

2024-2030年中国电视、广播行业发展态势与行业竞争对手分析报告

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

《2024-2030年中国电视、广播行业发展态势与行业竞争对手分析报告》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/202310/412600.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

广播电视属于信息产业，是以生产、传播、销售信息为主要活动内容的信息产业群的子产业。广播电视产品具有信息产品的基本特征，即依附性、共享性、时效性、可压缩性和可传递性等。

改革开放以来，中国贯彻执行对内搞活经济和对外实行开放的方针，极大地调动了地方的积极性，中国的广播电视业出现了蓬勃发展的新局面。经过四十年年的发展，中国形成了有线、无线、卫星、互联网等多种技术手段并用的广播电视传播网络。

2021年全国制作广播节目时间812.71万小时，同比下降1.01%；播出时间1589.49万小时，同比增长0.55%。制作电视节目时间305.96万小时，同比下降6.79%；播出时间2013.99万小时，同比增长1.29%。2021年全国制作发行电视剧194部、6736集，制作发行部数同比下降3.96%，全国播出电视剧20.89万部，播出影视剧类电视节目时间884.33万小时，同比增长1.28%。

2021年全国广播电视行业总收入11488.81亿元，同比增长24.68%。其中，广播电视和网络视听业务实际创收收入9673.11亿元，同比增长25.43%；财政补助收入968.76亿元，与上年基本持平；其他收入846.94亿元，同比增长58.45%。

广播电视行业成为文化产业的龙头，带动文化产业成为国民经济的新兴产业和新的经济增长点。近年来，政府对电视、广播行业的一系列政策支持，促进了行业平稳健康的发展。2021年3月16日，国家广播电视总局就《中华人民共和国广播电视法（征求意见稿）》公开征求意见，征求意见稿中提出，国家加强智慧广播电视建设，将支持广播电视全国统一市场体系和产业体系建设。2021年11月，《广播电视和网络视听“十四五”科技发展规划》正式印发。《规划》立足新发展阶段、贯彻新发展理念、构建新发展格局，以科技自立自强为战略支撑，以推动广播电视和网络视听高质量创新性发展为主题，明确了“十四五”

时期广播电视和网络视听科技发展的总体目标和战略举措。2022年5月30日，国家广播电视总局发布《广播电视和网络视听领域经纪机构管理办法》的通知，办法将于2022年6月30日起施行，《办法》规范广播电视和网络视听领域经纪活动，加强经纪机构、经纪人员管理，明确经纪机构、经纪人员的权利和义务，保障广播电视和网络视听行业健康有序发展。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国电视、广播行业发展态势与行业竞争对手分析报告》共八章。首先介绍了中国电视、广播行业的发展概况并分析了广播、电视行业设备的产量、进出口等重点数据，接着具体分析了国内电视产业、广播产业的现状和市场运行情况，然后具体介绍了浙江、江苏、湖北、北京等重点区域广电业的发展。随后，报告对电视、广播产业做了运营竞争分析和重点企业经营状况分析，最后分析了中国电视、广播产业的投资潜力与

未来前景趋势。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、商务部、财政部、文旅部、国家广播电视总局、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对电视、广播产业有个系统深入的了解、或者想投资电视广播产业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 2021-2023年中国广播电视行业运行分析

1.1 广播电视概述

1.1.1 广播电视经济的概念

1.1.2 广播电视产品的商品属性

1.1.3 广播电视传播的经济目的

1.1.4 广播电视业的产业定位

1.2 广播电视行业政策环境

1.2.1 网络视听节目规范

1.2.2 广播影视企业版权管理

1.2.3 超高清电视发展促进措施

1.2.4 电视剧繁荣发展促进政

1.3 2021-2023年广播电视行业运行状况

1.3.1 广播电视节目制作情况

1.3.2 广播电视传输覆盖情况

1.3.3 网络视听节目服务情况

1.3.4 广播电视行业收入情况

1.3.5 广播电视从业人员情况

1.4 广播电视行业现存问题及发展策略分析

1.4.1 行业发展问题

1.4.2 行业发展思路

1.4.3 行业发展途径

1.4.4 资本运营策略

1.4.5 参与三网融合

1.4.6 行业发展重点

第二章 2021-2023年广播电视设备重点数据运行状况

2.1 中国广播电视设备制造行业财务状况

2.1.1 中国广播电视设备制造行业盈利能力指标分析

2.1.2 中国广播电视设备制造行业营运能力指标分析

2.1.3 中国广播电视设备制造行业偿债能力指标分析

2.2 2021-2023年中国无线电广播、电视发送设备进出口数据分析

2.2.1 进出口总量数据分析

2.2.2 主要贸易国进出口情况分析

2.2.3 主要省市进出口情况分析

2.3 2021-2023年全国彩色电视机产量分析

2.3.1 2021-2023年全国彩色电视机产量趋势

2.3.2 2020年全国彩色电视机产量情况

2.3.3 2021年全国彩色电视机产量情况

2.3.4 2022年全国彩色电视机产量情况

2.3.5 彩色电视机产量分布情况

第三章 2021-2023年中国电视行业发展状况分析

3.1 中国电视产业发展综述

3.1.1 行业管理导向

3.1.2 行业支持措施

3.1.3 推进网络整合

3.1.4 促进国际传播

3.2 2021-2023年电视剧行业运行分析

3.2.1 行业政策环境

3.2.2 行业生产状况

3.2.3 行业播出情况

3.2.4 行业收视分析

3.2.5 电视剧作品分析

3.2.6 网络剧作品分析

3.2.7 播出平台发展状况

3.3 2021-2023年电视广告行业发展状况

- 3.3.1 整体市场概述
- 3.3.2 各级频道广告收入
- 3.3.3 各级频道广告时长
- 3.3.4 电视广告花费情况
- 3.3.5 互联网广告情况
- 3.4 2021-2023年有线电视发展分析
 - 3.4.1 收视格局
 - 3.4.2 用户规模
 - 3.4.3 行业现状
 - 3.4.4 业务发展
 - 3.4.5 智能终端
 - 3.4.6 网络建设
- 3.5 2021-2023年交互式网络电视（IPTV）发展
 - 3.5.1 产业链条
 - 3.5.2 用户规模
 - 3.5.3 收入规模
 - 3.5.4 牌照发放情况
 - 3.5.5 未来发展前景
- 3.6 2021-2023年互联网电视（OTT）发展
 - 3.6.1 收入规模
 - 3.6.2 用户规模
 - 3.6.3 市场运营状况
 - 3.6.4 牌照发放情况
 - 3.6.5 行业发展趋势

第四章 2021-2023年中国广播业发展状况分析

- 4.1 中国广播业发展综述
 - 4.1.1 行业受众情况
 - 4.1.2 传播场景分析
 - 4.1.3 主力人群分析
 - 4.1.4 广播媒体融合
- 4.2 2021-2023年广播产业运营状况分析

- 4.2.1 移动音频生态
- 4.2.2 产品服务创新
- 4.2.3 商业价值变现
- 4.2.4 场景技术升级
- 4.2.5 广播融合发展
- 4.3 2021-2023年广播广告行业发展分析
 - 4.3.1 整体市场状况
 - 4.3.2 广播广告价值
 - 4.3.3 广播广告花费
 - 4.3.4 广播广告趋势
- 4.4 2021-2023年广播融媒体产业发展分析
 - 4.4.1 平台建设状况
 - 4.4.2 传播渠道发展
 - 4.4.3 形态创新情况
 - 4.4.4 业态发展分析
 - 4.4.5 未来发展趋势

第五章 2021-2023年中国电视、广播业区域发展分析

- 5.1 浙江省
 - 5.1.1 广播电视节目制作情况
 - 5.1.2 广播电视传输覆盖情况
 - 5.1.3 网络视听节目服务情况
 - 5.1.4 广播电视行业收入情况
 - 5.1.5 广播电视对外出口情况
 - 5.1.6 机构和从业人员情况
- 5.2 江苏省
 - 5.2.1 广播电视发展态势
 - 5.2.2 广播电视管理条例
 - 5.2.3 广播电视发展重点
 - 5.2.4 广播电视发展目标
- 5.3 湖北省
 - 5.3.1 广播电视产业发展概况

- 5.3.2 广播电视产业发展特点
- 5.3.3 广播电视产业现存困境
- 5.3.4 广播电视产业发展策略
- 5.4 北京市
 - 5.4.1 广播影视产业运行
 - 5.4.2 广播市场发展状况
 - 5.4.3 广播电视技术发展
- 5.5 广东
 - 5.5.1 广播电视发展成果
 - 5.5.2 电视产业发展简况
 - 5.5.3 广播影视发展目标
- 5.6 山东省
 - 5.6.1 电视剧制作情况
 - 5.6.2 广播电视发展重点
 - 5.6.3 广播电视发展思路
- 5.7 其他区域
 - 5.7.1 湖南省
 - 5.7.2 上海市
 - 5.7.3 南宁市

第六章 2020-2023年中国电视、广播行业重点企业分析

- 6.1 中视传媒股份有限公司
 - 6.1.1 企业发展概况
 - 6.1.2 经营效益分析
 - 6.1.3 业务经营分析
 - 6.1.4 财务状况分析
 - 6.1.5 核心竞争力分析
 - 6.1.6 公司发展战略
 - 6.1.7 未来前景展望
- 6.2 上海东方明珠（集团）股份有限公司
 - 6.2.1 企业发展概况
 - 6.2.2 经营效益分析

6.2.3 业务经营分析

6.2.4 财务状况分析

6.2.5 核心竞争力分析

6.2.6 公司发展战略

6.2.7 未来前景展望

6.3 北京歌华有线电视网络股份有限公司

6.3.1 企业发展概况

6.3.2 经营效益分析

6.3.3 业务经营分析

6.3.4 财务状况分析

6.3.5 核心竞争力分析

6.3.6 公司发展战略

6.3.7 未来前景展望

6.4 深圳市天威视讯股份有限公司

6.4.1 企业发展概况

6.4.2 经营效益分析

6.4.3 业务经营分析

6.4.4 财务状况分析

6.4.5 核心竞争力分析

6.4.6 公司发展战略

6.4.7 未来前景展望

6.5 湖南电广传媒股份有限公司

6.5.1 企业发展概况

6.5.2 经营效益分析

6.5.3 业务经营分析

6.5.4 财务状况分析

6.5.5 核心竞争力分析

6.5.6 公司发展战略

6.5.7 未来前景展望

6.6 陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司

6.6.1 企业发展概况

6.6.2 经营效益分析

- 6.6.3 业务经营分析
- 6.6.4 财务状况分析
- 6.6.5 核心竞争力分析
- 6.6.6 公司发展战略
- 6.6.7 未来前景展望

第七章 2021-2023年中国电视、广播业竞争与营销分析

7.1 电视剧竞争分析

- 7.1.1 电视剧行业竞争的本质
- 7.1.2 电视剧地面频道剧场竞争
- 7.1.3 省级上星卫视竞争状况
- 7.1.4 头部企业竞争格局分析
- 7.1.5 电视剧行业不规范竞争现象
- 7.1.6 电视剧竞争中存在问题分析
- 7.1.7 电视剧竞争行业的制胜对策

7.2 电视剧营销分析

- 7.2.1 电视剧市场营销目标解析
- 7.2.2 中国电视剧营销模式变革
- 7.2.3 中国电视剧营销发展态势
- 7.2.4 数字化时代电视剧营销策略
- 7.2.5 中国电视剧营销竞争格局与趋势
- 7.2.6 电视剧营销的要点及思路分析

7.3 广播业竞争分析

- 7.3.1 广播媒体竞争优势分析
- 7.3.2 广播媒体各级电台竞争
- 7.3.3 广播收听市场竞争状况
- 7.3.4 各类频率节目市场份额

7.4 广播业营销分析

- 7.4.1 地市级广播媒体营销
- 7.4.2 广播广告营销策略创新
- 7.4.3 广播广告智库时代营销
- 7.4.4 广播媒体营销策略创新

第八章 中国电视、广播产业投资分析及前景预测

8.1 中国电视、广播市场投资分析

8.1.1 电影电视投资规模

8.1.2 电视节目投资情况

8.1.3 广播行业投资风险

8.1.4 广播行业投资建议

8.2 中国电视、广播产业发展趋势及前景展望

8.2.1 广播电视发展趋势

8.2.2 广播电视发展前景

8.3 对2024-2030年中国广播电视行业预测分析

8.3.1 2024-2030年中国广播电视行业影响因素分析

8.3.2 2024-2030年中国广播电视服务业总收入预测

8.3.3 2024-2030年中国广播电视实际创收收入预测

图表目录

图表 2018-2022年广播电视设备制造业销售利润率

图表 2018-2022年广播电视设备制造业成本费用利润率

图表 2018-2022年广播电视设备制造业成本费用占主营业务收入的比率

图表 2018-2022年广播电视设备制造业应收账款周转率

图表 2018-2022年广播电视设备制造业流动资产周转率

图表 2018-2022年广播电视设备制造业总资产周转率

图表 2018-2022年广播电视设备制造业资产负债率

图表 2018-2022年广播电视设备制造业利息保障倍数

图表 2020-2022年中国无线电广播、电视发送设备进出口总额

图表 2020-2022年中国无线电广播、电视发送设备进出口（总额）结构

图表 2020-2022年中国无线电广播、电视发送设备贸易顺差规模

图表 2020-2021年中国无线电广播、电视发送设备进口区域分布

图表 2020-2021年中国无线电广播、电视发送设备进口市场集中度（分国家）

图表 2021年主要贸易国无线电广播、电视发送设备进口市场情况

图表 2022年主要贸易国无线电广播、电视发送设备进口市场情况

图表 2020-2021年中国无线电广播、电视发送设备出口区域分布

- 图表 2020-2021年中国无线电广播、电视发送设备出口市场集中度（分国家）
- 图表 2021年主要贸易国无线电广播、电视发送设备出口市场情况
- 图表 2022年主要贸易国无线电广播、电视发送设备出口市场情况
- 图表 2020-2021年主要省市无线电广播、电视发送设备进口市场集中度（分省市）
- 图表 2021年主要省市无线电广播、电视发送设备进口情况
- 图表 2022年主要省市无线电广播、电视发送设备进口情况
- 图表 2020-2021年中国无线电广播、电视发送设备出口市场集中度（分省市）
- 图表 2021年主要省市无线电广播、电视发送设备出口情况
- 图表 2022年主要省市无线电广播、电视发送设备出口情况
- 图表 2020-2022年中国彩色电视机产量趋势图
- 图表 2020年全国彩色电视机产量数据
- 图表 2020年主要省份彩色电视机占全国产量比重情况
- 图表 2021年全国彩色电视机产量数据
- 图表 2021年主要省份彩色电视机占全国产量比重情况
- 图表 2022年全国彩色电视机产量数据
- 图表 2022年主要省份彩色电视机占全国产量比重情况
- 图表 2022年彩色电视机产量集中程度示意图
- 图表 党和国家重大周年纪念节点
- 图表 2012-2021年生产完成并获得发行许可的电视剧总量
- 图表 2016-2021年生产电视剧题材变化趋势
- 图表 2021年生产电视剧各题材占比
- 图表 2016-2021年上星剧及网络剧播出数量
- 图表 2021年央卫视收视率TOP30电视剧各题材占比
- 图表 2021年央卫视收视TOP30剧目分布
- 图表 2021年电视剧网络播放量TOP50各题材占比
- 图表 2021年网络剧播放量TOP50剧目各平台数量占比
- 图表 2021年网络剧播放量TOP50各题材占比

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/412600.html>