

2020-2026年中国综艺节目 行业发展态势与投资战略研究报告

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

《2020-2026年中国综艺节目行业发展态势与投资战略研究报告》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/202007/176352.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

综艺节目是一种娱乐性的电视节目形式，给大家带来很多欢乐，娱乐节目的火爆，现在逐渐产生互联网综艺节目，脱胎于传统电视综艺节目依托于互联网的方式进行传播，是一种新兴的综艺形式。

国内综艺产业整体呈现稳步发展态势。综艺节目相对电影或电视剧正在持续增长。在政策层面,近年来政府对综艺节目的内容题材的把控已经从“限制”转向“引导”。

我国2017年网络综艺广告招商额约为43亿元，按其约占网综收入的90%进行测算，则当年网综整体收入约为48亿元 测算出2019年上半年热门头部网络综艺的广告招商额约为27亿元，由此保守估计全年头部项目的广告招商额为54亿元。预计2019年网络综艺行业整体市场规模约为67亿元，同比增长39.58%，增长率较之前有所放缓。而随着整个市场趋于理性，增速也会渐趋走缓，保守预计到2020年这一比例将突破88.4亿元，三年CAGR为22.58%。2015-2020年网络综艺市场规模

中企顾问网发布的《2020-2026年中国综艺节目行业发展态势与投资战略研究报告》共十三章。首先介绍了中国综艺节目行业市场发展环境、综艺节目整体运行态势等，接着分析了中国综艺节目行业市场运行的现状，然后介绍了综艺节目市场竞争格局。随后，报告对综艺节目做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国综艺节目行业发展趋势与投资预测。您若想对综艺节目产业有个系统的了解或者想投资中国综艺节目行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分产业环境透视

第一章中国综艺节目行业发展综述

第一节 综艺节目的界定

一、综艺节目的界定

二、综艺节目的类别

三、综艺节目的基本特征

四、综艺节目行业特性

1、季节性

2、区域性

第二节 综艺节目业务流程分析

一、综艺节目业务模式分析

二、综艺节目制作环节分析

三、综艺节目播出环节分析

1、节目播出渠道

2、节目广告客户

第三节 综艺节目行业发展环境分析

一、行业政策环境分析

1、行业主管部门及监管体制

2、行业主要法律法规及政策

二、宏观经济环境分析

1、宏观经济运行情况

2、宏观经济走势预测

3、居民收入增长情况

4、居民文化娱乐消费支出

5、宏观经济对行业的影响

第二部分 行业深度分析

第二章 中国综艺节目所属行业运行现状分析

第一节 大陆综艺节目所属行业发展分析

一、大陆综艺节目发展历程

1、以表演节目为主的阶段

2、以游戏节目为主的阶段

3、以益智节目为主的阶段

4、以真人秀为主的阶段

二、综艺节目发展现状分析

1、“演艺+访谈+游戏”节目模式受到追捧

2、主持群成为节目形式的重要突破点

3、节目流程成为新的竞争核心

第二节 大陆综艺节目存在问题及对策分析

一、综艺节目存在问题

- 1、盲目跟风仿效，缺乏原创
- 2、缺乏文化审美趣味
- 3、主持人风格雷同

二、提升综艺节目品质的途径

- 1、丰富节目的文化内涵
- 2、确定正确的市场营销路线
- 3、提升主持人素养

第三节 台湾综艺节目行业发展分析

- 一、台湾综艺节目发展历程
- 二、台湾综艺节目发展现状
- 三、台湾综艺节目发展的启示
- 四、对大陆综艺节目的影响分析

第三章中国综艺节目所属行业整体运行指标分析

第一节 2016-2019年中国综艺节目所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业市场规模分析

第二节 2016-2019年中国综艺节目所属行业指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第四章中国综艺节目收视及受众群体分析

第一节 中国综艺节目收视分析

一、综艺节目整体收视分析

2017年至今，依托于经验积累和观众审美水平的提升，网综制作进入稳健期，更加追求精品化，运营上追求IP化多维度长期运营。

2015至2017年，网络综艺节目数量从96部上升到197部，数量上翻了一倍不止，各主流视频网站均推出网络综艺节目，加入激烈的市场竞争中；从网综节目的播放量看，2015年播放

量top10的网络综艺总播放量为74.2亿次，2017年已上升至264亿次，网络综艺节目对于观众的吸引力迅速提升，成为网络视频平台的重要流量来源。2015-2017年中国网络综艺节目情况

1、综艺节目收视分钟数情况

2、综艺节目各周天收视情况

3、综艺节目收视时段情况

二、综艺节目收视竞争格局

1、省级卫视份额略有下滑

2、限娱令下视频道收视比重下降明显

3、综艺节目收视向强势频道集中

4、强势频道综艺节目区隔竞争

三、综艺节目发展动向分析

1、中央台综艺节目发展动向

2、省卫视综艺节目发展动向

(1) 声音类选秀大放异彩

(2) 婚恋交友类节目寻求新突破点

(3) 职场类节目抢尽话题

(4) “真人秀”成为荧屏热点

3、地面频道综艺节目创新亮点

(1) 相亲类：广州广播电视台《全城热恋》

(2) 谈话类：辽宁电视台《奇幻科学城》

(3) 歌唱类：上海电视台娱乐频道《妈妈咪呀》

四、综艺节目收视特点分析

1、草根成为综艺节目独特风景

2、去低俗化成为综艺节目新特点

3、综艺节目服务意识进一步升级

第二节 中国综艺节目受众群体分析

一、不同年龄群体对综艺节目的收视分化

1、收视率随年龄增长的变化

2、45-54岁成为收视率分水岭

二、同一年龄层受众收视喜好分析

三、综艺节目受众互动分析

第三部分市场全景调研

第五章 2017-2019年中国综艺节目TOP10分析

第一节 《奔跑吧》深度分析

一、节目概况

1、节目简介

2、制作团队简介

二、节目特色分析

三、节目收视率分析

四、节目受众群体分析

五、节目热播原因分析

六、节目成功经验借鉴

1、嬉笑声中传播正能量

2、注重创新，致力于打造“中国特色”

3、受众本位的思想

4、注重微博营销

第二节 《我是歌手》深度分析

一、节目概况

1、节目简介

2、制作团队简介

二、节目特色分析

三、节目收视率分析

四、节目受众群体分析

五、节目热播原因分析

六、节目成功经验借鉴

第三节 《最强大脑》深度分析

一、节目概况

1、节目简介

2、制作团队简介

二、节目特色分析

三、节目收视率分析

四、节目受众群体分析

五、节目热播原因分析

1、平民化特质

2、专业化追求

六、节目成功经验借鉴

1、重视民众广泛参与性

2、重视个性化与多样性

第四节 《快乐大本营》深度分析

一、节目概况

1、节目简介

2、制作团队简介

二、节目特色分析

三、节目收视率分析

四、节目受众群体分析

五、节目热播原因分析

1、相对宽松的体制环境

2、拥有自己的风格和特色

3、主持人的个性发挥

4、栏目借助湖南卫视台拥有着独享的嘉宾资源

5、注重对节目的包装和宣传，通过品牌效应来获得高收视率

6、通过多种手段培育栏目的受众群

六、节目成功经验借鉴

第五节 《王牌对王牌》深度分析

一、节目概况

1、节目简介

2、制作团队简介

二、节目特色分析

三、节目收视率分析

四、节目受众群体分析

五、节目热播原因分析

六、节目成功经验借鉴

第六节 《爸爸去哪儿》深度分析

一、节目概况

1、节目简介

2、制作团队简介

二、节目特色分析

三、节目收视率分析

四、节目受众群体分析

五、节目热播原因分析

六、节目成功经验借鉴

第七节 《极限挑战》深度分析

一、节目概况

1、节目简介

2、制作团队简介

二、节目特色分析

1、剧情设定

2、固定成员设置新颖

3、“无剧本”、“无规则”

三、节目收视率分析

四、节目受众群体分析

五、节目热播原因分析

六、节目成功经验借鉴

1、定位准确、主题鲜明

2、剧本立足本土文化

3、多“真”少“秀”

第八节 《中国诗词大会》深度分析

一、节目概况

1、节目简介

2、制作团队简介

二、节目特色分析

三、节目收视率分析

四、节目受众群体分析

五、节目热播原因分析

六、节目成功经验借鉴

第九节 《火星情报局》深度分析

一、节目概况

1、节目简介

2、制作团队简介

二、节目特色分析

三、节目收视率分析

四、节目受众群体分析

五、节目热播原因分析

六、节目成功经验借鉴

第十节 《明星大侦探》深度分析

一、节目概况

1、节目简介

2、制作团队简介

二、节目特色分析

三、节目收视率分析

四、节目受众群体分析

五、节目热播原因分析

六、节目成功经验借鉴

第六章中国综艺节目行业热点专题分析

第一节 新媒体融合下综艺节目发展分析

一、新媒体产业发展现状分析

1、互联网产业发展规模

2、移动媒体产业发展规模

二、新媒体与传统媒体融合的必然性分析

1、新媒体的优越性和局限性

2、传统媒体的不可替代性

3、传统媒体与新媒体的融合与发展

三、电视媒体与网络媒体融合发展现状分析

1、取长补短之融合——电视媒体与网络媒体

2、电视媒体与网络媒体在融合过程中存在问题分析

3、电视媒体融合网络媒体的具体对策

四、新媒体与综艺节目共赢分析

五、新媒体融合下综艺节目发展趋势

1、综艺节目角度创新

2、综艺节目内容多元化

第二节 中国网络自制综艺节目分析

一、网络视频行业发展分析

1、网络视频用户规模

2、网络视频市场规模

3、网络视频行业竞争格局

4、网络视频行业市场化水平

5、网络视频行业趋势预测

二、各网络自制综艺节目分析

1、腾讯视频自制节目

2、爱奇艺自制节目

3、搜狐视频自制节目

4、优酷土豆自制节目

第三节 “限娱令”对综艺节目影响探讨

一、“限娱令”基本简介

1、“限娱令”

2、广电总局历年限令

3、“限娱令”不断升级

二、“限娱令”对综艺节目影响分析

1、短期影响

2、长期影响

第四节 综艺节目发展策略分析

一、综艺节目品牌创建瓶颈

二、综艺节目品牌创建策略

第四部分 竞争格局分析

第七章 2020-2026年综艺节目行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、综艺节目行业竞争结构分析

二、综艺节目行业企业间竞争格局分析

三、综艺节目行业集中度分析

第二节 中国综艺节目行业竞争分析

一、综艺节目行业竞争概况

- 1、中国综艺节目行业品牌竞争格局
- 2、综艺节目未来竞争格局和特点
- 3、综艺节目市场进入及竞争对手分析

二、中国综艺节目行业竞争力分析

三、中国综艺节目竞争力优势分析

四、综艺节目行业主要企业竞争力分析

第三节 综艺节目市场竞争策略分析

一、新媒体时代电视综艺节目竞争策略

二、竞争者以原创力赢得竞争主动权

三、地面频道抢占份额竞争策略分析

第八章国内领先综艺节目制作企业经营形势分析

第一节 北京光线传媒股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业综艺节目制作分析

三、企业综艺节目资源分析

四、企业经营优劣势分析

五、企业投资兼并与重组动向

六、企业最新发展动向

第二节 完美星空传媒有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业综艺节目制作分析

三、企业综艺节目资源分析

四、企业经营优劣势分析

五、企业投资兼并与重组动向

六、企业最新发展动向

第三节 北京欢乐传媒投资有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业综艺节目制作分析

三、企业综艺节目资源分析

四、企业经营优劣势分析

五、企业投资兼并与重组动向

六、企业最新发展动向

第四节 东方风行（北京）传媒文化有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业综艺节目制作分析

三、企业综艺节目资源分析

四、企业经营优劣势分析

五、企业投资兼并与重组动向

六、企业最新发展动向

第五节 广东华录百纳蓝火文化传媒有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业综艺节目制作分析

三、企业综艺节目资源分析

四、企业经营优劣势分析

五、企业投资兼并与重组动向

六、企业最新发展动向

第六节 远景影视股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业综艺节目制作分析

三、企业综艺节目资源分析

四、企业经营优劣势分析

五、企业投资兼并与重组动向

六、企业最新发展动向

第七节 北京银汉文化传播有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业综艺节目制作分析

三、企业综艺节目资源分析

四、企业经营优劣势分析

五、企业投资兼并与重组动向

六、企业最新发展动向

第八节 北京能量影视传播股份有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业综艺节目制作分析
- 三、企业综艺节目资源分析
- 四、企业经营优劣势分析
- 五、企业投资兼并与重组动向
- 六、企业最新发展动向

第九节 天津银河酷娱文化传媒有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业综艺节目制作分析
- 三、企业综艺节目资源分析
- 四、企业经营优劣势分析
- 五、企业投资兼并与重组动向
- 六、企业最新发展动向

第十节 北京米未传媒有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业综艺节目制作分析
- 三、企业综艺节目资源分析
- 四、企业经营优劣势分析
- 五、企业投资兼并与重组动向
- 六、企业最新发展动向

第五部分发展前景展望

第九章 2020-2026年综艺节目行业前景及趋势预测

第一节 综艺节目行业发展趋势及前景分析

- 一、综艺节目行业有利因素分析
 - 1、文化娱乐产品消费增长
 - 2、三网融合的推动
 - 3、新技术应用带来机遇
- 二、综艺节目行业不利因素分析
 - 1、受新媒体的冲击
 - 2、节目内容创新不足
- 三、综艺节目行业发展趋势及前景分析

1、综艺节目发展趋势分析

- (1) “问题综艺节目”、“行业综艺节目”增多
- (2) 电视综艺节目兼容性加强
- (3) 综艺节目新闻与娱乐融合趋势
- (4) 明星替换草根成为娱乐大众主流

2、综艺节目制作发展趋势分析

- (1) 节目制作机构发展空间巨大
- (2) 综艺节目制作领域存在整合空间

3、综艺节目行业发展前景预测

第二节 综艺节目行业发展特性与建议

- 一、综艺节目行业发展壁垒
- 二、综艺节目行业运营风险
- 三、综艺节目行业发展建议

第十章 2020-2026年综艺节目行业投资价值评估分析

第一节 综艺节目行业投资特性分析

- 一、综艺节目行业进入壁垒分析
- 二、综艺节目行业盈利因素分析
- 三、综艺节目行业盈利模式分析

第二节 2020-2026年综艺节目行业发展的影响因素

- 一、有利因素
- 二、不利因素

第三节 2020-2026年综艺节目行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、综艺节目行业投资机遇

第四节 2020-2026年综艺节目行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、供求风险及防范
- 三、关联产业风险及防范

第五节 中国综艺节目行业投资建议

- 一、综艺节目行业未来发展方向
- 二、综艺节目行业主要投资建议

第六部分发展战略研究

第十一章综艺节目行业发展战略研究

第一节 综艺节目行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、业务组合战略
- 三、营销品牌战略
- 四、竞争战略规划

第二节 对中国综艺节目品牌的战略思考

- 一、综艺节目品牌的重要性
- 二、综艺节目实施品牌战略的意义
- 三、综艺节目企业品牌的现状分析
- 四、中国综艺节目企业的品牌战略
- 五、综艺节目品牌战略管理的策略

第三节 综艺节目经营策略分析

- 一、综艺节目市场细分策略
- 二、综艺节目市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、综艺节目新产品差异化战略

第四节 综艺节目行业投资战略研究

- 一、“十三五”省级卫视综艺节目行业投资规划
- 二、2020-2026年综艺节目行业投资战略

第十二章研究结论及投资建议

第一节 综艺节目行业研究结论及建议

第二节 综艺节子行业研究结论及建议

第三节 综艺节目行业投资建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：2016-2019年全球综艺节目行业市场规模

图表：2016-2019年中国综艺节目行业市场规模

图表：2016-2019年综艺节目数量结构图

图表：2016-2019年综艺节目全年人均收视时长及增幅

图表：综艺节目各级频道收视份额

图表：各级频道综艺节目收视量对比

图表：各级频道综艺节目收播比重

图表：2017年Top10综艺节目收视率

图表：2017年以来前10大热门综艺节目收视率排名

图表：2017年新播部数及播放量分析

图表：2017年新增自制综艺类型节目占比情况

图表：2016-2019年各大卫视综艺节目市场占比

图表：2016-2019年电视媒体广告投放情况

图表：2016-2019年综艺节目行业利润总额

图表：2016-2019年综艺节目行业资产总计

图表：2016-2019年综艺节目行业负债总计

图表：2016-2019年综艺节目行业竞争力分析

图表：2016-2019年综艺节目行业广告合作收入

图表：2016-2019年综艺节目行业销售毛利率分析

图表：2016-2019年综艺节目行业销售利润率分析

图表：2016-2019年综艺节目行业需求分析

图表：2017年综艺节目收视率分布

图表：2020-2026年中国综艺节目行业市场规模预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/176352.html>