

2020-2026年中国综艺节目 市场深度评估与发展前景评估报告

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

《2020-2026年中国综艺节目市场深度评估与发展前景评估报告》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/qita/338477PIJJ.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。

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

观众表示相对于电影、电视剧等视频形式，网综节奏欢快、易于调节心情是他们更为偏爱网综的最重要原因，其次，轻松不烧脑也是网综相对电影、电视剧等对观众更友好的地方。

观从偏爱网综形式视频的原因

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国综艺节目市场深度评估与发展前景评估报告》共十二章。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

第二章综艺节目行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 综艺节目行业政治法律环境（P）

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、综艺节目行业标准

四、行业相关发展规划

1、综艺节目行业国家发展规划

2、综艺节目行业地方发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

1、国际宏观经济形势分析

2、国内宏观经济形势分析

3、产业宏观经济环境分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

1、经济复苏对行业的影响

2、货币政策对行业的影响

3、区域规划对行业的影响

第三节 行业社会环境分析（S）

一、综艺节目产业社会环境

1、人口环境分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、中国城镇化率

二、社会环境对行业的影响

三、综艺节目产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、综艺节目技术分析

1、技术水平总体发展情况

2、我国综艺节目行业新技术研究

二、综艺节目技术发展水平

1、我国综艺节目行业技术水平所处阶段

2、与国外综艺节目行业的技术差距

三、2014-2019年综艺节目技术发展分析

四、行业主要技术发展趋势

五、技术环境对行业的影响

第二部分行业深度分析

第二章我国综艺节目行业运行现状分析

第一节 大陆综艺节目行业发展分析

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

- 1、制作费用缩水
- 2、节目收视率下滑
- 3、主持人转向内地市场
- 4、明星主持过度消费
- 5、收视压力下的道德缺失

三、对大陆综艺节目的影响分析

四、台湾综艺节目发展的启示

第三章我国综艺节目所属行业整体运行指标分析

第一节 2014-2019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、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 2014-2019年中国综艺节目所属行业财务指标总体分析

一、所属行业盈利能力分析

- 1、我国综艺节目行业销售利润率
- 2、我国综艺节目行业成本费用利润率
- 3、我国综艺节目行业亏损面

二、所属行业偿债能力分析

- 1、我国综艺节目行业资产负债比率
- 2、我国综艺节目行业利息保障倍数

三、所属行业营运能力分析

- 1、我国综艺节目行业应收帐款周转率
- 2、我国综艺节目行业总资产周转率

3、我国综艺节目行业流动资产周转率

四、所属行业发展能力分析

1、我国综艺节目行业总资产增长率

2、我国综艺节目行业利润总额增长率

3、我国综艺节目行业主营业务收入增长率

4、我国综艺节目行业资本保值增值率

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

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：BTV文艺频道《星夜故事》

(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

第五章中国综艺节目TOP10分析

第一节 《非诚勿扰》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、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

1、社会文化的凸显

2、差异化的设计

3、创新化的编排

4、戏剧化的演绎

六、节目成功经验借鉴

1、精确市场定位

2、适时传播策略

第二节 《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

第三节 《星光大道》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
- 3、健康的价值观

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 《8090》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、积极向上的节目理念
- 2、细分受众群体
- 3、多元化叙事元素

六、节目成功经验借鉴

第五节 《鲁豫有约》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、访谈对象——有故事的嘉宾
- 2、访谈方式——独具特色的倾听式访谈
- 3、访谈解说——淡而有味的解说词

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、理念定位
- 2、开放视角
- 3、热点追踪
- 4、主持人能力

六、节目成功经验借鉴

- 1、明星主持人的谈话艺术
- 2、话语空间广泛，选题独具匠心
- 3、直指内心的情感表达和积极正面的情感诉求

第六节 《天天向上》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、节目主持团体化
- 2、节目涵盖面广
- 3、娱乐方式推广中华礼仪

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、独特的节目定位

2、节目策划屡创新

3、主持人自身魅力

六、节目成功经验借鉴

1、强化节目定位

2、创新节目表现形式

3、培养风格独特的主持团队

第七节 《背后的故事》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、新纪实性叙事风格

2、观众话语空间的营造

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、节目创意多

2、优秀的创作团队

六、节目成功经验借鉴

第八节 《百变大咖秀》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、国内首创明星模仿明星

2、华丽的舞台造型

3、独具特色的“百变五侠”

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、优秀的主持人
- 2、出位颠覆性的演出
- 3、明星的卖力表演

六、节目成功经验借鉴

第九节 《我爱记歌词》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、比赛方式特别
- 2、参赛门槛低
- 3、持续创新

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、全民大联欢的节目策划理念
- 2、“去评委、去明星、重互动”的节目模式
- 3、“领唱、歌曲、氛围、预告”节目元素的精致包装
- 4、明星主持群的打造

六、节目成功经验借鉴

- 1、“比唱歌”变为“记歌词”
- 2、娱乐节目公益化

第十节 《我们约会吧》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

- 1、第一档交友真实秀节目
- 2、节目悬念设置独特
- 3、节目合作模式独特

- 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、迎合了观众需求
 - 2、追求真实与温情
- 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2013-2018E网络视频付费用户预测
 - 2、网络视频市场规模2016-2019年中国网络视频付费市场收入规模预测
 - 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

- 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

- 1、不同地域企业竞争格局
- 2、不同规模企业竞争格局
- 3、不同所有制企业竞争格局

三、综艺节目行业集中度分析

- 1、市场集中度分析
- 2、企业集中度分析
- 3、区域集中度分析
- 4、各子行业集中度
- 5、集中度变化趋势

四、综艺节目行业SWOT分析

- 1、综艺节目行业优势分析
- 2、综艺节目行业劣势分析
- 3、综艺节目行业机会分析
- 4、综艺节目行业威胁分析

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

- 1、中国综艺节目行业品牌竞争格局
- 2、综艺节目业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

- 1、我国综艺节目行业竞争力剖析
- 2、我国综艺节目企业市场竞争的优势
- 3、民企与外企比较分析
- 4、国内综艺节目企业竞争能力提升途径

三、中国综艺节目竞争力优势分析

- 1、整体产品竞争力评价
- 2、产品竞争力评价结果分析
- 3、竞争优势评价及构建建议

四、综艺节目行业主要企业竞争力分析

- 1、重点企业资产总计对比分析
- 2、重点企业从业人员对比分析
- 3、重点企业营业收入对比分析
- 4、重点企业利润总额对比分析
- 5、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 2014-2019年综艺节目行业竞争格局分析

- 一、2014-2019年国内外综艺节目竞争分析
- 二、2014-2019年我国综艺节目市场竞争分析
- 三、2014-2019年我国综艺节目市场集中度分析
- 四、2014-2019年国内主要综艺节目企业动向
- 五、2014-2019年国内综艺节目企业拟在建项目分析

第四节 综艺节目行业并购重组分析

- 一、行业并购重组现状及其重要影响
- 二、跨国公司在华投资兼并与重组分析
- 三、本土企业投资兼并与重组分析
- 四、企业升级途径及并购重组风险分析
- 五、行业投资兼并与重组趋势分析

第五节 综艺节目市场竞争策略分析

第八章 2020-2026年综艺节目行业领先企业经营形势分析

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 中视传媒股份有限公司

- 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

第三节 凤凰卫视控股有限公司

- 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 湖南电广传媒股份有限公司

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

第五节 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

第六节 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

第七节 北京欢乐文化艺术有限公司

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 派格太合环球文化传媒投资有限公司

- 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

第九节 优酷土豆股份有限公司

- 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

第十节 北京暴风科技股份有限公司

- 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价值评估分析

- 一、行业投资效益分析
 - 1、行业活力系数比较及分析
 - 2、行业投资收益率比较及分析
 - 3、行业投资效益评估
- 二、产业发展的空白点分析
- 三、投资回报率比较高的投资方向
- 四、新进入者应注意的障碍因素

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、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、2017年综艺节目行业投资战略

二、2020-2026年综艺节目行业投资战略

三、2020-2026年细分行业投资战略

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 综艺节目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：综艺节目行业生命周期

图表：综艺节目行业产业链结构

图表：2014-2019年全球综艺节目行业市场规模

图表：2014-2019年中国综艺节目行业市场规模

图表：2014-2019年综艺节目行业重要数据指标比较

图表：2014-2019年中国综艺节目市场占全球份额比较

图表：2014-2019年综艺节目行业销售收入

图表：2014-2019年综艺节目行业利润总额

图表：2014-2019年综艺节目行业资产总计

图表：2014-2019年综艺节目行业负债总计

图表：2014-2019年综艺节目行业竞争力分析

图表：2014-2019年综艺节目市场价格走势

图表：2014-2019年综艺节目行业主营业务收入

图表：2014-2019年综艺节目行业主营业务成本

图表：2014-2019年综艺节目行业销售费用分析

图表：2014-2019年综艺节目行业管理费用分析

图表：2014-2019年综艺节目行业财务费用分析

图表：2014-2019年综艺节目行业销售毛利率分析

图表：2014-2019年综艺节目行业销售利润率分析

图表：2014-2019年综艺节目行业成本费用利润率分析

图表：2014-2019年综艺节目行业总资产利润率分析

图表：2014-2019年综艺节目行业需求分析

图表：2014-2019年综艺节目行业集中度

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/338477PIJJ.html>