

2026-2031年中国高清超高清电视市场投资规模调查及前景咨询报告

报告简介

高清/超高清电视研究报告对行业研究的内容和方法进行全面的阐述和论证，对研究过程中所获取的资料进行全面系统的整理和分析，通过图表、统计结果及文献资料，或以纵向的发展过程，或横向类别分析提出论点、分析论据，进行论证。报告如实地反映客观情况，一切叙述、说明、推断、引用恰如其分，文字、用词表达准确，概念表述科学化。报告对行业相关各种因素进行具体调查、研究、分析，洞察行业今后的发展方向、行业竞争格局的演变趋势以及技术标准、市场规模、潜在问题与行业发展的症结所在，评估行业投资价值、效果效益程度，提出建设性意见建议，为行业投资决策者和企业经营者提供参考依据。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国高清/超高清电视市场进行了分析研究。报告在总结中国高清/超高清电视行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国高清/超高清电视行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为高清/超高清电视企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一章 高清/超高清电视概述14

第一节 高清/超高清电视简介14

一、高清电视14

二、超高清电视14

第二节 高清电视发展概述15

一、高清电视发展背景15

二、超高清电视发展概述15

三、高清数字电视的特点16

四、高清数字电视传输技术17

(一)地面高清数字电视传播技术17

(二)有线高清数字电视传播技术17

(三)卫星高清数字电视传播技术17

(四)IP网络高清数字电视传播技术17

第二章 中国高清/超高清电视服务行业发展宏观环境分析19

第一节 2021-2026年中国宏观经济环境分析19

一、中国GDP增长情况分析19

二、全社会消费品零售总额20

三、城乡居民收入增长分析21

四、居民消费价格变化分析22

第二节 中国高清/超高清电视服务行业政策环境23

一、广电总局关于促进高清电视发展的通知23

二、关于进一步促进和规范高清电视发展的通知25

三、广播电视广告播出管理办法的补充规定27

四、有线广播电视运营服务管理暂行规定27

五、鼓励和引导民间资本投资广播影视产业的实施意见28

六、广播电视业“营改增”试点有关规定28

第三章 2021-2026年广播电视行业发展状况分析29

第一节 广播电视产业发展模式特点29

- 一、培育核心优势29
- 二、创新驱动，创优引导29
- 三、可持续的盈利模式29

第二节 2021-2026年电视广播行业发展分析30

- 一、电视广播播出机构30
- 二、电视广播节目数量30
- 三、广播电视行业市场规模31
- 四、广播电视行业市场结构31
 - (一)广播电视广告市场规模32
 - (二)有线网络产业市场规模33

第四章 2021-2026年中国电视节目制作播出情况分析34

第一节 中国电视节目制作情况34

- 一、电视节目制作时间34
- 二、电视剧产量情况34
- 三、电视剧题材分类35
- 四、数字电视内容发展环境37
- 五、不同类型电视节目制作情况37
 - (一)新闻类节目制作时间分析37
 - (二)专题类节目制作时间分析38
 - (三)综艺类节目制作时间分析38

(四)影视剧节目制作时间分析39

(五)广告类节目制作时间分析39

第二节 中国电视节目播出情况39

一、电视节目覆盖情况39

二、电视节目播出时间40

三、电视节目播出套数40

四、电视节目播出数量41

五、不同类型电视节目播出情况41

(一)新闻类节目播出时间分析41

(二)专题类节目播出时间分析42

(三)综艺类节目播出时间分析42

(四)影视剧节目播出时间分析42

(五)广告类节目播出时间分析43

第五章 中国高清/超高清电视服务行业产业链分析44

第一节 数字电视行业体制与政策44

一、数字电视行业监管体制44

二、数字电视产业政策分析44

第二节 高清电视产业链概述47

一、高清电视产业链结构47

二、高清电视产业链主体48

(一)内容制作商48

(二)付费内容商48

(三)网络运营商48

(四)最终用户群48

(五)终端制造商48

第六章 中国高清电视节目制播情况分析49

第一节 电视节目行业政策环境49

一、电视节目监管部门分析49

二、电视节目行业法规政策50

三、电视节目行业监管政策52

第二节 高清影视制作设备53

一、高清前期制作设备53

二、高清制作配套设备53

三、高清后期制作设备53

第三节 2021-2026年中国高清电视频道分析53

一、高清频道数量53

二、高清频道分布54

第七章 中国主要高清电视频道分析55

第一节 中央电视台高清频道55

一、CCTV-高清频道发展回顾55

(一)发展成就回顾55

(二)频道组织结构55

(三)重大事件直播55

(四)节目播出情况55

(五)频道管理制度56

(六)频道人力资源57

(七)高清制作能力57

(八)频道收视情况57

(九)高清频道定位58

二、CCTV-高清频道58

三、CCTV-5+高清体育频道59

第二节 省市卫视高清频道60

一、北京卫视高清频道60

二、东方卫视高清频道61

三、深圳卫视高清频道61

四、江苏卫视高清频道62

五、湖南卫视高清频道62

六、浙江卫视高清频道63

七、广东卫视高清频道63

八、天津卫视高清频道64

九、湖北卫视高清频道64

十、山东卫视高清频道65

十一、广西卫视高清频道65

十二、重庆卫视高清频道66

第三节 地方电视高清频道66

一、深圳娱乐高清频道66

二、北京纪实高清频道66

三、济南新闻高清频道67

第八章 中国电视节目制作企业分析69

第一节 光线传媒69

一、电视节目制作能力69

二、电视节目播送能力69

三、电视节目制作模式69

四、电视节目发行网络69

五、电视节目制作情况70

第二节 世熙传媒72

一、企业基本情况介绍72

二、公司主要业务分析72

三、电视节目创作情况72

四、电视节目模式引进73

五、电视节目模式营销73

第三节 唯众影视73

一、企业基本情况介绍73

二、公司主要业务分析74

三、公司制作节目分析74

四、公司合作伙伴分析75

第四节 正大综艺75

一、企业基本情况介绍75

二、公司主要业务分析75

三、公司制作节目分析76

第九章 中国高清/超高清电视运营发展分析77

第一节 2021-2026年中国广电行业发展状况分析77

一、三网融合试点工作收官77

二、有线网络整合步伐加快78

三、NGB取得实质性进展79

四、高清与3D电视增长迅速79

五、建立综合立体传输覆盖体系80

(一)地面数字电视发展迅速80

(二)“户户通”工程和西新工程81

(三)CMMB开展新业务新服务82

六、新媒体行业发展良好83

(一)互联网电视飞速发展83

(二)IPTV发展趋势良好86

(三)OTT+DVB发展迅速89

(四)一云多屏成为大趋势90

第二节 中国高清/超高清电视网络运营商分析91

一、网络运营商基本概述91

二、网络运营商运营态势分析91

三、网络运营商高清电视落地情况93

第三节 中国有线电视运营商经营状况分析93

一、北京歌华有线电视网络股份有限公司93

(一)企业基本情况93

(二)企业经营情况94

(三)高清用户规模95

(四)高清交互发展95

(五)高清发展战略95

二、深圳市天威视讯股份有限公司96

(一)企业基本情况96

(二)企业经营情况96

(三)高清用户规模97

(四)高清发展状况97

三、陕西广电网络传媒股份有限公司97

(一)企业基本情况97

(二)企业经营情况98

(三)高清用户规模100

(四)企业运营态势100

四、东方有线网络有限公司100

(一)企业基本情况100

(二)高清互动业务101

(三)高清频道数量102

第十章 中国高清/超高清电视设备发展现状104

第一节 摄录设备104

一、高清摄像机104

(一)高清摄像机概述104

(二)SONY高清摄像机104

(三)松下高清摄像机105

二、高清转播车106

(一)高清转播车概述106

(二)SONY高清转播车107

(三)北京电视台高清电视转播车107

(四)中国传媒大学高清电视转播车107

(五)上海广播电视台高清电视转播车108

第二节 高清机顶盒108

一、机顶盒市场需求或超千亿108

二、有线标清机顶盒仍是主流109

三、终端互联网化促使机顶盒产品类型多元化发展110

四、机顶盒市场竞争激烈111

五、机顶盒细分市场分析113

(一)有线机顶盒市场分析113

(二)卫星机顶盒市场分析115

(三)地面机顶盒市场分析117

(四)IPTV机顶盒市场分析119

(五)OTT机顶盒市场分析120

六、未来中国机顶盒市场前景分析122

第三节 高清电视机123

一、高清电视机概述123

二、高清电视获奖情况123

三、液晶电视124

(一)液晶电视销售规模124

(二)区域品牌关注格局125

(三)具体品牌关注格局125

(四)液晶产品关注格局126

(五)液晶产品类型结构128

(六)智能液晶电视结构129

(七)高清液晶电视结构130

(八)产品背光类型结构130

(九)液晶产品价格结构131

四、智能电视132

(一)智能电视概述132

(二)智能电视销售规模133

(三)智能电视市场概述133

(四)具体品牌关注格局133

(五)智能产品关注格局134

(六)智能电视价格结构136

五、3D电视137

(一)3D电视概述137

(二)3D电视市场概述137

(三)3D品牌关注格局137

(四)3D产品关注格局139

(五)3D产品分辨率结构140

(六)3D电视价格段结构141

第四节 超高清电视机(4K)142

一、超高清电视机概述142

二、超高清电视市场现状143

三、超高清电视认证规范143

四、超高清电视选购标准144

五、超高清电视品牌状况146

(一)超高清电视外资品牌146

(二)超高清电视国产品牌146

六、超高清电视企业竞争状况147

七、超高清电视企业产品布局148

八、超高清电视产业链的发展148

九、超高清电视产业发展前景148

十、超高清电视主要品牌分析148

(一)TCL148

(二)索尼150

(三)三星150

(四)LG151

(五)夏普151

第十一章 高清/超高清电视用户市场分析153

第一节 高清电视用户规模153

一、有线电视用户规模153

二、数字电视用户规模154

三、网络电视用户数量156

四、高清电视用户规模157

第二节 4K超高清电视消费者调研158

一、消费者认知情况158

二、消费者购买意愿159

三、消费者购买偏好160

四、消费者购买价格160

五、消费者品牌认知161

六、消费者品牌关注162

七、消费者产品关注162

第十二章 中国高清互动电视服务发展分析164

第一节 中国基于双向网络增值业务的基本构成分析164

一、多媒体数据广播类业务164

二、视频点播类业务164

三、远程教育165

四、电视购物166

五、股票交易166

六、电视缴费167

七、游戏类业务167

八、电视邮箱168

第二节 互动增值业务开通情况168

一、开通总体情况168

二、VOD业务169

三、宽带业务169

第三节 高清互动电视概述170

一、互动电视170

二、高清互动电视170

第四节 高清互动电视运营模式171

一、分账型171

二、包干型171

第五节 高清互动电视发展现状分析171

一、中国有线网络高清交互发展历程171

二、运营商发展高清交互业务必然性172

三、运营商发展高清交互业务模式分析172

(一)北京模式173

(二)金华模式173

四、高清交互电视用户规模173

第十三章 2021-2026年中国电视广告投放与竞争格局分析174

第一节 2021-2026年中国电视广告投放基本情况174

一、2021-2026年电视广告投放额174

二、电视广告投放行业排名174

三、电视广告投放企业排名175

四、各级电视台广告投放额176

五、央视广告投放情况分析177

(一)央视广告投放行业排名177

(二)央视广告投放品牌排名177

六、省级卫视广告投放情况分析178

(一)省级卫视广告投放行业排名178

(二)省级卫视广告投放品牌排名178

第二节 2021-2026年中国电视广告市场竞争格局179

一、频道间竞争179

(一)各类电视频道广告投放额179

(二)省级卫视广告投放额排名180

(三)省会城市电视台广告投放180

二、行业间竞争181

第十四章 2021-2026年电视节目收视调研分析182

第一节 多元媒介下的电视受众分析182

一、新媒体传播环境下受众分化182

二、电视观众与网民的身份融合182

三、融合性媒介使用与媒介分工183

四、媒介使用习惯的流动与互补185

第二节 观众收看电视节目基本情况187

一、观众收看电视节目时长分析187

(一)观众人均每天收看电视时长187

(二)各年龄段观众人均收视时长188

(三)所有频道全天收视率的走势189

二、各级电视频道总体竞争情况189

(一)各级电视频道市场份额分析189

(二)各级频道不同年龄观众份额190

(三)各级频道不同时段收视情况191

三、各级电视频道内部竞争情况192

(一)中央台频道192

(二)省级卫视台193

(三)市级台频道194

第三节 主要电视节目收视情况分析195

一、各类电视节目收视总体情况195

(一)各类电视节目收视比重分析195

(二)各级频道各类节目收视比重196

二、电视剧节目的收视市场分析197

(一)电视剧题材播出收视情况197

(二)不同观众人均日收看时长198

(三)不同时段电视剧收视情况199

(四)各级频道电视剧收视份额200

(五)主要电视剧收视情况分析201

三、新闻节目观众收视情况调查203

(一)各类新闻节目观众构成203

(二)新闻节目人均收视时长204

(三)新闻节目收播比重分析205

(四)各级频道新闻节目份额206

四、综艺节目观众收视情况调查206

(一)综艺节目人均收视时长206

(1)年均收视量206

(2)月均收视量207

(3)周均收视量207

(4)分时段收视量208

(二)各级频道综艺节目收视份额209

(1)各级频道综艺节目收视份额209

(2)各级频道综艺节目收播比重210

(3)综艺节目收视份额频道排名210

(三)主要综艺节目收视情况分析211

(1)央视综艺节目211

(2)声音选秀节目212

(3)婚恋交友节目213

(4)职场类节目214

(5)真人秀节目214

第十五章 2026-2031年中国高清/超高清电视服务行业发展前景与建议216

第一节 2026-2031年电视发展新方向216

一、清晰216

二、立体216

三、交互216

四、智能217

五、物联217

第二节 2026-2031年中国高清电视行业前景预测分析217

一、高清电视频道数量预测217

二、高清电视用户规模预测218

三、4K超高清电视市场前景218

第三节 2026-2031年中国高清/超高清电视交互业务发展建议219

一、建立高清交互数字电视内容中心219

二、建立网络和业务同步发展的规划219

三、建立高清交互业务可研标准规范220

四、对终端用户进行跟踪和研究分析220

图表目录

图表：高清/超高清电视产业链分析 3

图表：国际高清/超高清电视市场规模 5

图表：国际高清/超高清电视生命周期 7

图表：中国城镇居民可支配收入情况 9

图表：2021-2026年中国高清/超高清电视市场规模 10

图表：2021-2026年中国高清/超高清电视产能 15

图表：2021-2026年中国高清/超高清电视产量 20

图表：2021-2026年中国高清/超高清电视产值 23

图表：2021-2026年我国高清/超高清电视供应情况 26

图表：2021-2026年我国高清/超高清电视需求情况 28

图表：2026-2031年中国高清/超高清电视市场规模预测 29

图表：2026-2031年我国高清/超高清电视供应情况预测 33

图表：2026-2031年我国高清/超高清电视需求情况预测 42

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：33521

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20170210/33521.shtml>

在线订购：[点击这里](#)