

# 2017-2022年中国互联网+ 综艺节目行业发展现状及前景战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国互联网+综艺节目行业发展现状及前景战略咨询报告》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.abaogao.com/b/chuanmei/S57750OH8l.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

国外的综艺节目起步相对较早，对于我国港台与内地的娱乐节目发展都有深远的影响。欧美或日本首创再被我国的香港或台湾地区移植，接着被内地借鉴并“星火”一下，最后就是各地模仿成风造成一片“燎原”的局势。例如，《快乐大本营》就是模仿香港的《综艺60分》，在湖南卫视成功运作之后，全国上下掀起一股“快乐”、“欢乐”热；之后的“婚恋热”，以湖南卫视《玫瑰之约》为代表，也是借鉴台湾的《非常男女》；而“谈话热”以央视的《实话实说》为代表，借鉴的是美国“脱口秀”节目模式；“益智类”则以央视的《幸运52》（借鉴的是英国BBC制作的《GOBINGO》）、《开心词典》（借鉴的是英美的《谁想成为百万富翁》）两者领衔；“真人秀”就以被观众喻为“平民狂欢节”的湖南卫视《超级女声》以及实现普通人梦想，表现普通人实现梦想过程的央视的《梦想中国》与《非常6+1》为代表（借鉴的是美国的《美国偶像》等同类节目）。

伴随自制综艺的发展，网络自制节目陷入同质化窠臼。纵观2015年新增自制综艺类型格局，自制综艺节目主打真人秀牌，明星真人秀仍占较大比重，占比达30%；与此同时，素人真人秀作为一匹黑马突出重围，占比高达39%；素人真人秀呈规模性爆发。此外，访谈、音乐、脱口秀等其他综艺节目类型占比31%，出现校园、偶像养成、素人、音乐、时尚、明星通告等新元素的自制综艺，自制综艺市场呈现出全面开花、素真霸屏的局面。

2015年新增自制综艺类型占比情况

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国互联网+综艺节目行业发展现状及前景战略咨询报告》共八章。首先介绍了互联网+综艺节目行业市场发展环境、互联网+综艺节目整体运行态势等，接着分析了互联网+综艺节目行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+综艺节目市场竞争格局。随后，报告对互联网+综艺节目做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网+综艺节目行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+综艺节目产业有个系统的了解或者想投资互联网+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：

## 第一章 电子商务与“互联网+”

### 第一节 电子商务发展分析

#### 一、电子商务基本定义

#### 二、电子商务发展阶段

#### 三、电子商务基本特征

#### 四、电子商务支撑环境

#### 五、电子商务基本模式

#### 六、电子商务规模分析

### 第二节 “互联网+”的相关概述

#### 一、“互联网+”的提出

#### 二、“互联网+”的内涵

#### 三、“互联网+”的发展

#### 四、“互联网+”的评价

#### 五、“互联网+”的趋势

## 第二章 互联网环境下综艺节目行业的机会与挑战

### 第一节 2015年中国互联网环境分析

#### 一、网民基本情况分析

##### （一）总体网民规模分析

##### （二）分省网民规模分析

##### （三）手机网民规模分析

##### （四）网民属性结构分析

#### 二、网民互联网应用状况

##### （一）信息获取情况分析

##### （二）商务交易发展情况

##### （三）交流沟通现状分析

##### （四）网络娱乐应用分析

### 第二节 互联网环境下综艺节目行业的机会与挑战

#### 一、互联网时代行业大环境的变化

#### 二、互联网直击传统行业消费痛点

#### 三、互联网助力企业开拓市场

#### 四、电商成为传统企业突破口

### 第三节 互联网综艺节目行业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变生产厂商营销模式

三、互联网导致行业利益重新分配

四、互联网改变行业未来竞争格局

### 第四节 综艺节目与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势分析

二、电子商务消费环境趋势分析

三、互联网技术对行业支撑作用

四、电商黄金发展期机遇分析

## 第三章 综艺节目行业发展现状分析

### 第一节 综艺节目行业发展现状分析

一、综艺节目行业产业政策分析

二、综艺节目行业发展现状分析

三、综艺节目行业主要企业分析

四、综艺节目行业市场规模分析

### 第二节 综艺节目行业市场前景分析

一、综艺节目行业发展机遇分析

二、综艺节目行业市场规模预测

三、综艺节目行业发展前景分析

## 第四章 综艺节目行业市场规模与电商未来空间预测

### 第一节 综艺节目电商市场规模与渗透率

一、综艺节目电商总体开展情况

二、综艺节目电商交易规模分析

三、综艺节目电商渠道渗透率分析

### 第二节 综艺节目电商行业盈利能力分析

一、综艺节目电子商务发展有利因素

二、综艺节目电子商务发展制约因素

三、综艺节目电商行业经营成本分析

四、综艺节目电商行业盈利模式分析

## 五、综艺节目电商行业盈利水平分析

### 第三节 电商行业未来前景及趋势预测

#### 一、综艺节目电商行业市场空间测算

#### 二、综艺节目电商市场规模预测分析

#### 三、综艺节目电商发展趋势预测分析

## 第五章 综艺节目企业互联网战略体系构建及平台选择

### 第一节 综艺节目企业转型电商构建分析

#### 一、综艺节目电子商务关键环节分析

##### （一）产品采购与组织

##### （二）电商网站建设

##### （三）网站品牌建设及营销

##### （四）服务及物流配送体系

##### （五）网站增值服务

#### 二、综艺节目企业电子商务网站构建

##### （一）网站域名申请

##### （二）网站运行模式

##### （三）网站开发规划

##### （四）网站需求规划

### 第二节 综艺节目企业转型电商发展途径

#### 一、电商B2B发展模式

#### 二、电商B2C发展模式

#### 三、电商C2C发展模式

#### 四、电商O2O发展模式

### 第三节 综艺节目企业转型电商平台选择分析

#### 一、综艺节目企业电商建设模式

#### 二、自建商城网店平台

##### （一）自建商城概况分析

##### （二）自建商城优势分析

#### 三、借助第三方网购平台

##### （一）电商平台的优劣势

##### （二）电商平台盈利模式

## 四、电商服务外包模式分析

(一) 电商服务外包的优势

(二) 电商服务外包可行性

(三) 电商服务外包前景

## 五、综艺节目企业电商平台选择策略

## 第六章 综艺节目行业电子商务运营模式分析

### 第一节 综艺节目电子商务B2B模式分析

一、综艺节目电子商务B2B市场概况

二、综艺节目电子商务B2B盈利模式

三、综艺节目电子商务B2B运营模式

四、综艺节目电子商务B2B的供应链

### 第二节 综艺节目电子商务B2C模式分析

一、综艺节目电子商务B2C市场概况

二、综艺节目电子商务B2C市场规模

三、综艺节目电子商务B2C盈利模式

四、综艺节目电子商务B2C物流模式

五、综艺节目电商B2C物流模式选择

### 第三节 综艺节目电子商务C2C模式分析

一、综艺节目电子商务C2C市场概况

二、综艺节目电子商务C2C盈利模式

三、综艺节目电子商务C2C信用体系

四、综艺节目电子商务C2C物流特征

五、重点C2C电商企业发展分析

### 第四节 综艺节目电子商务O2O模式分析

一、综艺节目电子商务O2O市场概况

二、综艺节目电子商务O2O优势分析

三、综艺节目电子商务O2O营销模式

四、综艺节目电子商务O2O潜在风险

## 第七章 综艺节目主流网站平台比较及企业入驻选择

### 第一节 网站A

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

## 第二节 网站B

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

## 第三节 网站C

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

## 第四节 网站D

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

## 第五节 网站E

- 一、网站发展基本概述
- 二、网站用户特征分析
- 三、网站覆盖人数分析
- 四、网站访问次数分析
- 五、网站发展策略分析

## 第八章 综艺节目企业进入互联网领域投资策略分析 (ZY LII)

### 第一节 综艺节目企业电子商务市场投资要素



- 一、企业自身发展阶段的认知分析
  - 二、企业开展电子商务目标的确定
  - 三、企业电子商务发展的认知确定
  - 四、企业转型电子商务的困境分析
- ## 第二节 综艺节目企业转型电商物流投资分析

### 一、综艺节目企业电商自建物流分析

- (一) 电商自建物流的优势分析
- (二) 电商自建物流的负面影响

### 二、综艺节目企业电商外包物流分析

- (一) 快递业务量完成情况
- (二) 快递业务的收入情况
- (三) 快递业竞争格局分析

## 第三节 综艺节目企业电商市场策略分析 (ZY LII)

图表目录：

图表 2010-2015年我国网民规模及互联网普及率

图表 2013-2015年中国网民各类网络应用的使用率

图表 2013-2015年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表 2012-2015年我国网络零售市场交易规模

图表 2010-2021年我国移动网民规模及增长速度

图表 移动端网购增长仍处爆发阶段

图表 移动端网购占比大幅提升

图表 传统综艺节目消费存在的“痛点”

图表 综艺节目电子商务重构供应链流程

图表 中国电商相关政策汇总

图表 2012-2015年综艺节目电商交易规模趋势图

图表 2012-2015年综艺节目电商市场渗透率趋势图

图表 2017-2022年综艺节目电商交易规模预测趋势图

图表 2017-2022年综艺节目电商市场渗透率预测趋势图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/S57750OH8l.html>