

目录

第一章 中国电视市场的现状与发展	17
第一节 中国电视市场变化的核心与表象	17
一、中国广电行业的核心命题.....	17
二、过去一年中国电视市场重要事件回顾.....	18
三、中国电视市场变化表象梳理.....	19
第二节 中国电视市场基本结构及其运行态势	22
一、电视节目播出与制作概况.....	22
二、电视节目市场的运行态势.....	23
三、电视广告市场的基本态势及主要变化.....	25
第三节 本报告的结构	26
第二章 中国电视观众收视行为特征及变化	27
第一节 电视收视环境	27
第二节 电视观众收视行为	31
一、人均收视时间.....	31
二、全年收视走势.....	34
三、全天收视走势.....	35
四、观众收视行为特征变化的市场含义.....	37
第三章 基于收视率的中国电视市场竞争分析	41
第一节 中国电视市场竞争格局的基本判断	41
一、各类频道的总体竞争状况.....	41
二、各类频道的区域竞争状况.....	41
三、各类频道的时段竞争状况.....	42
第二节 电视频道竞争力的现实解读	42
一、国家级频道的竞争力.....	42
二、省级卫视频道的竞争力.....	45
三、省级地面频道的竞争力.....	48
四、地市级频道的竞争力.....	51