

2021-2027年中国综艺节目 市场发展现状与市场全景评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2021-2027年中国综艺节目市场发展现状与市场全景评估报告》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.abaogao.com/b/chuanmei/P2894133TU.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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”。

智研数据研究中心发布的《2021-2027年中国综艺节目市场发展现状与市场全景评估报告》共十四章。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 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

四、行业产业链上游相关行业分析

五、行业下游产业链相关行业分析

六、上下游行业影响及风险提示

第二章 综艺节目行业市场环境及影响分析

第一节 综艺节目行业政治法律环境

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、综艺节目行业相关标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析

第三章 全球综艺节目行业发展分析

第一节 全球综艺节目发展现状分析

一、国外综艺节目发展概况

二、国外综艺节目发展特点分析

第二节 美国真人秀类节目模式与案例分析

一、美国真人秀类节目模式分析

二、美国真人秀类节目案例分析

第三节 欧洲真人秀类节目模式与案例分析

一、欧洲真人秀类节目模式分析

二、欧洲真人秀类节目案例分析

第四节 日本综艺节目发展现状分析

一、益智节目模式与案例分析

1、日本益智节目发展历程

2、日本益智节目发展模式

3、日本益智节目案例分析

二、日本访谈类节目模式与案例分析

1、日本访谈类节目发展历程

2、日本访谈类节目发展模式

三、日本国民娱乐爆料类节目模式与案例分析

1、日本国民娱乐爆料类节目发展历程

2、日本国民娱乐爆料类节目发展模式

3、日本国民娱乐爆料类节目案例分析

第五节 韩国综艺节目发展现状分析

一、韩国综艺节目主要类型分析

二、韩国综艺节目发展历程分析

三、韩国综艺节目案例分析

第二部分 行业深度分析

第四章 我国综艺节目所属行业运行现状分析

第一节 我国综艺节目所属行业发展状况分析

一、我国综艺节目行业发展阶段

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

5、以中国文学为主的阶段

二、我国综艺节目行业发展总体概况

三、我国综艺节目行业发展特点分析

四、综艺节目行业运营模式分析

第二节 2015-2019年综艺节目所属行业发展现状

一、2015-2019年我国综艺节目行业市场规模

- 1、行业营收规模
- 2、行业利润规模
- 3、行业收视情况

二、2019年我国综艺节目行业发展情况

- 1、季播栏目常态化编排持续扩散
- 2、喜剧类节目持续涌现
- 3、户外真人秀火爆荧屏
- 4、歌唱类节目经久不衰
- 5、脱口秀元素节目风行
- 6、年轻化探索
- 7、创新化表达
- 8、大片化呈现

三、2015-2019年中国综艺节目发展分析

- 1、我国综艺节目制作特点
- 2、我国综艺节目原创与引进情况
- 3、我国综艺节目国际竞争力分析

第三节 我国综艺节目市场供需分析

一、2015-2019年我国综艺节目行业供给情况

- 1、我国综艺节目行业供给分析
- 2、我国综艺节目行业产量分析
- 3、我国综艺节目制作情况分析

二、2015-2019年我国综艺节目行业需求情况

- 1、综艺节目行业需求市场
- 2、各类综艺节目收视结构
- 3、各级频道综艺节目收视结构

三、2015-2019年我国综艺节目行业供需平衡分析

第五章 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

- 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
- 3、地面频道综艺节目创新亮点

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、收视率随年龄增长而增长
- 2、收视率随年龄增长而降低
- 3、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

第六章 全球综艺节目模式创新案例研究与发展趋势

第一节 中国综艺节目模式创新案例与发展趋势研究

一、综艺娱乐节目模式创新研究与发展趋势

- 1、综艺娱乐节目模式整合式创新
- 2、综艺娱乐节目模式本土化改造
- 3、综艺娱乐节目模式同质问题与创意竞争
- 4、综艺娱乐节目模式创新趋势研究

二、谈话类节目模式创新研究与发展趋势

- 1、谈话类节目模式创新案例解读

2、谈话类节目模式创新趋势研究

第二节 欧美综艺节目模式创新案例与发展趋势研究

一、真人秀类节目模式创新研究与发展趋势

1、真人秀类节目模式创新案例解读

2、真人秀类节目模式创新趋势研究

二、游戏娱乐类节目模式创新研究与发展趋势

1、游戏娱乐类节目模式创新案例解读

2、游戏娱乐类节目模式创新趋势研究

三、生活服务类节目模式创新研究与发展趋势

1、生活服务类节目模式创新案例解读

2、生活服务类节目模式创新趋势研究

四、美食类节目模式创新研究与发展趋势

1、美食类节目模式创新案例解读

2、美食类节目模式创新趋势研究

第三节 日本综艺节目模式创新案例与发展趋势研究

一、真人秀类节目模式创新研究与发展趋势

1、真人秀类节目模式创新案例解读

2、真人秀类节目模式创新趋势研究

二、游戏娱乐类节目模式创新研究与发展趋势

1、游戏娱乐类节目模式创新案例解读

2、游戏娱乐类节目模式创新趋势研究

三、生活服务类节目模式创新研究与发展趋势

1、生活服务类节目模式创新案例解读

2、生活服务类节目模式创新趋势研究

四、美食类节目模式创新研究与发展趋势

1、美食类节目模式创新案例解读

2、美食类节目模式创新趋势研究

第四节 韩国综艺节目模式创新案例与发展趋势研究

一、韩国综艺节目模式创新理念

二、综艺类节目模式创新研究与发展趋势

1、综艺类节目模式创新案例解读

2、综艺类节目模式创新趋势研究

第七章 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、优酷网自制节目
- 2、爱奇艺网自制节目
- 3、土豆网自制节目
- 4、乐视网自制节目
- 5、搜狐视频自制节目
- 6、56网自制节目

第三节 “限娱令”对综艺节目影响探讨

一、“限娱令”基本简介

1、基本概况

2、出台理由

3、历年限令

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

第八章 2021-2027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

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、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

四、综艺节目行业SWOT分析

第二节 中国综艺节目行业竞争格局综述

一、综艺节目行业竞争概况

二、中国综艺节目行业竞争力分析

三、综艺节目行业主要企业竞争力分析

第三节 2015-2019年综艺节目行业竞争格局分析

一、2015-2019年国内外综艺节目竞争分析

二、2015-2019年我国综艺节目市场竞争分析

三、2015-2019年我国综艺节目市场集中度分析

四、2015-2019年国内主要综艺节目企业动向

第四节 综艺节目市场竞争策略分析

第九章 2019年中国综艺节目TOP10分析

第一节 《吐槽大会》

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、内容特色

2、形式特色

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

第二节 《歌手》

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、内容特色

2、形式特色

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 《欢乐喜剧人》

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、内容特色
- 2、形式特色
- 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
- 第四节 《王牌对王牌》
- 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、内容特色
- 2、形式特色
- 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
- 第五节 《极限挑战》
- 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、内容特色
- 2、形式特色
- 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 《中国诗词大会》
- 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、内容特色

2、形式特色

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 《奇葩大会》

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、内容特色

2、形式特色

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

第八节 《最强大脑》

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、内容特色

2、形式特色

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 《快乐大本营》

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、内容特色

2、形式特色

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 《跨界冰雪王》

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、内容特色

2、形式特色

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

第十章综艺节目行业领先企业经营形势分析

第一节 上海灿星文化传媒股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业旗下节目分析

四、企业资源优势分析

五、企业发展战略分析

第二节 芒果传媒有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业旗下节目分析

四、企业资源优势分析

五、企业发展战略分析

第三节 浙江广播电视传媒集团有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业旗下节目分析

四、企业资源优势分析

五、企业发展战略分析

第四节 远景影视江苏股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业旗下节目分析

四、企业资源优势分析

五、企业发展战略分析

第五节 北京光线传媒股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业旗下节目分析

四、企业资源优势分析

五、企业发展战略分析

第六节 中视传媒股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业旗下节目分析

四、企业资源优势分析

五、企业发展战略分析

第七节 浙江华策影视股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业经营情况分析

三、企业旗下节目分析

四、企业资源优势分析

五、企业发展战略分析

第八节 东方风行（北京）传媒文化有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业旗下节目分析
- 四、企业资源优势分析
- 五、企业发展战略分析

第九节 北京银汉文化传播有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业旗下节目分析
- 四、企业资源优势分析
- 五、企业发展战略分析

第十节 新华网股份有限公司

- 一、企业发展概况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业旗下节目分析
- 四、企业资源优势分析
- 五、企业发展战略分析

第五部分 发展前景展望

第十一章 2021-2027年综艺节目行业前景及趋势预测

第一节 2021-2027年综艺节目市场发展前景

- 一、2021-2027年综艺节目市场发展潜力
- 二、2021-2027年综艺节目市场发展前景展望
- 三、2021-2027年综艺节目主要类型发展前景分析

第二节 2021-2027年综艺节目市场发展趋势预测

- 一、2021-2027年综艺节目行业发展趋势
- 二、2021-2027年综艺节目市场规模预测
 - 1、综艺节目行业营业收入预测
 - 2、综艺节目行业利润规模预测
- 三、2021-2027年细分市场发展趋势预测

第三节 2021-2027年中国综艺节目行业供需预测

- 一、2021-2027年中国综艺节目行业供给预测

- 二、2021-2027年中国综艺节目产量规模预测
- 三、2021-2027年中国综艺节目投资规模预测
- 四、2021-2027年中国综艺节目行业需求预测
- 五、2021-2027年中国综艺节目行业供需平衡预测

第十二章 2021-2027年综艺节目行业投资机会与风险防范

第一节 综艺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
- 四、综艺节目行业投资现状分析

第二节 2021-2027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

第三节 2021-2027年综艺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

第四节 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
- 三、中国综艺节目企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第十三章 2021-2027年综艺节目行业面临的困境及对策

第一节 2019年综艺节目行业面临的困境

第二节 综艺节目企业面临的困境及对策

- 一、重点综艺节目企业面临的困境及对策
- 二、中小综艺节目企业发展困境及策略分析
- 三、国内综艺节目企业的出路分析

第三节 中国综艺节目行业存在的问题及对策

- 一、中国综艺节目行业存在的问题
- 二、综艺节目行业发展的建议对策

第四节 中国综艺节目市场发展面临的挑战与对策

- 一、中国综艺节目市场发展面临的挑战
- 二、中国综艺节目市场发展对策分析

第十四章 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、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
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我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、我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、2019年综艺节目行业投资战略
- 二、2021-2027年综艺节目行业投资战略
- 三、2021-2027年细分行业投资战略（ ）

图表目录：

- 图表：2015-2019年我国综艺节目行业相关专利
 - 图表：2015-2019年综艺节目行业经营效益分析
 - 图表：2015-2019年中国综艺节目行业盈利能力分析
 - 图表：2015-2019年中国综艺节目行业运营能力分析
 - 图表：2015-2019年中国综艺节目行业偿债能力分析
 - 图表：2015-2019年中国综艺节目行业发展能力分析
 - 图表：2021-2027年综艺节目行业市场规模预测
 - 图表：2021-2027年综艺节目行业营业收入预测
 - 图表：2021-2027年中国综艺节目行业供给预测
 - 图表：2021-2027年中国综艺节目投资规模预测
 - 图表：2021-2027年中国综艺节目产量规模预测
 - 图表：2021-2027年中国综艺节目行业需求预测
 - 图表：2021-2027年中国综艺节目行业供需平衡预测
- 更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/P2894133TU.html>