

2016-2022年中国电视节目 新模式与电视新媒体市场产销预测及投资发展策略研究报

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国电视节目创新模式与电视新媒体市场产销预测及投资发展策略研究报告》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.abaogao.com/b/chuanmei/O116517J0A.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

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——《News Zero》250
 - 4) 案例分析——《News watch 9》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——《Nep League》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super junior 《full house》262
 - 4) 案例分析——《Running man》263
 - (3) 韩国婚恋类节目模式演变路径分析263

- (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) 相关政策法规介绍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) 广告视听载体388

- 1、广告视听载体市场分析388
- 2、广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1 2012年12月-2014年12月全国居民消费价格涨跌幅度45
- 图表2 2012年12月-2014年12月我国猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况46
- 图表3 2012年12月-2014年12月我国鲜菜、鲜果价格变动情况47
- 图表4 2014年1-12月份居民消费价格分类别同比涨跌幅49
- 图表5 2014年1-12月份居民消费价格分类别环比涨跌幅50
- 图表6 2014年12月居民消费价格主要数据50
- 图表7 2010-2014年我国人口及其自然增长率变化情况54
- 图表8 2010-2014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9 2010-2014年研究与试验发展经费支出56
- 图表 10 1994-2014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(2014年)总计69

图表 20 新闻类广播电视节目播出时间(2014年)70

图表 21 专题类广播电视节目播出时间(2014年)71

图表 22 综艺类广播电视节目播出时间(2014年)71

图表 23 广告类广播电视节目播出时间(2014年)72

图表 24 影视剧类广播电视节目播出时间(2014年)72

图表 25 其他广播电视节目播出时间(2014年)73

图表 26 中国电视节目进口 (2014年) 总金额分析73

图表 27 中国电视节目进口情况(2014年) 总数量分析74

图表 28 2014年中国电视节目从美国进口分析74

图表 29 2014年中国电视节目从欧洲进口分析75

图表 30 2014年中国电视节目从韩国进口分析75

图表 31 2014年中国电视节目从日本进口分析76

图表 32 2014年中国电视节目从拉美进口分析77

图表 33 2014年中国电视节目从非洲进口分析77

图表 34 2014年中国电视节目出口总金额分析78

图表 35 2014年中国电视节目出口总数量分析78

图表 36 2014年中国电视节目从美国出口分析79

图表 37 2014年中国电视节目从欧洲出口分析79

图表 38 2014年中国电视节目从韩国出口分析80

图表 39 2014年中国电视节目从日本出口分析80

图表 40 2014年中国电视节目从拉美出口分析81

图表 41 2014年中国电视节目从非洲出口分析81

图表 42 北京地区广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)83

图表 43 北京地区电视节目制作播出情况(2014年)84

图表 44 天津地区广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)85

图表 45 天津地区电视节目制作播出情况(2014年)86

图表 46 河北地区广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)88

图表 47 河北地区电视节目制作播出情况(2014年)89

图表 48 山西广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)92
图表 49 山西电视节目制作播出情况(2014年)92
图表 50 内蒙古广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)93
图表 51 内蒙古电视节目制作播出情况(2014年)94
图表 52 辽宁广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)100
图表 53 辽宁电视节目制作播出情况(2014年)100
图表 54 吉林广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)103
图表 55 吉林电视节目制作播出情况(2014年)103
图表 56 黑龙江广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)108
图表 57 黑龙江电视节目制作播出情况(2014年)108
图表 58 上海广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)120
图表 59 上海电视节目制作播出情况(2014年)121
图表 60 江苏省“十三五”广播影视发展主要成绩123
图表 61 江苏广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)125
图表 62 江苏电视节目制作播出情况(2014年)125
图表 63 浙江广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)131
图表 64 浙江电视节目制作播出情况(2014年)132
图表 65 安徽广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)133
图表 66 安徽电视节目制作播出情况(2014年)134
图表 67 福建广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)136
图表 68 福建电视节目制作播出情况(2014年)136
图表 69 江西广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)138
图表 70 江西电视节目制作播出情况(2014年)138
图表 71 山东广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)144
图表 72 山东电视节目制作播出情况(2014年)144
图表 73 河南广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)145
图表 74 河南电视节目制作播出情况(2014年)146
图表 75 湖北广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)147
图表 76 湖北电视节目制作播出情况(2014年)147
图表 77 湖南广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)151
图表 78 湖南电视节目制作播出情况(2014年)151
图表 79 广东广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)155

图表 80 广东电视节目制作播出情况(2014年)155
图表 81 广西广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)160
图表 82 广西电视节目制作播出情况(2014年)160
图表 83 海南广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)162
图表 84 海南电视节目制作播出情况(2014年)163
图表 85 重庆广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)164
图表 86 重庆电视节目制作播出情况(2014年)164
图表 87 四川广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)167
图表 88 四川电视节目制作播出情况(2014年)167
图表 89 贵州广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)168
图表 90 贵州电视节目制作播出情况(2014年)169
图表 91 云南广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)177
图表 92 云南电视节目制作播出情况(2014年)177
图表 93 西藏地区广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)193
图表 94 西藏地区电视节目制作播出情况(2014年)193
图表 95 陕西广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)198
图表 96 陕西电视节目制作播出情况(2014年)198
图表 97 甘肃广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)200
图表 98 甘肃电视节目制作播出情况(2014年)200
图表 99 青海广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)204
图表 100 青海电视节目制作播出情况(2014年)204
图表 101 宁夏广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)209
图表 102 宁夏电视节目制作播出情况(2014年)210
图表 103 新疆地区广播电视节目综合人口覆盖情况 (2014年)211
图表 104 新疆地区电视节目制作播出情况(2014年)211
图表 105 2010-2014年美国电视节目下载服务市场收入规模214
图表 106 2010-2014年中国手机电视用户规模与增长369
图表 107 互联网/智能电视出货量在未来将大幅增长376
图表 108 中央电视台组织架构分析456

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/O116517J0A.html>