

# 2016-2022年中国综艺节目 市场需求态势展望及投资风险研究报告

## 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

《2016-2022年中国综艺节目市场需求态势展望及投资风险研究报告》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.abaogao.com/b/wenhuaityu/5591657RZW.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节目形式，通常包含了许多性质的演出，例如音乐、舞蹈、杂技与搞笑等类型，而且通常只在电视上播出。大部分的综艺节目会邀请现场观众参加录影，但也有现场实况播出的节目。

综艺节目在经历过明星主宰、舞台竞技、草根造星几个阶段以后，都不约而同走到了另一条道路上——真人秀。真人秀的本质就是接地气，在最生活化的场景中呈现出每个人不同的性格、不同的态度、不同的遭遇。

随着3G、4G网络的普及和技术环境的进一步优化，互联网和移动传媒等新媒体正呈现出爆炸式的发展态势。网络视频纷纷涉足网络自制综艺节目，与传统媒体竞争综艺节目市场份额。对于95%以上收入依靠广告的视频网站而言，网络自制综艺节目成为其新的利润增长点。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国综艺节目市场需求态势展望及投资风险研究报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

### 第1章：中国综艺节目行业发展综述

#### 1.1 综艺节目行业的界定

##### 1.1.1 综艺节目的界定

##### 1.1.2 综艺节目的类别

##### 1.1.3 综艺节目的基本特征

##### 1.1.4 综艺节目行业特性

(1) 季节性

(2) 区域性

#### 1.2 综艺节目业务流程分析

##### 1.2.1 综艺节目业务模式分析

### 1.2.2 综艺节目制作环节分析

### 1.2.3 综艺节目播出环节分析

#### (1) 节目播出渠道

#### (2) 节目广告客户

### 1.3 综艺节目行业发展环境分析

#### 1.3.1 行业政策环境分析

##### (1) 行业主管部门及监管体制

##### (2) 行业主要法律法规及政策

#### 1.3.2 宏观经济环境分析

##### (1) 宏观经济运行情况

##### (2) 宏观经济走势预测

##### (3) 居民收入增长情况

##### (4) 居民文化娱乐消费支出

##### (5) 宏观经济对行业的影响

## 第2章：国内外综艺节目行业发展分析

### 2.1 国外综艺节目行业发展分析

#### 2.1.1 国外综艺节目发展概况

#### 2.1.2 国外综艺节目发展特点分析

#### 2.1.3 美国真人秀类节目模式与案例分析

##### (1) 美国真人秀类节目模式分析

##### (2) 美国真人秀类节目案例分析

#### 1) 案例分析——《全美超模大赛》

##### 1、节目简况

##### 2、成功秘诀

##### 3、经验借鉴

#### 2) 案例分析——《名人学徒》

##### 1、节目简况

##### 2、成功秘诀

##### 3、经验借鉴

#### 3) 案例分析——《与明星共舞》

##### 1、节目简况

2、成功秘诀

3、经验借鉴

4) 案例分析&mdash;&mdash;《舞林争霸》

1、节目简况

2、成功秘诀

5) 案例分析&mdash;&mdash;《会跳舞就来》

1、节目简况

2、成功秘诀

6) 案例分析&mdash;&mdash;《美国偶像》

1、节目简况

2、成功秘诀

2.1.4 欧洲真人秀类节目模式与案例分析

(1) 欧洲真人秀类节目模式分析

(2) 欧洲真人秀类节目案例分析

1) 案例分析&mdash;&mdash;《让我们开开玩笑吧》

1、节目简况

2、成功秘诀

2) 案例分析&mdash;&mdash;《业余者大战》

1、节目简况

2、成功秘诀

3) 案例分析&mdash;&mdash;《英国达人》

1、节目简况

2、成功秘诀

4) 案例分析&mdash;&mdash;《邀你共舞》

1、节目简况

2、成功秘诀

2.1.5 日本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

1) 案例分析&mdash;&mdash;《热血！平成教育学院》

1、节目简况

2、成功秘诀

3、节目构成

2) 案例分析&mdash;&mdash;《Nep League》

1、节目简况

2、成功秘诀

3、节目构成

3) 案例分析&mdash;&mdash;《Quiz！ Present Variety Q大人！！》

1、节目简况

2、成功秘诀

3、节目构成

4) 案例分析&mdash;&mdash;《复习之后书呆子的Quiz》

1、节目简况

2、成功秘诀

3、节目构成

2.1.6 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

(3) 日本访谈类节目案例分析

1) 案例分析&mdash;&mdash;《来自演播室公园的问候》

1、节目简况

2、成功秘诀

3、节目构成

2) 案例分析&mdash;&mdash;《新婚夫妇&mdash;&mdash;欢迎你们》

1、节目简况

2、成功秘诀

3、节目构成

2.1.7 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

1) 案例分析&mdash;&mdash;《情报Presenter独家爆料》

1、节目简况

2、成功秘诀

3、节目构成

2) 案例分析&mdash;&mdash;《爽快情报Variety痛快！！》

1、节目简况

2、成功秘诀

3、节目构成

2.1.8 韩国综艺节目案例分析

(1) 案例分析&mdash;&mdash;《家族诞生》

1) 制作风格

2) 节目特点

3) 节目影响

(2) 案例分析&mdash;&mdash;《强心脏》

1) 节目简况

2) 成功秘诀

3) 经验借鉴

(3) 案例分析&mdash;&mdash;韩国组合super junior 《full house》

1) 节目简况

2) 成功秘诀

3) 经验借鉴

(4) 案例分析&mdash;&mdash;《Running man》

1) 节目简况

2) 成功秘诀

3) 经验借鉴

(5) 案例分析&mdash;&mdash;《两天一夜》

1) 节目简况

2) 成功秘诀

3) 经验借鉴

2.2 台湾综艺节目行业发展分析

2.2.1 台湾综艺节目发展历程

2.2.2 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

## 2.2.3 对大陆综艺节目的影响分析

### 2.2.4 台湾综艺节目发展的启示

## 2.3 中国综艺节目行业发展分析

### 2.3.1 中国综艺节目发展历程

(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

### 2.3.2 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

## 2.4 中国综艺节目存在问题及对策分析

### 2.4.1 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

### 2.4.2 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3章：中国综艺节目收视及受众群体分析

### 3.1 中国综艺节目收视分析

#### 3.1.1 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

#### 3.1.2 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

### 3.1.3 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》

### 3.1.4 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

## 3.2 中国综艺节目受众群体分析

### 3.2.1 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

### 3.2.2 同一年龄层受众收视喜好分析

### 3.2.3 综艺节目受众互动分析

## 第4章：全球综艺节目模式创新案例研究与发展趋势

### 4.1 中国综艺节目模式创新案例与发展趋势研究

#### 4.1.1 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
- 4.1.2 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
- 4.2 欧美综艺节目模式创新案例与发展趋势研究
  - 4.2.1 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
  - 4.2.2 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
  - 4.2.3 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
  - 4.2.4 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
- 4.3 日本综艺节目模式创新案例与发展趋势研究
  - 4.3.1 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
  - 4.3.2 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
  - 4.3.3 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
  - 4.3.4 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
- 4.4 韩国综艺节目模式创新案例与发展趋势研究

#### 4.4.1 韩国综艺节目模式创新理念

#### 4.4.2 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5章：中国综艺节目行业热点专题分析

#### 5.1 新媒体融合下综艺节目发展分析

##### 5.1.1 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

##### 5.1.2 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

##### 5.1.3 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

##### 5.1.4 新媒体与综艺节目共赢分析

##### 5.1.5 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

#### 5.2 中国网络自制综艺节目分析

##### 5.2.1 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

##### 5.2.2 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

### 5.3 “限娱令”对综艺节目影响探讨

#### 5.3.1 “限娱令”基本简介

- (1) 基本概况
- (2) 出台理由
- (3) 历年限令

#### 5.3.2 “限娱令”对综艺节目影响分析

- (1) 短期影响
- (2) 长期影响

### 5.4 综艺节目发展策略分析

#### 5.4.1 综艺节目品牌创建瓶颈

#### 5.4.2 综艺节目品牌创建策略

## 第6章：中国综艺节目TOP10分析

### 6.1 《非诚勿扰》深度分析

#### 6.1.1 节目概况

- (1) 节目简介
- (2) 制作团队简介

#### 6.1.2 节目特色分析

- (1) 内容特色
- (2) 形式特色

#### 6.1.3 节目收视率分析

#### 6.1.4 节目受众群体分析

#### 6.1.5 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

#### 6.1.6 节目成功经验借鉴

(1) 精确市场定位

(2) 适时传播策略

## 6.2 《快乐大本营》深度分析

### 6.2.1 节目概况

(1) 节目简介

(2) 制作团队简介

### 6.2.2 节目特色分析

#### 6.2.3 节目收视率分析

#### 6.2.4 节目受众群体分析

#### 6.2.5 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

#### 6.2.6 节目成功经验借鉴

## 6.3 《星光大道》深度分析

### 6.3.1 节目概况

(1) 节目简介

(2) 制作团队简介

### 6.3.2 节目特色分析

#### 6.3.3 节目收视率分析

#### 6.3.4 节目受众群体分析

#### 6.3.5 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

#### 6.3.6 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

## 6.4 《8090》深度分析

## 6.4.1 节目概况

(1) 节目简介

(2) 制作团队简介

## 6.4.2 节目特色分析

### 6.4.3 节目收视率分析

### 6.4.4 节目受众群体分析

### 6.4.5 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

### 6.4.6 节目成功经验借鉴

## 6.5 《鲁豫有约》深度分析

### 6.5.1 节目概况

(1) 节目简介

(2) 制作团队简介

### 6.5.2 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

### 6.5.3 节目收视率分析

### 6.5.4 节目受众群体分析

### 6.5.5 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

### 6.5.6 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

## 6.6 《天天向上》深度分析

### 6.6.1 节目概况

(1) 节目简介

(2) 制作团队简介

#### 6.6.2 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

#### 6.6.3 节目收视率分析

#### 6.6.4 节目受众群体分析

#### 6.6.5 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

#### 6.6.6 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

#### 6.7 《背后的故事》深度分析

##### 6.7.1 节目概况

(1) 节目简介

(2) 制作团队简介

##### 6.7.2 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

##### 6.7.3 节目收视率分析

##### 6.7.4 节目受众群体分析

##### 6.7.5 节目热播原因分析

(1) 节目创意多

(2) 优秀的创作团队

##### 6.7.6 节目成功经验借鉴

#### 6.8 《百变大咖秀》深度分析

##### 6.8.1 节目概况

(1) 节目简介

(2) 制作团队简介

## 6.8.2 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”;

## 6.8.3 节目收视率分析

## 6.8.4 节目受众群体分析

## 6.8.5 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

## 6.8.6 节目成功经验借鉴

## 6.9 《我爱记歌词》深度分析

### 6.9.1 节目概况

(1) 节目简介

(2) 制作团队简介

### 6.9.2 节目特色分析

(1) 比赛方式特别

(2) 参赛门槛低

(3) 持续创新

### 6.9.3 节目收视率分析

### 6.9.4 节目受众群体分析

### 6.9.5 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

### 6.9.6 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

## 6.10 《我们约会吧》深度分析

### 6.10.1 节目概况



- (1) 节目简介
- (2) 制作团队简介
- 6.10.2 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
- 6.10.3 节目收视率分析
- 6.10.4 节目受众群体分析
- 6.10.5 节目热播原因分析
  - (1) 迎合了观众需求
  - (2) 追求真实与温情
- 6.10.6 节目成功经验借鉴

## 第7章：中国综艺节目领先制作机构分析

### 7.1 综艺节目领先企业制作机构经营分析

#### 7.1.1 北京光线传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

#### 7.1.2 中视传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

#### 7.1.3 凤凰卫视控股有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

#### 7.1.4 湖南电广传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

#### 7.1.5 东方风行（北京）传媒文化有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

#### 7.1.6 北京银汉文化传播有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

#### 7.1.7 北京欢乐文化艺术有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

#### 7.1.8 派格太合环球文化传媒投资有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

### 7.2 综艺节目领先电视台制作机构经营分析

#### 7.2.1 中央电视台

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 电视台经营情况分析
- (3) 企业收视分析
- (4) 企业综艺节目制作
- (5) 企业综艺节目资源
- (6) 企业最新发展动向

#### 7.2.2 山东电视台

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业综艺节目制作
- (4) 企业综艺节目资源
- (5) 企业传播影响分析

#### 7.2.3 浙江电视台

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

(3) 企业收视分析

(4) 企业综艺节目制作

(5) 企业综艺节目资源

#### 7.2.4 湖南电视台

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业收视分析

(4) 企业综艺节目制作

#### 7.2.5 安徽电视台

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业综艺节目制作

#### 7.2.6 江苏电视台

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业综艺节目制作

(4) 企业综艺节目资源

#### 7.2.7 湖北电视台

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业综艺节目制作

#### 7.2.8 上海电视台

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业综艺节目制作

(4) 企业综艺节目资源

### 7.3 新媒体综艺节目领先制作机构经营分析

#### 7.3.1 百度在线网络技术（北京）有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 7.3.2 优酷土豆股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

#### 7.3.3 凤凰新媒体

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

#### 7.3.4 酷6网（北京）信息技术有限公司（酷6网）

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

#### 7.3.5 北京暴风科技股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

### 第8章：中国综艺节目行业发展前景与投资分析

#### 8.1 综艺节目行业发展趋势及前景分析

##### 8.1.1 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

##### 8.1.2 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

##### 8.1.3 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

## 8.2 综艺节目行业发展特性与建议

### 8.2.1 综艺节目行业发展壁垒

### 8.2.2 综艺节目行业运营风险

### 8.2.3 综艺节目行业发展建议

## 第9章 电商行业发展分析

### 9.1 电子商务发展分析

#### 9.1.1 电子商务定义及发展模式分析

#### 9.1.2 中国电子商务行业政策现状

#### 9.1.3 2013-2015年中国电子商务行业发展现状

### 9.2 “互联网+”的相关概述

#### 9.2.1 “互联网+”的提出

#### 9.2.2 “互联网+”的内涵

#### 9.2.3 “互联网+”的发展

#### 9.2.4 “互联网+”的评价

#### 9.2.5 “互联网+”的趋势

### 9.3 电商市场现状及建设情况

#### 9.3.1 电商总体开展情况

#### 9.3.2 电商案例分析

#### 9.3.3 电商平台分析（自建和第三方网购平台）

### 9.4 电商行业未来前景及趋势预测

#### 9.4.1 电商市场规模预测分析

#### 9.4.2 电商发展前景分析

## 图表目录：

图表1：中国综艺节目主要类别情况

图表2：综艺节目基本特征简析

图表3：中国电视广告收入地区分布（单位：%）

图表4：综艺节目发行及广告营销模式示意图

图表5：综艺节目制作环节简析

图表6：2010年以来全国电视台数量统计（单位：座）

图表7：2011-2015年中国电视广告收入规模及增长率（单位：亿元，%）

图表8：综艺节目行业主要监管部门及职责

图表9：综艺节目行业主要法律法规及政策

图表10：2011-2015年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表11：2016年中国宏观经济预测（单位：%）

图表12：2011-2015年我国城镇居民人均可支配收入及其变化趋势（单位：元，%）

图表13：2011-2015年我国农村居民人均纯收入及其变化趋势（单位：元，%）

图表14：2015年中国人均消费性支出情况（单位：元，%）

图表15：2015年中国人均消费性支出结构（单位：%）

图表16：欧洲真人秀节目类型

图表17：《业余者大战》成功的关键因素

图表18：日本益智类节目的发展历程表

图表19：节目成功关键因素

图表20：《热血！平成教育学院》节目内容

图表21：节目成功关键因素

图表22：《Nep League》节目内容

图表23：节目成功关键因素

图表24：《Quiz！Present Variety Q大人！！》节目内容

图表25：节目成功关键因素

图表26：《复习之后书呆子的Quiz》节目内容

图表27：节目成功关键因素

图表28：节目成功关键因素

图表29：《新婚夫妇&mdash;&mdash;欢迎你们》的节目构成表

图表30：节目成功关键因素

图表31：《情报Presenter独家爆料》节目构成表

图表32：节目成功关键因素

图表33：《爽快情报Variety痛快！！》节目构成表

图表34：《家族诞生》的特点

图表35：《家族诞生》节目的影响

图表36：《强心脏》节目的成功因素

图表37：《full house》的经验借鉴

图表38：台湾综艺节目发展历程

图表39：台湾综艺节目发展对大陆的启示分析

图表40：2010年以来综艺节目的全年人均收视时长及增幅（历年所有调查城市）（单位：分钟，%）

图表41：2010年以来综艺节目分月收视量比较（历年所有调查城市）（单位：分钟，%）

图表42：2010年以来综艺节目分周天收视量比较（历年所有调查城市）（单位：分钟，%）

图表43：2010年以来综艺节目全天分时段收视量对比（历年所有调查城市）（单位：分钟，%）

图表44：2010年以来各级频道综艺节目收视份额（历年所有调查城市）（单位：%）

图表45：2010年以来各级频道综艺节目收视量对比（历年所有调查城市）（单位：分钟，%）

图表46：各级频道综艺节目收播比重（历年所有调查城市）（单位：%）

图表47：综艺节目收视份额排名前10位的频道（历年所有调查城市）（单位：%）

图表48：各年龄段观众收看各级频道综艺节目总分钟数（所有调查城市）（单位：分钟）

图表49：主要频道综艺节目观众集中度（所有调查城市）（单位：%）

图表50：《直通春晚》每期收视走势图（单位：%）

图表51：《中国好声音》每期收视走势（所有调查城市）（单位：%）

图表52：《非诚勿扰》月度收视走势（所有调查城市）（单位：%）

图表53：浙江卫视《中国梦想秀》第3-4季节目每期收视率走势（历年所有调查城市）（单位：%）

图表54：《欢乐中国行》/《星光大道》不同年龄段收视率（单位：%）

图表55：《快乐大本营》/《天天向上》/《给力星期天》不同年龄段收视率（单位：%）

图表56：《非诚勿扰》/《称心如意》/《老公看你的》/《我们约会吧》/《挑战麦克风》不同年龄段收视率（单位：%）

图表57：《我们约会吧》与《星光大道》观众重叠度（单位：人）

图表58：《快乐大本营》与《星光大道》观众重叠度（单位：人）

图表59：《非诚勿扰》与《星光大道》观众重叠度（单位：人）

图表60：《快乐大本营》与《我们约会吧》观众重叠度（单位：人）

图表61：《非诚勿扰》与《我们约会吧》观众重叠度（单位：人）

图表62：《非诚勿扰》与《快乐大本营》观众重叠度（单位：人）

图表63：综艺节目受众需求调查（单位：%）

图表64：观众收看综艺节目的动机调查（单位：%）

图表65：综艺节目受众互动方式简析

图表66：《天天向上》基本情况表

图表67：《加油！东方天使》基本情况表

图表68：《我爱记歌词》基本情况表

图表69：《挑战麦克风》基本情况表

图表70：《我是大评委》基本情况表

图表71：《咏乐汇》基本情况表

图表72：《证明》基本情况表

图表73：《新婚夫妇大考验》基本情况表

图表74：《别墅之惊》基本情况表

图表75：《逃离蝎子岛》基本情况表

图表76：《穿墙》基本情况表

图表77：《21点扑克游戏》基本情况表

图表78：《蕾切尔&bull;雷》基本情况表

图表79：《畅游欧洲》基本情况表

图表80：《美食扑克》基本情况表

图表81：《地狱厨房》基本情况表

图表82：《前往世界尽头的Q！》基本情况表

图表83：《恋爱巴士》基本情况表

图表84：《东京友好乐园》基本情况表

图表85：《艺能界超常识王决定战》基本情况表

图表86：《最终警告！恐怖的家庭医学》基本情况表

图表87：《生活点子王》基本情况表

图表88：《搭电车赏美景尝遍山珍海味》基本情况表

图表89：《料理东西军》基本情况表

图表90：《爱的围裙》基本情况表

图表91：《两天一夜》基本情况表

图表92：《Star Goden Bell》基本情况表

图表93：《Star King》基本情况表

图表94：《哥哥乐队》基本情况表

图表95：《家族诞生》基本情况表

图表96：《我们结婚了》基本情况表



图表97：《无限挑战》基本情况表

图表98：《至亲笔记》基本情况表

图表99：《幸福株式会社&mdash;&mdash;万元的幸福》基本情况表

图表100：《Challge》基本情况表

图表101：《人体探险队》基本情况表

图表102：2011-2015年中国网民规模与普及率（单位：万人，%）

图表103：2010-2016年中国移动互联网收入规模及预测（单位：亿元，%）

图表104：2010-2016年中国移动互联网市场规模构成占比（单位：%）

图表105：2011-2015年我国手机网民规模及占网民比例（单位：万人，%）

图表106：新媒体的优越性简析

图表107：新媒体的局限性简析

图表108：网络媒体特征简析

图表109：电视媒体与网络媒体在融合过程中存在问题简析

图表110：综艺节目多元化具体内容

图表111：2011-2015年网络视频用户数及使用率（单位：万人，%）

图表112：2010-2016年中国网络视频市场规模及增长率（单位：亿元，%）

图表113：2010-2016年中国网络视频市场份额占比变化情况（单位：%）

图表114：2011-2015年中国网络视频主要厂商综合收入市场份额（单位：%）

图表115：视频网站自制节目综述

图表116：优酷网自制节目汇总

图表117：优酷网综艺节目介绍

图表118：爱奇艺网自制节目汇总

图表119：爱奇艺酷网综艺节目简介

图表120：土豆网自制节目汇总

&hellip;&hellip;略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/5591657RZW.html>