

2020-2026年中国网络娱乐 市场深度分析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年中国网络娱乐市场深度分析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/202006/168141.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

90后、00后以及更年轻的代际群体对于互联网化的生活方式接受度较高，有着天然的黏性和归属感，对于近5-10年发展壮大的互联网内容付费市场有较强的认知度和认可度，我们将这样一个群体定义为“天然付费群体”。2015年的“天然付费群体”；

（1990年及之后出生的人口，对应2015年约取0~24岁群体）约4亿人，占总人口的29.3%；到2020年，“天然付费群体”预计占总人口的比例约34.1%，2025-2035年每隔5年的预计占比分别为39.0%、43.9%和48.9%。从绝对数角度看，从2015-2035年每5年的“天然付费群体”人口分别为4亿、4.88亿、5.74亿、6.58亿和7.4亿，2020-2035年每5年的同比增速分别为21.3%、17.6%、14.7%和12.5%。同时，90、00后的兴趣爱好更加广泛，对个性化的需求更加突出。 2017年12月网络娱乐类应用使用率

-

占网民比例（%）

占手机网民比例（%）

网络音乐

71.0%

68.0%

网络文学

48.9%

45.6%

网络游戏

57.2%

54.1%

网络视频

75.0%

72.9%

游戏直播

29.0%

-

真人秀直播

28.5%

- 数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2020-2026年中国网络娱乐市场深度分析与投资战略研究报告》共十一章。首先介绍了网络娱乐相关概念及发展环境，接着分析了中国网络娱乐规模及消费需求，然后对中国网络娱乐市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国网络娱乐面临的机遇及发展前景。您若想对中国网络娱乐有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一章 网络娱乐行业发展基本情况

第一节 网络娱乐行业定义及分类

一、网络娱乐简述

1、网络娱乐定义

2、网络娱乐分类

3、网络娱乐特征

二、网络娱乐相关概念

1、网络视频

2、网络剧

3、网络综艺

4、网络音乐

5、网络游戏

6、网络文学

7、网络直播

第二节 网络娱乐行业特征分析

一、产业链分析

二、网络娱乐行业在国民经济中的地位

三、网络娱乐行业生命周期分析

1、行业生命周期理论基础

2、网络娱乐行业生命周期

第二章 2017年中国网络娱乐行业发展环境分析

根据报告，中国2012年每个用户花在电视上的时间为平均每天169分钟，2016年下降到152分钟。而2012年，用户在每个移动设备上所有视频平台观看移动互联网视频日均时间为13分钟，2016年上升到95分钟，其复合年增长率为63.6%。根据《2017中国网络视听研究发展报告》，44.4%的网络视频用户已经不再接触电视、电台、报纸等任何传统媒体。56.1%的用户选择每天在智能手机上收看视频。从传统娱乐模式向视频媒体转换，用户需求有望进一步提升。

网络视频用户使用传统媒体比率数据来源：公开资料整理

第一节 2017年中国宏观经济环境分析

一、GDP总量及增长分析

二、工业发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、居民收入与消费情况

五、对外贸易发展形势分析

第二节 中国网络娱乐行业政策环境分析

一、网络娱乐行业政策法规分析

二、网络娱乐行业相关标准分析

三、上下游产业相关政策

第三节 中国网络娱乐行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、资源生态环境

三、教育科技环境

四、城镇化进程趋势

第三章 2014-2017年中国网络娱乐所属行业经济运行状况分析

第一节 2014-2017年中国网络娱乐所属行业发展分析

一、2012年中国网络娱乐所属行业主要经济指标

二、2013年中国网络娱乐所属行业主要经济指标

三、2014年中国网络娱乐所属行业主要经济指标

四、2015年中国网络娱乐所属行业主要经济指标

五、2017年中国网络娱乐所属行业主要经济指标

第二节 2014-2017年中国网络娱乐所属行业规模分析

一、2014-2017年网络娱乐所属行业企业规模分析

二、2014-2017年网络娱乐所属行业资产增长分析

三、2014-2017年网络娱乐所属行业销售收入分析

四、2014-2017年网络娱乐所属行业利润总额分析

第三节 2014-2017年中国网络娱乐所属行业经营效益分析

一、2014-2017年网络娱乐所属行业偿债能力分析

二、2014-2017年网络娱乐所属行业盈利能力分析

三、2014-2017年网络娱乐所属行业毛利率分析

四、2014-2017年网络娱乐所属行业运营能力分析

第四节 2014-2017年中国网络娱乐所属行业成本费用分析

一、2014-2017年网络娱乐所属行业销售成本分析

二、2014-2017年网络娱乐所属行业销售费用分析

三、2014-2017年网络娱乐所属行业管理费用分析

四、2014-2017年网络娱乐所属行业财务费用分析

第四章 中国网络娱乐行业重点区域发展分析

第一节 长三角地区

一、长三角区位与发展优势

二、长三角网络娱乐行业企业规模

三、长三角网络娱乐行业收入利润

四、长三角网络娱乐行业经营效益

五、长三角网络娱乐行业市场前景

第二节 珠三角地区

一、珠三角区位与发展优势

二、珠三角网络娱乐行业企业规模

三、珠三角网络娱乐行业收入利润

四、珠三角网络娱乐行业经营效益

五、珠三角网络娱乐行业市场前景

第三节 环渤海湾地区

一、环渤海湾区位与发展优势

二、环渤海湾网络娱乐行业企业规模

三、环渤海湾网络娱乐行业收入利润

四、环渤海湾网络娱乐行业经营效益

五、环渤海湾网络娱乐行业市场前景

第五章 中国网络娱乐行业产业链分析

第一节 网络娱乐行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 网络娱乐上游行业分析

一、网络娱乐成本构成

二、2013-2017年上游行业发展现状

三、2020-2026年上游行业发展趋势

四、上游行业对网络娱乐行业的影响

第三节 网络娱乐下游行业分析

一、网络娱乐下游行业分布

二、2013-2017年下游行业发展现状

三、2020-2026年下游行业发展趋势

四、下游需求对网络娱乐行业的影响

第六章 网络娱乐市场竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、需求条件

二、支援与相关产业

三、企业战略、结构与竞争状态

四、政府的作用

第四节 网络娱乐行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第五节 网络娱乐行业竞争格局分析

一、2017年网络娱乐行业竞争分析

二、2017年国内外网络娱乐竞争分析

三、2017年中国网络娱乐市场竞争分析付费内容排名榜数据来源：公开资料整理

四、2017年中国网络娱乐市场集中度分析

第七章 中国网络娱乐行业细分市场发展的深度剖析

第一节 网络视频

一、2014-2017年中国网络视频市场运行分析

1、市场规模

2、市场格局

3、用户规模

4、市场动态

二、中国网络视频产业模式分析

1、内容生产模式

2、商业传播模式

3、商业模式

4、盈利模式

三、中国网络视频行业发展对策

1、开发创意内容

2、内容整合策略

3、提升产业链各环节

4、实施网台联动对策

5、建设有效保障机制

第二节 网络剧

一、2014-2017年中国网络自制剧市场运行分析

- 1、兴起背景
- 2、市场现状
- 3、市场特征
- 4、发展优劣势
- 5、发展空间

二、中国网络自制剧制作模式分析

- 1、视频网站独立制作模式
- 2、联合草根团队制作模式
- 3、联合专业影视公司制作模式

三、中国网剧行业发展对策分析

- 1、行业的规范管理
- 2、打造品质化作品
- 3、创作人才的培养
- 4、行业健康发展策略

第三节 网络综艺

一、2014-2017年中国网络综艺市场运行状况分析

- 1、2014年市场运行回顾
- 2、2015年市场运行状况
- 3、2017年市场运行现状
- 4、用户群体分析
- 5、企业市场布局

二、中国网络综艺行业迅猛发展的原因剖析

- 1、门槛驱动
- 2、价值驱动
- 3、用户驱动
- 4、主流平台驱动
- 5、平台付费模式驱动

三、中国网络综艺行业发展对策

- 1、注重内容创新发展
- 2、采用品牌合作策略

3、培养受众粉丝群体

第四节 网络音乐

一、2014-2017年中国网络音乐市场运行状况

1、市场规模

2、市场格局

3、商业模式分析

4、网络音乐版权管理

二、中国网络音乐营销策略分析

1、病毒式营销策略

2、体验式营销策略

3、依托新媒体营销策略

4、O2O立体式营销策略

三、中国网络音乐行业健康发展对策

1、加强网络音乐版权保护

2、制定清晰行业标准

3、产业良性运营发展

4、行业创新发展策略

第五节 网络游戏

一、2014-2017年中国网络游戏市场运行状况分析

1、市场规模

2、市场特征

3、市场格局

4、市场动态

二、中国网络游戏行业主要盈利模式

1、时间模式

2、道具与增值服务模式

3、植入广告模式

4、比较分析

三、中国网络游戏行业发展对策

1、加强版权法律保护

2、健全行业管理制度

3、引领产业化发展路径

4、加大行业人才供给

第六节 网络文学

一、2014-2017年中国网络文字市场运行状况分析

1、市场现状

2、IP商业化发展

3、核心企业分析

4、用户群体分析

5、盈利模式分析

二、中国网络文字产业链内容资源整合模式

1、传统与网络的内容资源整合

2、上游与下游的内容资源整合

3、竞争者之间的内容资源整合

4、与外部产业的内容资源整合

三、中国网络文字行业发展对策分析

1、优化内容资源整合

2、保护版权价值

3、打击盗版现象

第七节 网络直播

一、2014-2017年中国移动直播行业发展状况

1、行业整体状况

2、市场竞争格局

3、市场直播形式

4、市场直播内容

二、网络直播行业的发展对策

1、需细化监管立法

2、行业良性发展建议

3、实施针对性监管措施

4、重视打造核心竞争力

第八章 中国网络娱乐行业企业经营情况分析

第一节 北京奇艺世纪科技有限公司（爱奇艺）

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优势分析

第二节 湖北盛天网络技术股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优势分析

第三节 星辉互动娱乐股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优势分析

第四节 广州华多网络科技有限公司（虎牙直播）

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优势分析

第五节 摩登天空有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优势分析

第六节 大连天神娱乐股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优势分析

第七节 盛大文学有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优势分析

第九章 2020-2026年中国网络娱乐行业投资前景预测分析

第一节 中国网络娱乐行业投资分析

一、网络剧投资状况分析

二、网络综艺投资关注点

三、网络游戏的投资机会

四、网络音乐的投资方向

五、网络直播的投资潜力

六、网络文字衍生市场投资潜力

第二节 中国网络娱乐行业未来发展趋势分析

一、行业整体发展趋势

二、网络视频发展趋势

三、网络剧的发展趋势

四、网络综艺发展趋势

五、网络音乐未来发展方向

六、网络游戏发展趋势

七、网络文字发展趋势

第三节 2020-2026年中国网络娱乐行业预测分析

一、中国网络娱乐行业发展因素分析

二、2020-2026年中国网络娱乐行业市场规模预测

第十章 网络娱乐企业投资战略与客户策略分析

第一节 网络娱乐企业发展战略规划背景意义

一、企业转型升级的需要

二、企业强做大做的需要

三、企业可持续发展需要

第二节 网络娱乐企业战略规划制定依据

一、国家产业政策

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

第三节 网络娱乐企业战略规划策略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第四节 网络娱乐企业重点客户战略实施

一、重点客户战略的必要性

二、重点客户的鉴别与确定

三、重点客户的开发与培育

四、重点客户市场营销策略

第十一章 研究结论及投资建议

第一节 网络娱乐行业研究结论

第二节 网络娱乐行业投资价值评估

第三节 网络娱乐行业投资建议

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：行业生命周期的判断

图表：2014-2017年中国网络娱乐行业应收账款周转率情况

图表：2014-2017年中国网络娱乐行业流动资产周转率情况

图表：2014-2017年中国网络娱乐行业总资产周转率情况

图表：2014-2017年中国网络娱乐行业成本费用结构构成情况

图表：2014-2017年中国网络娱乐行业销售成本统计

图表：2014-2017年中国网络娱乐行业销售费用统计

图表：2014-2017年中国网络娱乐行业管理费用统计

图表：2014-2017年中国网络娱乐行业财务费用统计

图表：2020-2026年中国网络娱乐行业销售收入预测趋势图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/168141.html>