视市场规模预测

##### 第五节2015年中国IPTV市场发展现状分析

- 一、国内IPTV市场发展的特点透析
- 二、IPTV强势抢占数字电视市场空间
- 三、中国IPTV的市场运作模式详解

## 四、中国 IPTV市场发展走势透析

### 第六章2015年中国电视栏目的制作与发展分析

#### 第一节2015年电视栏目发展的基本概述

- 一、电视编辑的创新是电视栏目成功的关键元素
- 二、节目编排对电视媒体的发展起重要作用
- 三、电视栏目的定位与品牌塑造攻略
- 四、新创电视栏目的成功要素探讨
- 五、电视节目的收视率论需要重新评估
- 六、主持人与品牌电视栏目的成长关系探究
- 七、新媒介环境下电视栏目的品牌经营之道

#### 第二节 女性电视节目

- 一、中国女性电视节目形成与发展的三个阶段
- 二、中国女性电视节目的生存现状透析
- 三、中美典型女性电视节目比较评析
- 四、推动女性电视节目持续发展的对策

#### 第三节 讲坛类电视栏目

- 一、讲坛类电视栏目的火爆发展
- 二、讲坛类电视栏目发展的条件
- 三、电视讲坛栏目逐步进入发展滞后期
- 四、电视讲坛栏目的未来思考
- 五、讲坛类电视栏目需要创新思维

#### 第四节 电视选秀节目

- 一、剖析构筑选秀节目的关键要素
- 二、从心理学角度分析电视选秀节目受追捧的原因
- 三、中国各大卫视频道选秀类节目运作现状解读
- 四、中国电视选秀节目的未来出路思考

#### 第五节 谈话类电视栏目

- 一、电视谈话节目的基本类型
- 二、电视谈话节目的基本特征透析
- 三、电视谈话类节目陷入三大困局
- 四、深入分析中国谈话类电视节目的传播特性

## 五、中国电视谈话节目的出路思考

## 第七章2015年中国电视媒体广告市场走势分析

### 第一节2015年电视广告发展历程及特征分析

#### 一、中国电视广告产业发展历程分析

#### 二、电视广告的分类及优缺点

#### 三、电视广告的语言特点分析

#### 四、视觉文化环境下电视广告的发展

#### 五、电视广告的审美特性分析

### 第二节2015年中国电视广告市场发展分析

#### 一、中国电视广告发展背景概况

#### 二、中国电视广告市场发展的特点解析

#### 三、中国移动电视广告市场规模分析

### 第三节2015年中国电视媒体的广告影响力评价

#### 一、媒体影响力评估办法简介

#### 二、影响力评估指标的建立

#### 三、模型的使用与评估方法

#### 四、电视媒体广告影响力的评分等级探析

#### 五、媒体影响力与广告传播价值的相关性总结

### 第四节 2015年中国电视广告市场存在的问题及对策

#### 一、电视广告面临的突出问题

#### 二、电视广告市场恶俗广告泛滥

#### 三、恶俗商业广告形成及发展的原因

#### 四、从恶俗商业广告分析电视广告行业的发展对策

#### 五、数字电视广告的未来出路

### 第五节2015年中国电视媒体广告的经营思路探讨

#### 一、电视媒体广告经营方向的转变简述

#### 二、浅析电视广告的经营环境

#### 三、探索正确的电视广告经营策略

#### 四、电视媒体广告市场化运作思路解析

## 第八章2015年中国电视媒体的运营与盈利分析



## 第一节2015年中国电视媒体的品牌运作

- 一、浅析电视媒体品牌价值的挖掘方法
- 二、电视媒体品牌价值的深入剖析
- 三、电视媒体的品牌资产管理策略探究
- 四、国内省级电视媒体的品牌战略模式探讨

## 第二节2015年中国电视媒体经营现状及策略分析

- 一、“播出季”运营模式在中国的兴起及扩张
- 二、无序竞争状态下电视媒体的经营出路解析
- 三、电视媒体经营中的政府行为模式探究
- 四、中国电视传媒业公司化运作的必要性与意义
- 五、电视媒体的和谐经营模式的构筑
- 六、电视媒体健康发展需要树立正确的经营方针

## 第三节2015年电视媒体的成本核算与管理透析

- 一、“成本核算”问题的提出
- 二、现实的需求与差距
- 三、应对策略分析
- 四、成本控制与节约管理体系的构建
- 五、电视媒体财务管理的具体要点分析

## 第四节2015年中国电视媒体产业盈利模式的发展与创新

- 一、新形势下电视媒体盈利模式亟需变革
- 二、中国电视媒体盈利模式的创新实践
- 三、电视媒体产业盈利模式的出路选择
- 四、电视媒体赢利模式的未来方向

## 第五节2015年移动电视的受众市场和盈利模式深入透析

- 一、移动电视的媒体特性解析
- 二、移动电视的受众市场研究
- 三、未来移动电视赢利模式的预测解析

## 第九章2015年中国省级卫视运行态势分析

### 第一节2015年全国省级卫视发展综述

- 一、覆盖形势分析
- 二、收视状况分析

### 三、广告经营状况分析

#### 第二节2015年省级卫视面临的主要挑战分析

##### 一、省级卫视遭遇的内部困局

##### 二、省级卫视遭遇的外部困局

##### 三、受众环境下的困局透析

##### 四、广告资源环境下的困局剖析

#### 第三节2015年中国省级卫视的市场定位策略解析

##### 一、省级卫视媒体的市场定位现状

##### 二、自我定位或咨询定位

##### 三、由近及远或由远及近

##### 四、概念先行或市场细分

##### 五、目标积聚或标歧立异

### 第十章2015年中国电视媒体市场营销策略分析

#### 第一节2015年中国电视媒体的活动营销

##### 一、活动营销基本概述

##### 二、中国电视媒体活动营销的实践综述

##### 三、中国电视媒体兴起活动营销高潮

##### 四、国内电视媒体活动营销存在的突出问题

##### 五、促进电视媒体活动营销成功运作的建议

#### 第二节2015年电视媒体的整合营销分析

##### 一、整合营销的相关概述

##### 二、电视频道引入整合营销的必要性阐述

##### 三、电视频道整合营销的战略思路分析

#### 第三节2015年中国电视媒体的其他营销方式

##### 一、电视媒体的植入式营销

##### 二、电视媒体的公益营销

##### 三、电视媒体的会议营销

#### 第四节2015年电视媒体的营销个案分析

##### 一、安徽卫视的营销理念

##### 二、凤凰卫视的营销理念

##### 三、湖南卫视的营销理念

## 四、东方卫视的营销理念

### 第十一章 2015年中国电视媒体市场竞争格局分析

#### 第一节 2015年中国电视媒体面临的竞争格局

一、电视媒体竞争的全面了解

二、国际化竞争分析

三、国内传媒业竞争分析

四、国内电视业竞争分析

五、电视媒体的竞争策略

#### 第二节 2015年中国电视媒体的核心竞争力剖析

一、电视媒体核心竞争力的内涵

二、电视媒体核心竞争力的构成浅述

三、透析中国电视媒体核心竞争力现状

四、提升中国电视媒体核心竞争力的途径

#### 第三节 解读中国省级卫视的竞争格局

一、断裂与修复

二、电视综合实力

三、频道发展面临困惑

四、品牌健康体征评析

五、动态平衡

#### 第四节 2015年省级卫视频道竞争特征分析

一、结构特征的竞争状况

二、综艺娱乐节目的竞争状况

三、电视剧领域的竞争状况

四、资源和营销角度的竞争

#### 第五节 2015年中国电视媒体与博客的竞合综述

一、博客传播的功能解读

二、博客对电视媒体的影响浅述

三、电视媒体与博客的对比评价

四、电视媒体与博客的竞争与合作阐述

### 第十二章 2015年中国重点电视媒体机构竞争力分析

## 第一节 中央电视台

- 一、基本概述
- 二、中央电视台广告经营战略解析
- 三、中央电视台的媒介代理机制评析
- 四、中央电视台的竞争力剖析
- 五、中央电视台经营状况

## 第二节 凤凰卫视

- 一、基本概述
- 二、凤凰卫视经营状况
- 三、凤凰卫视的品牌经营战略透析
- 四、凤凰卫视的网络电视媒体定位策略解析

## 第三节 湖南电视台

- 一、基本概述
- 二、湖南电视台电视播出市场成绩斐然
- 三、湖南卫视电视剧发展路径探析
- 四、湖南卫视经营策略详解

## 第四节 上海文广

- 一、基本概述
- 二、SMG成功融资100亿元
- 三、东方卫视改版升级寻求突围
- 四、上海文广积极图谋版权收入

## 第五节 安徽电视台

- 一、基本概述
- 二、安徽电视台经营成效显著
- 三、安徽电视台成功开拓国际市场
- 四、安徽电视台开创电视网络新媒体市场的环境与策略

## 第六节 山东电视台

- 一、基本概述
- 二、山东电视台积极进军海外市场
- 三、山东卫视的市场突围策略探讨

## 第十三章 2016-2022年中国电视媒体产业的发展前景分析

## 第一节 2016-2022年中国电视媒体业的发展前景及趋势

- 一、中国电视媒体的未来发展战略
- 二、电视媒体的主导地位将长期存在
- 三、中国电视媒体的发展走向预测
- 四、电视媒体未来发展趋势及驱动因素分析
- 五、中国儿童电视媒体市场发展潜力巨大

## 第二节 2016-2022年中国电视媒体各细分市场前景分析

- 一、中国电视节目前景探析
- 二、电视新闻节目的发展方向透析
- 三、电视台自制剧将成未来主流趋势
- 四、电视广告未来走势剖析

## 第十四章 2016-2022年中国电视媒体产业的投资潜力分析

### 第一节 2016-2022年中国电视媒体市场的投资机会与策略

- 一、影视市场化轨道下民营资本的投资机会
- 二、电视剧制作的投资机会及策略
- 三、数字电视市场的投资机会及风险

### 第二节 2016-2022年中国风投在电视媒体市场大有可为

- 一、风险投资的内涵与特点
- 二、风险投资提高电视媒体综合竞争力
- 三、风险投资进入电视媒体所需的基本条件
- 四、电视媒体为吸引风险投资需要做出的努力

### 第三节 2016-2022年外资媒体进入中国电视业的可行性探析

- 一、中国电视产业的结构与利润空间
- 二、境外电视媒体进入中国市场的现实情况
- 三、境外电视媒体在中国市场的投资机遇透析
- 四、境外媒体进入中国市场的投资建议

## 图表目录：

图表：2011-2015年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2015年中国三产业增加值结构图

图表：2011-2015年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2011-2015年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2011-2015年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2011-2015中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：2011-2015中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2011-2015年中国工业增加值增长趋势图

图表：2011-2015年我国工业增加值分季度增速

图表：2011-2015年我国全社会固定资产投资额走势图

图表：2011-2015年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2011-2015年我国财政收入支出走势图

图表：2014年-2015年人民币兑美元汇率中间价

图表：2015年人民币汇率中间价对照表

图表：2011-2015年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2011-2015年中国货币供应量月度增速走势图

图表：2011-2015年中国外汇储备走势图

图表：2011-2015年中国外汇储备及增速变化图

图表：2015年中国人民银行利率调整表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2011-2015年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2011-2015年我国货物进出口总额走势图

图表：2011-2015年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2011-2015年中国就业人数走势图

图表：2011-2015年中国城镇就业人数走势图

图表：2011-2015年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：2011-2015年我国总人口数量增长趋势图

图表：2015年人口数量及其构成

图表：2011-2015年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表：2011-2015年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表：2011-2015年中国城镇化率走势图

图表：2011-2015年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：亚洲主要以中文为播出语言的卫星放送

图表：通信卫星转播平台可以看到5个卫星中文频道的节目

图表：2011-2015年澳大利亚电视媒体和网络媒体人均每周使用时间

图表：2015年电视播出的节目类型比例图

图表：2015年我国各区域广播电视机构收入比较

图表：主要电视节目类型播出和收视比重变化

图表：2015年全国各级频道收视市场份额

图表：奥运会前及期间35城市各级频道的市场份额比较

图表：媒体影响力的三大因素

图表：Media1.0生产模型

图表：Media2.0生产模型

图表：信息传播的典型模式

图表：部分国家地面数字电视（DDT）发展情况

图表：2011-2015年全国数字电视用户规模和所占比例图

图表：2014、2015年不同地区数字电视用户所占比例图

图表：2014、2015年不同地区数字电视用户比较

图表：2014、20135年全国数字电视用户所占文化程度和年龄结构

图表：手机电视产业链结构图

图表：广播式手机电视运营模式

图表：手机电视广告收入盈利模式

图表：点播式手机电视运营模式

图表：用户付费业务盈利模式

图表：手机电视投票业务盈利模式

图表：手机电视购物盈利模式

图表：整合式手机电视运营模式

图表：2011-2015年我国IPTV用户数及增长情况

图表：CCTV品牌栏目列表

图表：凤凰卫视品牌栏目列表

图表：中国电视谈话节目分类情况

图表：2015年开通地铁移动电视业务的城市

图表：2015年中国地铁移动电视市场规模

图表：“媒体影响受众的能力”的指标评分结构

图表：“受众影响社会的能力”的指标评分结构

图表：媒体矩阵示意图

图表：电视媒体影响力层级划分实例应用

图表：2015年省级卫视在全国的可接收人口和可接收率（前五位）

图表：2015年六大地区覆盖排名居首省级卫视的可接收人口和可接收率

图表：2015年直辖市覆盖前五强省级卫视的可接收率状况

图表：2015年山东、浙江、安徽、湖南与四川卫视城乡可接收率状况

图表：2014、2015年贵州卫视农村地区可接收人口对比

图表：2015年省级卫视在全国重点城市市区的可接收人口和可接收率（前五位）

图表：2015年山东、浙江、安徽、湖南与四川卫视城乡可接收率状况

图表：2011-2015年省级卫视频道全国收视市场份额对比

图表：2011-2015年全国电视整体收视格局及省级卫视所占市场份额

图表：2015年对省级卫视收视贡献较大的节目类型及其比重

图表：2015年全国收视份额超过1%的省级卫视

图表：2015年与其他频道类别比省级卫视的强势收视时段主要分布

图表：2015年与其他频道类别比省级卫视的主要收视人群结构分布

图表：2015年与中央电视频道相比省级卫视收视人群构成指数

图表：2015年中国媒体及电视媒体广告投放总额

图表：2011-2015年全国媒体广告额中各类媒体所占市场份额

图表：2011-2015年全国电视媒体广告投放额中各类电视媒体所占市场份额

图表：2011-2015年省级卫视广告投放TOP5行业的广告额

图表：2011-2015年省级卫视广告投放TOP5行业的广告额所占市场份额

图表：2011-2015年省级卫视广告投放TOP5品牌的广告额

图表：2011-2015年省级卫视广告投放TOP5品牌的广告额所占市场份额

图表：2015年全国覆盖排名前五位省级卫视的覆盖及增长状况

图表：2015年省级卫视频道对全国覆盖人口增长量的分梯队贡献对比

图表：2015年全国覆盖增长量排名前五省级卫视的覆盖状况

图表：2015年重点城市覆盖人口总量排名前五省级卫视的覆盖及增长状况

图表：2015年省级卫视频道对重点城市覆盖人口增长量的分梯队贡献对比

图表：2015年贵州卫视与甘肃卫视分地区累计覆盖人口状况

图表：2015年环渤海区域省级卫视的覆盖状况

图表：2015年全国总开机率与2014年同期的比较

图表：2015年全年各目标人群平均收视总量与2014年同期对比

图表：2015年省级卫视频道组市场份额较2014年同期的增减

图表：2015年央视频道组市场份额较2014年同期的增减



图表：2015年排名前列的省级卫视占全国总份额

图表：2014年与2015年省级卫视全天收视排名对比

图表：2015年黄金档（1900至2300）份额超1%的省级卫视收视情况

图表：2015年黄金档份额超1%的四家省级卫视收视走势对比

图表：2015年省级卫视频道组全天候份额及占比

图表：2015年全国各级频道收视份额

图表：2015年各级频道观众集中度比较

图表：2015年各级频道全年收视走势

图表：2015年所有频道电视剧收视排名前10位

图表：2015年CCTV-1晚间黄金档电视剧收视走势

图表：2015年所有频道新闻/时事类节目收视排名前5位

图表：2015年所有频道综艺类节目收视排名前10位

图表：2015年所有频道专题类节目收视排名前10位

图表：2015年中国网络视频用户对视频的偏好

图表：2015年省级卫视收视率比较图

图表：2015年省级卫视收视份额变化曲线

图表：2015年省级卫视品牌指标模型

图表：2015年省级卫视收视率发展景气指数

图表：2015年省级卫视频道发展景气及成长潜力排名（含深圳）

图表：2015年省级卫视频道收视份额（35城市，晚间18：00-24：00）

图表：2015年省级卫视综艺节目播出比重和收视比重

图表：2014、2015年省级卫视电视剧播出和收视比重（35城市）

图表：2015年省级卫视电视剧在观众电视剧总收视比重

图表：略&hellip;&hellip;&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/6684770EO7.html>