

中国电视台转型研究报告

2016年



海量行研报告免费读

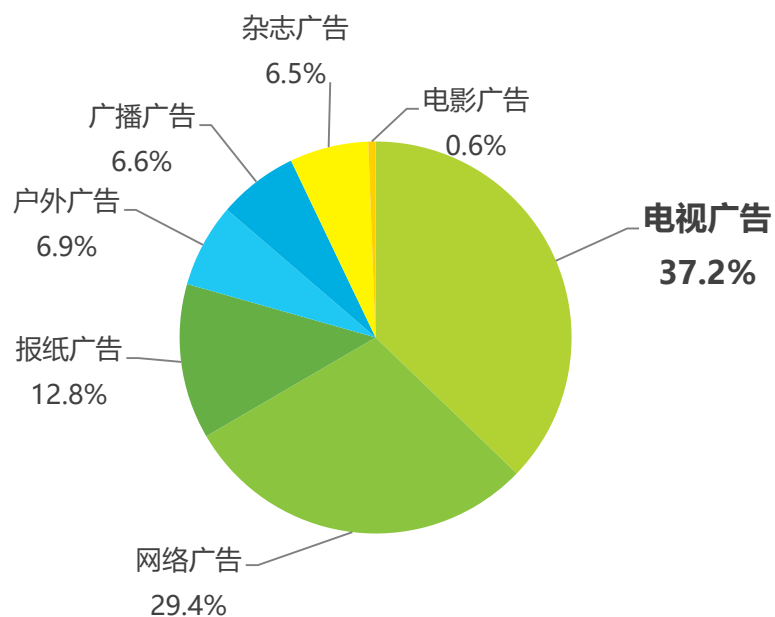
传统电视台面临挑战分析	1
美国电视台与网络视频发展现状分析	2
中国电视台发展现状及典型案例分析	3
中国电视及网络视频用户观看行为分析	4
中国电视行业转变及发展策略分析	5

全球各媒介广告支出份额对比

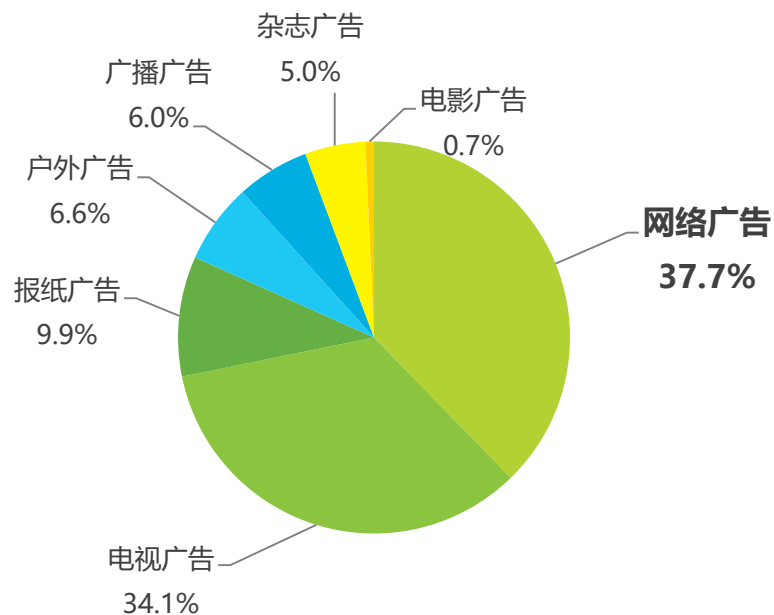
预计2017年全球网络广告份额将超越电视广告

根据ZenithOptimedia 最新数据显示，2015年全球网络广告支出增幅19%，预计2015年到2018年平均增速13%。2015年网络广告占全球广告市场的29.4%，和2014年比份额增长3.7%。从全球市场来看，互联网仍然是增长最快的媒介，到2018年预计网络广告将占全球广告市场的37.7%，在2017年超过电视广告成为全球最大的广告媒介。

2015年全球各媒介广告份额占比情况



2018年全球各媒介广告份额占比情况

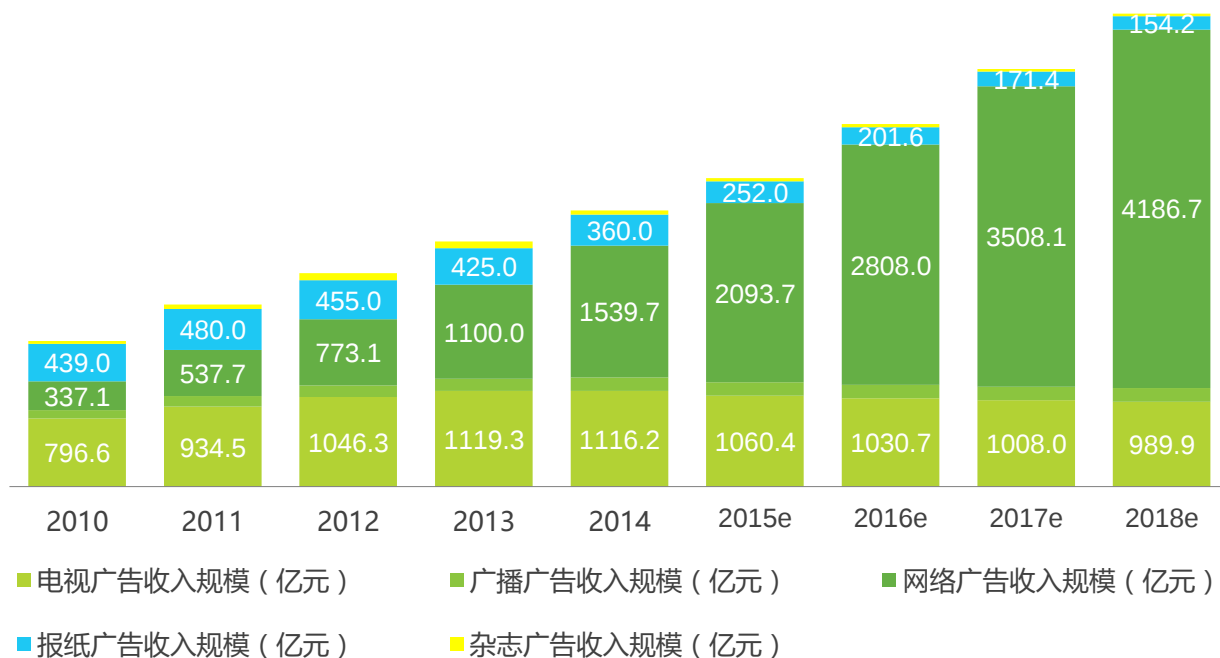


中国五大媒体广告收入对比

电视广告连续负增长，网络广告全面超越其余四大媒体

根据艾瑞最新数据显示，2015年，中国网络营销收入突破2000亿元，同期电视广告收入1060亿元，2015年网络营销收入接近电视广告的2倍。受网民人数增长、数字媒体使用时长增长、网络视听业务快速增长等因素推动，未来几年，报纸、杂志、电视广告收入将继续下滑，而网络营销收入增长空间仍较大。

2010-2018年中国五大媒体广告收入规模及预测



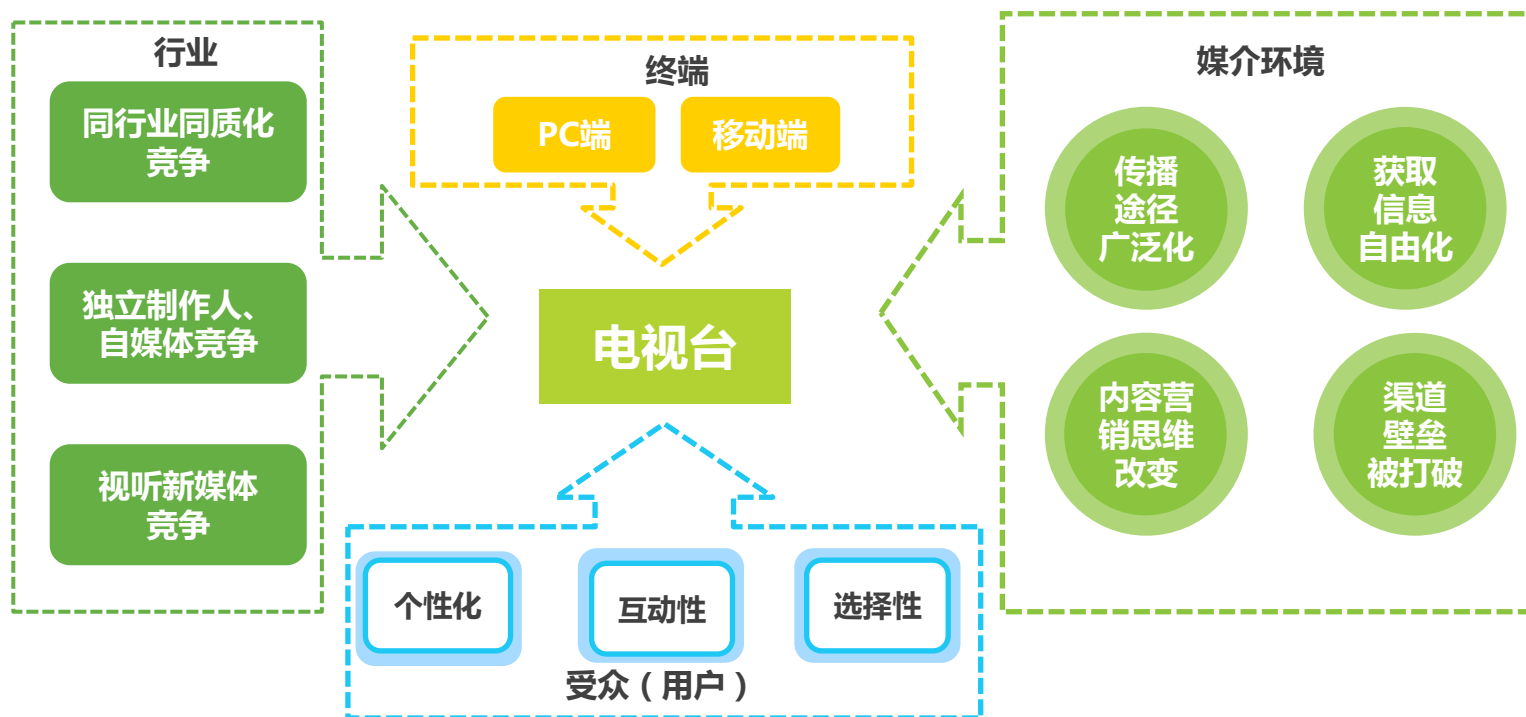
来源：五大媒体广告收入规模综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算

传统电视台面临挑战分析

媒介环境、行业、终端和用户均对传统电视媒体产生影响

从报纸、杂志、广播到电视的媒介发展过程中可以看出，新出现的媒体形态都会对之前的媒体形态产生部分影响，但传统媒体始终保持着多元共存的状态。传统电视媒体作为大众传播方式，一直保持着较大的影响力和较为稳定的用户规模，然而，随着互联网的出现与相关技术的不断发展，开放化、平台化、互动化的特点彻底改变了电视媒体与受众的关系，也改变了整体的媒介环境与行业竞争状态，传统电视台面临着来媒介环境、行业、终端设备及受众（用户）等多方面的挑战。

2016年中国电视台面临的挑战分析



来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

©2016.8 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

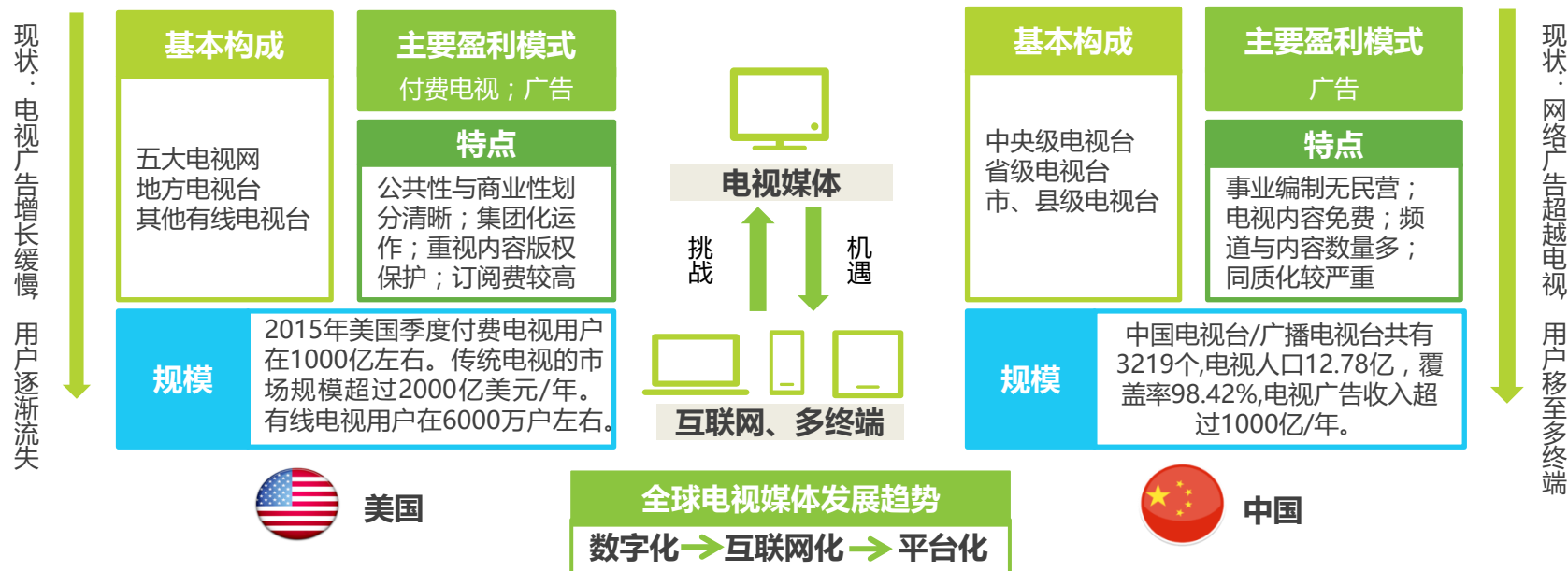
传统电视台面临挑战分析

新媒体时代，电视媒体需要直面挑战，寻求转型发展

在传统媒体中，与报纸、杂志和广播相比，电视出现最晚，但经过几十年的发展，电视媒体已经成为了目前最大众化、最具传播效力的媒介之一。然而，随着互联网的兴起，电视媒体的霸主地位受到了威胁，用户从单纯坐在电视机前转移到多终端多场景的观看节目，不再仅仅局限于电视终端。以美国电视台和中国电视台发展现状为例，无论是美国还是中国，电视媒体都在面临来自互联网、移动互联网的挑战。

2015年开始，全国各卫视出现收视下滑，全国互联网广告营收规模超过2000亿，同比增长36.1%。而电视广告收入仅为1200多亿。在美国，电视广告总收入在过去的5年时间里增速开始下滑，电视广告的报价在过去4年时间里，跌幅将近一成。全球多数国家的电视媒体均面临着来自新媒体的挑战，正在向互联网化、平台化转型。

2016年中美电视媒体转型对比分析



传统电视台面临挑战分析

1

美国电视台与网络视频发展现状分析

2

中国电视台发展现状及典型案例分析

3

中国电视及网络视频用户观看行为分析

4

中国电视行业转变及发展策略分析

5

美国电视台产业链

电视制作方包括好莱坞公司和电视台，播出传输渠道多样

美国主要的电视内容制作方，包括20世纪福克斯、华纳兄弟、迪斯尼影业等好莱坞公司（包括这些公司旗下的电视剧制作部门，以电视剧、电影为主体），以及五大电视网、地方电视台、五大电视网之外的有线电视台。

播出的渠道包括五大电视网、地方电视台和五大电视网之外的有线电视台。五大电视网的电视节目，除通过少量直属的电视频道播出之外，主要通过其加盟台的频道资源进行播出。以这些电视台为播出渠道的电视节目，既可以通过地面无线广播到达用户的电视终端，也可以分别通过有线电视运营商、卫星运营商和电信运营商的渠道到达用户的电视终端。

2016年美国电视台产业链简图



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21559

