

2021-2027年中国网络节目 市场评估与战略咨询报告

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

《2021-2027年中国网络节目市场评估与战略咨询报告》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/202108/235757.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

网综的试水要从《奇葩说》开始，这档节目开始于2015年，不仅有蔡康永、高晓松、金星、罗振宇、张泉灵加盟担任导师，而且其不同一般节目的形式也让它得到了广大观众的喜爱。

《奇葩说》虽然是一档说话达人秀，但是观点新颖立意巧妙，所讨论的话题与现实生活的都市男女面临各种困难和窘境息息相关，再加上辩手往往语出惊人，这档节目吸引了很大一批年轻观众。

爱奇艺较早在自制综艺领域发力，2010年至2016年保持小幅稳定增长，2017年、2019年分别增长至27档和34档。即便近年来走“超级网综”路线，自制综艺的平均投资体量明显增加，但在数量上仍一直保持优势。

优酷紧随其后，从2014年开始发力“泛文化”领域，3年间产量保持在15档左右，2017年迎来快速增长期，增至25档。2019年推出“这！就是”“吧！”两大系列后，资源投入更加集中，整体产量稍有下降至24档。

腾讯视频虽入局最晚，但在腾讯强大的平台优势下，产量稳步上升。自2014年以来，其自制综艺产量一直保持着小幅稳定增长趋势，2017年达20档，2019年迎来较大幅度的增长，以32档的产量排在第二，且凭借《创造101》《明日之子》《心动的信号》等大热节目和《吐槽大会》《拜托了，冰箱》等成功的“综二代”节目，整体表现最为突出。三大视频网站自制综艺产量增长趋势

经统计，三大视频网站2016年至2019年的自制综艺中，脱口秀一直都是产量最高的类型，以《奇葩说》、《吐槽大会》、《火星情报局》为代表的脱口秀节目都已播出三季以上。2016年及2017年，轻体量操作的脱口秀占比均超过五分之一，且有些许上升趋势。2019年占比虽下降至13.7%，但依然位居榜首。2016年至2018年三大视频网站自制综艺类型前五 中企顾问网发布的《2021-2027年中国网络节目市场评估与战略咨询报告》共十四章。首先介绍了中国网络节目行业市场发展环境、网络节目整体运行态势等，接着分析了中国网络节目行业市场运行的现状，然后介绍了网络节目市场竞争格局。随后，报告对网络节目做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网络节目行业发展趋势与投资预测。您若想对网络节目产业有个系统的了解或者想投资中国网络节目行业，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：

第一章 网络节目行业发展综述

第一节 网络节目行业概述及分类

一、行业概述

二、行业主要产品分类

三、行业主要商业模式

第二节 网络节目行业特征分析

一、产业链分析

二、网络节目行业在国民经济中的地位

三、网络节目行业生命周期分析

1、行业生命周期理论基础

2、网络节目行业生命周期

第三节 网络节目行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 2019年中国网络节目行业运行环境分析

第一节 网络节目行业政治法律环境分析

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、行业相关发展规划

第二节 网络节目行业经济环境分析

一、国际宏观经济形势分析

二、国内宏观经济形势分析

三、产业宏观经济环境分析

第三节 网络节目行业社会环境分析

- 一、网络节目产业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响
- 三、网络节目产业发展对社会发展的影响

第四节 网络节目行业技术环境分析

- 一、网络节目技术分析
- 二、网络节目技术发展水平
- 三、行业主要技术发展趋势

第三章 2019年中国网络节目所属行业运行分析

第一节 网络节目行业发展状况分析

- 一、网络节目行业发展阶段
- 二、网络节目行业发展总体概况
- 三、网络节目行业发展特点分析

第二节 网络节目行业发展现状

- 一、网络节目行业市场规模
- 二、网络节目行业发展分析

2017年及2019年综艺版面上的亲子节目很多，能否播出却存在极大的不确定性，顺利播出的《小手牵小狗》、《萌宠小大人》、《放开我北鼻》等节目都以素人萌娃为主角且放大了教育元素，而主打明星亲子的《想想办法吧！爸爸》和《爸爸去哪儿6》两档节目都没能如期与观众见面。

青年文化类在2019年首次进入榜单前四。2017年，以《中国有嘻哈》为代表的嘻哈、二次元等青年文化题材成为网综新宠。2019年，青年文化题材持续增多，街舞、机器人、电音、篮球等题材相继上线，已然成为各大网站重点发力的部分。2019年三大视频网站自制综艺节目类型

- 三、网络节目企业发展分析

第三节 区域市场分析

- 一、区域市场分布总体情况
- 二、重点省市市场分析

第四节 网络节目细分产品/服务市场分析

- 一、细分产品/服务特色
- 二、细分产品/服务市场规模及增速
- 三、重点细分产品/服务市场前景预测

第五节 网络节目产品/服务价格分析

一、网络节目价格走势

二、影响网络节目价格的关键因素分析

1、成本

2、供需情况

3、关联产品

4、其他

三、2016-2019年网络节目产品/服务价格变化趋势

四、主要网络节目企业价位及价格策略

第四章 2019年中国网络节目所属行业整体运行指标分析

第一节 网络节目行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 网络节目行业产销情况分析

一、网络节目行业工业总产值

二、网络节目行业工业销售产值

三、网络节目行业产销率

第三节 网络节目行业财务指标总体分析

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

第五章 2019年中国网络节目行业供需形势分析

第一节 网络节目行业供给分析

一、网络节目行业供给分析

二、2016-2019年网络节目行业供给变化趋势

三、网络节目行业区域供给分析

第二节 网络节目行业需求情况

一、网络节目行业需求市场

二、网络节目行业客户结构

三、网络节目行业需求的地区差异

第三节 网络节目市场应用及需求预测

一、网络节目应用市场总体需求分析

1、网络节目应用市场需求特征

2、网络节目应用市场需求总规模

二、2021-2027年网络节目行业领域需求量预测

1、2021-2027年网络节目行业领域需求产品/服务功能预测

2、2021-2027年网络节目行业领域需求产品/服务市场格局预测

三、重点行业网络节目产品/服务需求分析预测

第六章 2019年中国网络节目行业产业结构分析

第一节 网络节目产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国网络节目行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第七章 2019年中国网络节目行业产业链分析

第一节 网络节目行业产业链分析

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 网络节目上游行业分析

一、网络节目产品成本构成

二、上游行业发展现状

三、2016-2019年上游行业发展趋势

四、上游供给对网络节目行业的影响

第三节 网络节目下游行业分析

一、网络节目下游行业分布

二、下游行业发展现状

三、2016-2019年下游行业发展趋势

四、下游需求对网络节目行业的影响

第八章 2019年中国网络节目行业渠道分析及策略

第一节 网络节目行业渠道分析

一、渠道形式及对比

二、各类渠道对网络节目行业的影响

三、主要网络节目企业渠道策略研究

四、各区域主要代理商情况

第二节 网络节目行业用户分析

一、用户需求特点分析

二、用户购买途径分析

第三节 网络节目行业营销策略分析

一、中国网络节目营销概况

二、网络节目营销策略探讨

三、网络节目营销发展趋势

第九章 2019年中国网络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、网络节目行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、网络节目行业企业间竞争格局分析

三、网络节目行业集中度分析

四、网络节目行业SWOT分析

第二节 网络节目行业竞争格局综述

一、网络节目行业竞争概况

1、中国网络节目行业竞争格局

2、网络节目行业未来竞争格局和特点

3、网络节目市场进入及竞争对手分析

二、中国网络节目行业竞争力分析

1、中国网络节目行业竞争力剖析

2、中国网络节目企业市场竞争的优势

3、国内网络节目企业竞争能力提升途径

三、网络节目市场竞争策略分析

第十章网络节目主要企业发展概述

第一节 腾讯

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、发展规划

第二节 优酷

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、发展规划

第三节 爱奇艺

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、发展规划

第四节其他

一、企业概况

二、企业优势分析

三、产品/服务特色

四、经营状况

五、发展规划

第十一章 2021-2027年中国网络节目行业投资前景分析

第一节 网络节目市场发展前景

一、网络节目市场发展潜力

二、网络节目市场发展前景展望

三、网络节目细分行业发展前景分析

第二节 网络节目市场发展趋势预测

一、网络节目行业发展趋势

二、网络节目市场规模预测

三、网络节目行业应用趋势预测

四、2021-2027年细分市场发展趋势预测

第三节 网络节目行业供需预测

一、网络节目行业供给预测

二、网络节目行业需求预测

三、网络节目供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2021-2027年中国网络节目行业投资机会与风险分析

第一节 网络节目行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

第二节 网络节目行业投资机会

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

第三节 网络节目行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第十三章 2021-2027年中国网络节目行业投资战略研究

第一节 网络节目行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

第二节 网络节目新产品差异化战略

一、网络节目行业投资战略研究

二、网络节目行业投资战略

三、网络节目行业投资战略

四、细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

第一节 网络节目行业研究结论

第二节 网络节目行业投资价值评估

第三节 网络节目行业投资建议

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：网络节目行业生命周期

图表：网络节目行业产业链结构

图表：2019年中国网络节目行业市场规模

图表：2019年中国网络节目市场占全球份额比较

图表：2019年中国网络节目行业重要数据指标比较

图表：2019年中国网络节目行业集中度

图表：2019年中国网络节目行业销售收入

图表：2019年中国网络节目行业利润总额

图表：2019年中国网络节目行业资产总计

图表：2019年中国网络节目行业负债总计

图表：2019年中国网络节目市场价格走势

图表：2019年中国网络节目行业竞争力分析

图表：2019年中国网络节目行业工业总产值

图表：2019年中国网络节目行业主营业务收入

图表：2019年中国网络节目行业主营业务成本

图表：2019年中国网络节目行业销售费用分析

图表：2019年中国网络节目行业管理费用分析

图表：2019年中国网络节目行业财务费用分析

图表：2019年中国网络节目行业销售毛利率分析

图表：2019年中国网络节目行业销售利润率分析

图表：2019年中国网络节目行业成本费用利润率分析

图表：2019年中国网络节目行业总资产利润率分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202108/235757.html>