

# 中国城市电视台市场运营全景分析与未来发展定位预测报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国城市电视台市场运营全景分析与未来发展定位预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/229104229104.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

### 第一章中国城市电视台运营背景

#### 1.1中国电视产业链分析

#### 1.2国内外电视产业经营特征

##### 1.2.1国外电视产业经营特征

(1) 市场竞争与垄断经营

(2) 多元整合与规模经营

(3) 跨国发展与全球经营

(4) 法制管理与自有经营

##### 1.2.2国内电视产业经营特征

(1) 双重属性与有限经营

(2) 广告为主与多元经营

(3) 产业整合与本土经营

#### 1.3中国电视台运营现状分析

##### 1.3.1电视台发展历程与格局

##### 1.3.2电视台与频道数量分析

##### 1.3.3电视节目制播情况分析

(1) 电视节目制作情况

###### 1) 电视节目套数

###### 2) 电视节目制作时间

(2) 电视节目播出时间

(3) 电视节目覆盖率分析

##### 1.3.4电视收视情况分析

(1) 电视收视量变化情况

(2) 电视收视量的观众特征

(3) 电视收视量的频道分布

(4) 电视收视量的时段分布

(5) 电视收视量的周天分布

#### 1.4中国电视台相关行业运营分析

##### 1.4.1广告行业运营情况分析

(1) 广告行业市场规模

(2) 各媒体广告市场份额

(3) 广告行业经营情况

(4) 广告企业经营情况

#### 1.4.2电视剧行业运营情况分析

- (1) 电视剧行业规模
- (2) 电视剧制作情况
- (3) 电视剧播出情况
- (4) 电视剧收视情况
- (5) 电视剧竞争格局

#### 1.4.3电影行业运营情况分析

- (1) 电影行业发展规模
  - 1) 电影院线规模
  - 2) 电影产量规模
  - 3) 电影观众规模
  - 4) 电影收入规模
  - 5) 海外销售规模
- (2) 电影行业竞争格局
  - 1) 票房区域竞争格局
  - 2) 影片票房竞争格局
  - 3) 国产与进口电影竞争情况
- (3) 电影行业前景预测

#### 1.4.4其它传统媒体行业运营情况

- (1) 广播行业运营情况
- (2) 音像行业运营情况
- (3) 期刊行业运营情况
- (4) 报纸行业运营情况

### 第二章中国城市电视台生存发展环境分析

#### 2.1城市电视台总体发展状况

- 2.1.1城市电视台范畴界定
- 2.1.2城市电视台发展回顾
- 2.1.3城市电视台发展格局

#### 2.2城市电视台运营情况分析

- 2.2.1城市电视台数量情况
- 2.2.2城市电视台收视情况
- 2.2.3主要经营情况

- (1) 中央电视台经营情况
- (2) 省级电视台经营情况

#### 2.3城市电视台运营环境分析

### 2.3.1行业政策环境分析

### 2.3.2行业技术环境分析

- (1) 行业专利申请数量
- (2) 行业专利公开数量
- (3) 行业专利类型分析
- (4) 技术领先企业分析
- (5) 行业热门技术分析

### 2.3.3行业社会环境分析

- (1) 电视节目受众的碎片化
- (2) 电视节目受众的时段化
- (3) 电视节目受众的季节性
- (4) 电视节目受众的定位

## 2.4城市电视台SWOT分析

### 2.4.1城市电视台竞争优势(S)

### 2.4.2城市电视台竞争劣势(W)

### 2.4.3城市电视台发展机遇(O)

### 2.4.4城市电视台发展威胁(T)

## 第三章中国城市电视台盈利模式创新探索

### 3.1城市电视台广告经营现状与策略

#### 3.1.1级电视台广告业务模式分析

- (1) 中央电视台竞标模式
- (2) 省级电视台混合模式
- (3) 城市电视台自助模式
- (4) 三级电视台广告经营模式对比

#### 3.1.2城市电视台广告经营现状分析

- (1) 城市电视台广告收入现状
- (2) 城市电视台广告经营面临的困境

#### 3.1.3城市电视台广告经营策略建议

- (1) 广告播放渠道策略
- (2) 行业广告选取策略
- (3) 广告经营结构策略
- (4) 频道广告差异化策略

### 3.2城市电视台开展电视购物模式分析

#### 3.2.1电视购物与其它平台比较

- (1) 电视购物与网络购物比较

- 1) 网络购物行业发展情况
- 2) 电视购物与网络购物比较分析
  - (2) 电视购物与零售业(实体店)比较
- 1) 零售业发展情况
- 2) 零售业发展预测
- 3) 电视购物与购物中心(实体店)边际效应
- 3.2.2电视购物运作模式分析
  - (1) 传统电视购物运作模式
  - (2) 现代电视购物运作模式
- 1) 电视台自办电视购物企业模式
- 2) 多个电视台联办电视购物企业模式
  - (3) 不同电视购物运作模式对比
- 3.2.3电视购物市场规模分析
- 3.2.4电视台开展电视购物案例分析
  - (1) CCTV中视购物
    - 1) 中视购物发展简况
    - 2) 配置资源建设情况
    - 3) 运营区域与网络覆盖
    - 4) 经营产品及市场营销
  - (2) 湖南卫视“快乐购”
    - 1) 快乐购发展简况
    - 2) 配置资源建设情况
    - 3) 运营区域与网络覆盖
    - 4) 经营产品及市场营销
  - (3) 东方CJ家庭购物
    - 1) CJ家庭购物发展简况
    - 2) 运营区域与网络覆盖
    - 3) 经营产品及市场营销
  - (4) 重庆电视台“时尚购”
    - 1) 时尚购发展简况
    - 2) 运营区域与网络覆盖
    - 3) 经营产品及市场营销
- 3.2.5城市电视台开展电视购物的建议
- 3.3城市电视台自制剧经营及经验借鉴
  - 3.3.1电视台自制剧特征分析

- (1) 剧作资源的独有性
- (2) 剧集策划的统一性
- (3) 版权方决策的多重性
- (4) 市场需求的紧密性

### 3.3.2电视台自制剧的盈利优势

- (1) 电视资源的整合优势
- (2) 受众市场的贴近优势
- (3) 盈利途径多样的优势
- (4) 价值开发的潜在优势

### 3.3.3电视台自制剧市场现状分析

- (1) 电视台自制剧市场特点
- (2) 电视台自制剧发展概况
- (3) 电视台自制剧盈利能力
- (4) 电视台自制剧竞争格局

#### 1) 市场整体竞争格局

#### 2) 省级以上电视台竞争地位

#### 3) 城市电视台竞争地位

### 3.3.4电视台自制剧盈利模式分析

#### (1) “基础型”盈利模式及案例

##### 1) 模式简介

##### 2) 盈利过程

##### 3) 模式优势分析

##### 4) 模式案例分析

#### (2) “定制型”盈利模式及案例

##### 1) 模式简介

##### 2) 模式条件

##### 3) 盈利过程

##### 4) 模式优势分析

##### 5) 模式案例分析

#### (3) “树网型”盈利模式及案例

##### 1) 模式简介

##### 2) 模式条件

##### 3) 盈利过程

##### 4) 模式优势分析

##### 5) 模式案例分析

- (4) 三种盈利模式的适用范围
- 3.4城市电视台合作创收模式分析
  - 3.4.1城市电视台合作创收模式
  - 3.4.2城市电视台合作创收瓶颈
    - (1) 常设组织的缺少
    - (2) 合作方式的粗放
    - (3) 合作的单渠道
  - 3.4.3城市电视台合作创收前景
    - (1) 专题片交换合作
    - (2) 建立长期合作关系
    - (3) 坚持本土化
    - (4) 组建更紧密的购片联合体
- 3.5城市电视台其它可创新的盈利方向
  - 3.5.1版权经营
  - 3.5.2扩张经营渠道
  - 3.5.3拓展关联产业
- 第四章中国城市电视台节目创新策略及案例分析
  - 4.1城市电视台民生新闻节目创新策略分析
    - 4.1.1国内电视民生新闻节目收视现状
      - (1) 新闻节目整体收播情况
      - (2) 新闻节目收视格局分析
      - (3) 新闻节目收视观众特征
    - 4.1.2城市电视台民生新闻节目收视现状
    - 4.1.3城市电视台民生新闻节目成功案例
      - (1) 南京电视台《零距离》
      - (2) 青岛电视台《今日》
      - (3) 济南电视台《都市新女报》
      - (4) 哈尔滨电视台《都市零距离》
    - 4.1.4城市电视台民生新闻节目创新方向
      - (1) 案例创新因素总结
      - (2) 其他创新方向建议
  - 4.2城市电视台生活服务类节目创新策略分析
    - 4.2.1全球电视台生活服务类节目发展特点
      - (1) 生活频道地位突出
      - (2) 生活频道专业度高



(3) 生活节目表现形式多元

#### 4.2.2中国电视台生活服务类节目发展状况

(1) 生活服务类节目总体情况

(2) 生活服务类节目收播情况

(3) 生活服务类节目特征分析

1) 贴近生活，注重时效

2) 潜心服务，增强互动

3) 娱乐化，时尚化

#### 4.2.3中国电视台生活服务类节目成功案例

(1) 中央台《交换空间》

(2) 天津卫视《非你莫属》

(3) 北京卫视《养生堂》

(4) 黑龙江卫视《美丽俏佳人》

(5) 江苏卫视《非诚勿扰》

(6) 河北卫视《家政女皇》

(7) 杭州电视台《城市旅游报道》

(8) 案例创新因素总结

#### 4.2.4城市电视台生活服务类节目发展策略

(1) 立足本土，突出原创

(2) 加大策划，注重选题

(3) 发挥主持优势，提升节目互动

(4) 大胆融合，推陈出新

#### 4.3城市电视台财经节目创新策略分析

##### 4.3.1城市电视台财经节目发展现状

(1) 电视台财经节目发展现状分析

(2) 城市电视台财经节目运营问题

##### 4.3.2城市电视台财经节目成功案例分析

(1) 大连电视台《新财经》

(2) 青岛电视台《经济前沿》

(3) 深圳电视台《财富新主张》

##### 4.3.3城市电视台财经节目的本土化

(1) 栏目定位本土化

(2) 栏目包装本土化

1) 栏目前期宣传本土化

2) 栏目选题本土化

### 3) 栏目主持人本土化

#### (3) 栏目服务本土化

### 4.3.4城市电视台财经节目发展策略

#### (1) 电视财经节目的专业化取向

#### (2) 电视财经节目的大众化定位

#### (3) 电视财经类节目的内容选择

#### (4) 强化电视财经节目的外观气质

### 4.4城市电视台综艺节目创新策略分析

#### 4.4.1电视综艺节目发展现状分析

##### (1) 电视综艺节目发展综述

##### 1) 央视综艺节目走“创新”之路

##### 2) 声音类选秀节目大放异彩

##### 3) 婚恋交友类节目寻求新的突破点

##### 4) “真人秀”依托“真实”成为荧屏热点

##### (2) 电视综艺节目收视情况

##### 1) 综艺节目收视分钟数

##### 2) 综艺节目分周收视量

##### 3) 综艺节目收视时段情况

##### (3) 电视综艺节目竞争格局

#### 4.4.2城市电视台综艺节目发展现状

#### 4.4.3电视台综艺节目成功案例分析

##### (1) 湖南卫视《快乐大本营》、《爸爸去哪儿》等

##### 1) 《快乐大本营》

##### 2) 《爸爸去哪儿》

##### 3) 《我是歌手》

##### (2) 浙江卫视《中国好声音》、《中国梦想秀》等

##### 1) 《中国好声音》

##### 2) 《中国梦想秀》

##### (3) 深圳卫视《年代秀》

##### (4) 江苏卫视《一站到底》

##### (5) 上海电视台《妈妈咪呀》

#### 4.4.4城市电视台综艺节目发展策略

##### (1) 形成独特的品牌效应

##### (2) 借鉴基础上进行本土改造

##### (3) 加强大型公益性真人秀节目的制作

## 第五章中国城市电视台“全媒体”发展策略探究

### 5.1 新媒体发展现状分析

#### 5.1.1 新媒体特点及发展背景

- (1) 新媒体的内涵
- (2) 新媒体的特性
  - 1) 新媒体的优越性
  - 2) 新媒体的局限性
- (3) 互联网的发展与普及
- (4) “三网融合”的提出及发展

- 1) 三网融合定义及涉及领域
- 2) 三网融合发展情况

#### 5.1.2 网络视频发展现状分析

- (1) 网络视频用户规模分析
- (2) 网络视频市场规模分析
- (3) 网络视频行业盈利模式
  - 1) 广告盈利模式
  - 2) 用户付费模式
  - 3) 版权营销模式 (B2B)
  - 4) 视频增值服务模式
- (4) 网络视频行业竞争格局
- (5) 网络视频行业运营总况

#### 5.1.3 IP电视发展现状分析

- (1) IP电视基本概述
  - 1) IP电视的定义
  - 2) IP电视主要功能
- (2) IP电视发展历程回顾
- (3) IP电视用户规模分析
- (4) IP电视市场规模分析
- (5) IP电视发展趋势分析
  - 1) IP电视业务形态将更加丰富
  - 2) IP电视行业将进一步完善

#### 5.1.4 互联网电视发展状况分析

- (1) 互联网电视基本概述
  - 1) 互联网电视的定义
  - 2) 互联网电视服务发展历程

- (2) 互联网电视市场规模
- (3) 互联网电视服务运营平台
- (4) 互联网电视发展趋势
- 1) 社交电视崛起
- 2) 控制设备革命
- 3) 移动和电视聚合
- 5.2“全媒体”的概念及其表现
- 5.2.1“全媒体”概念的提出
  - (1) 应对新媒体的冲击
  - (2) 全媒体是大势所趋
  - (3) 发达国家的经验借鉴
  - (4) 全媒体的概念简析
- 5.2.2“全媒体”时代的表现
  - (1) 传统媒体与新兴媒体进一步融合
  - (2) “大媒体潮”初露端倪
  - (3) 接收终端形式多样化
  - (4) 传受角色实现互换
  - (5) 媒介传播进入“营销时代”
  - (6) “以人为本”的互动成为常态
- 5.3“全媒体”时代城市电视台发展面临的挑战与机遇
- 5.3.1城市电视台生存发展的外部挑战
  - (1) 互联网媒体逐步走向主流
  - (2) 移动互联网的高速发展形成冲击
  - (3) 受众接受信息渠道逐渐拓宽
  - (4) 媒体多元化分散广告资源
- 5.3.2城市电视台的内部矛盾
  - (1) 缺乏与全媒体合作共赢的意识
  - (2) 电视媒体与新媒体融合鲜有成效
  - (3) 互动效果与新媒体差距较大
  - (4) 电视节目缺乏新意和品牌度
  - (5) 广告形式逊色于新媒体
- 5.3.3“全媒体”时代城市电视台独有优势
  - (1) 最具地域和心理接近性
  - (2) 对区域性资源的独占性
  - (3) 与当地受众互动易出效果

- (4) 信息比全媒体更权威、可信
- (5) 媒体监督效果更及时、显著
- (6) 服务受众更具亲和力和便利性

## 第六章中国城市电视台差异化经营策略及风险防范

### 6.1城市电视台差异化经营的类型分析

#### 6.1.1差异化经营必要性与可行性

- (1) 差异化经营的必要性
- (2) 差异化经营的可行性

#### 6.1.2差异化经营的类型及策略

- (1) 定位差异
- (2) 品牌差异
- (3) 内容差异
- (4) 盈利模式差异

### 6.2城市电视台差异化经营实践与启示

#### 6.2.1常德电视台基本情况

#### 6.2.2常德电视台差异化竞争策略

- (1) 定位差异策略
- (2) 品牌差异策略
- (3) 内容差异策略
- (4) 管理差异策略

#### 1) 策略有道，执行有方

#### 2) 化繁就简，管理护航

- (5) 盈利模式差异策略

#### 1) 开挖节目价值，拉动演艺产业

#### 2) 鼓励多元经营，开辟盈利渠道

#### 6.2.3常德电视台差异化竞争战略启示

### 6.3城市电视台差异化经营风险及对策

#### 6.3.1城市电视台差异化竞争风险分析

- (1) 频道节目差异化风险

#### 1) 差异化节目开发的不确定性

#### 2) 差异化节目开发面临的市场风险

#### 3) 差异化节目开发的财务风险

- (2) 政策环境风险

- (3) 人力资源风险

- (4) 经营管理风险

### 6.3.2城市电视台差异化竞争风险对策

#### (1) 系统评估与有序规划一致

##### 1) 系统评估

##### 2) 有序规划

#### (2) 内容提质与整合营销同步

##### 1) 内容提质

##### 2) 整合营销

#### (3) 有效管理与灵活经营一体

##### 1) 有效管理

##### 2) 灵活经营

## 第七章:中国优秀城市电视台发展经验借鉴

### 7.1广州电视台

#### 7.1.1广州电视台发展简介

#### 7.1.2广州电视台频道设置

#### 7.1.3广州电视台收视情况分析

#### 7.1.4广州电视台优秀节目借鉴

#### 7.1.5广州电视台新媒体情况

#### 7.1.6广州电视台运营情况

#### 7.1.7广州电视台运营优劣势

### 7.2南京电视台

#### 7.2.1南京电视台发展简介

#### 7.2.2南京电视台频道设置

#### 7.2.3南京电视台收视情况分析

#### 7.2.4南京电视台优秀节目借鉴

#### 7.2.5南京电视台新媒体情况

#### 7.2.6南京电视台运营情况

#### 7.2.7南京电视台运营优劣势

### 7.3沈阳电视台

#### 7.3.1沈阳电视台发展简介

#### 7.3.2沈阳电视台频道设置

#### 7.3.3沈阳电视台收视情况分析

#### 7.3.4沈阳电视台优秀节目借鉴

#### 7.3.5沈阳电视台新媒体情况

#### 7.3.6沈阳电视台运营情况

#### 7.3.7沈阳电视台运营优劣势

## 7.4青岛电视台

### 7.4.1青岛电视台发展简介

### 7.4.2青岛电视台频道设置

### 7.4.3青岛电视台收视情况分析

### 7.4.4青岛电视台优秀节目借鉴

### 7.4.5青岛电视台新媒体情况

### 7.4.6青岛电视台运营情况

### 7.4.7青岛电视台运营优劣势

## 7.5苏州电视台

### 7.5.1苏州电视台发展简介

### 7.5.2苏州电视台频道设置

### 7.5.3苏州电视台收视情况分析

### 7.5.4苏州电视台优秀节目借鉴

### 7.5.5苏州电视台新媒体情况

### 7.5.6苏州电视台运营情况

### 7.5.7苏州电视台运营优劣势

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/guanggaochuanmei/229104229104.html>