

2022-2028年中国纪录片市 场竞争格局及投资发展建议报告

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

《2022-2028年中国纪录片市场竞争格局及投资发展建议报告》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/wenhuatiyu/N03827C6S4.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

纪录片是以真实生活为创作素材，以真人真事为表现对象，并对其进行艺术的加工与展现的，以展现真实为本质，并用真实引发人们思考的电影或电视艺术形式。纪录片的核心为真实。电影的诞生始于纪录片的创作。1895年法国路易·卢米埃尔拍摄的《工厂的大门》、《火车进站》等实验性的电影，都属于纪录片的性质。中国纪录电影的拍摄始于19世纪末和20世纪初，第一部是1905年的《定军山》。最早的一些镜头，包括清朝末年的社会风貌，历史人物李鸿章等，是由外国摄影师拍摄的。纪录片又可以分为电影纪录片和电视纪录片。

依照美国学者比尔·尼克尔斯的观点，纪录片可以分为如下六种类型：

诗意型纪录片（Poetic Documentary）

诗意纪录片出现于20世纪20年代。代表作为伊文思（Joris Ivens）的《雨》（Rain）。这种类型的纪录片不强调叙事，不注重特定时空的营造，不强调连贯剪辑。它着力于节奏的创造，不同空间的并置，目的在于情绪、情调的传达。

阐释型纪录片（Expository Documentary）

阐述型纪录片也出现于20世纪20年代。中国在1990年代“新纪录运动”（这个概念是否成立或许依然存疑）之前的纪录片多属此类。这种纪录片宣传意图明确，创造者倚重解说词的力量说服观众接受自己的观点。形式上的典型特征是“上帝之声”（voice-of-God）、证据剪辑、全知视点等。

观察型纪录片（Observational Documentary）

观察型纪录片出现于20世纪60年代，其技术基础在于便携式摄影机和磁带摄像机的出现。这种纪录片放弃解说，放弃扮演，纪录片导演成了“墙壁上的苍蝇”（fly on the wall）。近年来中国出现很多这种类型的纪录片，如段锦川的《八廓南街16号》、康健宁的《阴阳》等。这种纪录片长于现实世界的表达，但对于历史题材却难以处理。由于放弃了解说、字幕，影像的表达很容易流于冗长而沉闷。

参与型纪录片（Participatory Documentary）

参与型纪录片出现于20世纪60年代。代表作品是让·鲁什（Jean Rouch）和埃德加·莫林（Edgar Morin）的《夏日纪事》（Chronicle of Summer）。这种类型的纪录片不掩盖导演的在场，相反，刻意强调导演与被拍摄对象的互动。标志着中国纪录片创作迈入新阶段的作品《望长城》即有此特点。

反射型纪录片（Reflexive Documentary）

反射型纪录片出现于20世纪80年代。代表作是《姓越南》（Surname Viet Given Name Nam）

。这种类型的纪录片的显著特征在于对纪录片呈现社会历史过程本身的反思。和其他类型纪录片一样，反射型纪录片重视对现实世界的表达，但更为重要的是，导演在片中同时表达对纪录片创作本身的反思。这种影片往往显得更为抽象，难以理解。对于中国的纪录片创作者和观众来说，这种类型的纪录片还是陌生的。

表述行为型纪录片（Performative Documentary）

表述行为型纪录片把真实的事件进行主观的放大，背离现实主义的风格。强调创作者主观的表述。代表作如马龙里格斯（Marlon Roggs）的《舌头不打结》（Tongues Untied）。这种类型的纪录片往往与先锋电影（avant-garde）很接近。智研数据研究中心发布的《2022-2028年中国纪录片市场竞争格局及投资发展建议报告》共十三章。首先介绍了中国纪录片行业市场发展环境、纪录片整体运行态势等，接着分析了中国纪录片行业市场运行的现状，然后介绍了纪录片市场竞争格局。随后，报告对纪录片做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国纪录片行业发展趋势与投资预测。您若想对纪录片产业有个系统的了解或者想投资中国纪录片行业，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 纪录片行业相关概述

第一节 纪录片行业定义及特点

一、纪录片的定义

二、纪录片行业产品特点

第二节 纪录片行业的分类

第三节 纪录片行业发展成熟度分析

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

三、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 2015-2019年纪录片所属行业总体发展状况

第一节 纪录片行业特性分析

第二节 纪录片产业特征与行业重要性

第三节 2015-2019年纪录片行业发展分析

通常现实生活中，我们的理念和感情、理智和激情都是缠绵纠葛成球的。在电影中，你看见一具死尸，会立马觉得同情，也可能会感叹生命易逝，人生苍茫；但是如果我们在路边看见死尸，你会觉得震惊，甚至是恶心。感情会比人生经历持续时间更长。

三大视频平台纪录片覆盖率均超3成。截至3月10日，2020年视频平台共上线42部纪录片，优爱腾上线数量基本持平。2020年视频平台纪录片上线数量

一、2015-2019年纪录片行业发展态势分析

二、2015-2019年纪录片行业发展特点分析

三、2022-2028年区域产业布局与产业转移

第四节2015-2019年纪录片行业财务能力分析

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

第三章中国纪录片市场发展分析

第一节2015-2019年中国纪录片市场规模分析

第二节2015-2019年中国纪录片区域结构分析

第三节纪录片行业特征

一、纪录片范围正在扩大，多种衍生类型殊途同归

二、三大类型各具特色，协同发展

三、中国纪录片发展历程

第四节国际纪录片发展现状

一、新媒体发展与公共广播价值挖掘为国际纪录片企业发展重点

二、纪录片产业投入规模

第五节中国纪录片产业发展驱动力

一、多方因素共同驱动纪录片行业发展

二、政策驱动：政策造就巨大内容缺口，推动上游制作端快速成熟

三、核心参与者驱动：新媒体平台加大纪录片投入，用户市场价值潜力巨大

四、用户需求驱动：知识需求增加，纪录片认知价值正被挖掘

五、产业服务端驱动：支持平台成熟，全方位促进中国纪录片产业发展

第四章纪录片产业运营状态分析

第一节中国纪录片行业运营模式分析

- 一、盈利模式：模式多样，广告销售仍是主要收入来源
- 二、制作模式：制播分离趋势下，多种制作模式并存
- 三、纪录片商业价值概述
- 四、纪录片商业价值挖掘：多角色入局，扩大纪录片商业空间

第二节细分领域分析

- 一、电视纪录片
- 二、新媒体纪录片
- 三、纪录电影

第三节纪录片产业链：形成电视台为主力，新媒体为重要支撑的产业格局

第四节纪录片品牌价值初步呈现，形成品牌化集群

- 一、“纪实+”为纪录片商业化带来更广阔的发展空间
- 二、“产品+”开拓纪录片更大价值空间

第五节中国纪录片产业化困境与突破

- 一、专业纪录频道收支分离，仍需成熟发展全产业链运作
- 二、纪录电影市场信心不足，观众院线消费习惯仍需培养

第五章中国纪录片所属行业运行现状分析

第一节中国纪录片行业发展状况分析

- 一、中国纪录片行业发展阶段
- 二、中国纪录片行业发展总体概况
- 三、中国纪录片行业发展特点分析
- 四、中国纪录片行业商业模式分析

第二节2015-2019年纪录片行业发展现状

- 一、2015-2019年中国纪录片行业市场规模
- 二、2015-2019年中国纪录片行业发展分析

第三节2015-2019年纪录片市场情况分析

第四节中国纪录片市场供需分析

- 一、2015-2019年中国纪录片行业供给情况
 - 1、中国纪录片行业供给分析
 - 2、重点企业供给及占有份额

二、2015-2019年中国纪录片行业需求情况

1、纪录片行业需求市场

2、纪录片行业客户结构

3、纪录片行业需求的地区差异

三、2015-2019年中国纪录片行业供需平衡分析

第六章纪录片行业竞争力优势分析

第一节纪录片行业竞争力优势分析

一、行业地位分析

二、行业整体竞争力评价

三、行业竞争力评价结果分析

四、竞争优势评价及构建建议

第二节中国纪录片行业竞争力分析

一、中国纪录片行业竞争力剖析

二、中国纪录片企业市场竞争的优势

三、国内纪录片企业竞争能力提升途径

第三节纪录片行业SWOT分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、威胁分析

第七章2022-2028年纪录片行业市场竞争策略分析

第一节行业总体市场竞争状况分析

一、纪录片行业竞争结构分析

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

二、纪录片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、纪录片行业集中度分析

- 1、市场集中度分析
- 2、区域集中度分析
- 3、集中度变化趋势

第二节中国纪录片行业竞争格局综述

一、纪录片行业竞争概况

- 1、中国纪录片行业品牌竞争格局
- 2、纪录片业未来竞争格局和特点
- 3、纪录片市场进入及竞争对手分析

二、纪录片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

第三节纪录片企业竞争策略分析

- 一、提高纪录片企业核心竞争力的对策
- 二、影响纪录片企业核心竞争力的因素及提升途径
- 三、提高纪录片企业竞争力的策略

第八章纪录片行业出品方分析

第一节知了青年

- 一、企业经营概况
- 二、企业出品纪录片分析
- 三、发展战略规划

第二节灿星制作

- 一、企业经营概况
- 二、企业出品纪录片分析
- 三、发展战略规划

第三节日月星光

- 一、企业经营概况

二、企业出品纪录片分析

三、发展战略规划

第四节BBCStudios

一、企业经营概况

二、企业出品纪录片分析

三、发展战略规划

第五节稻来传媒

一、企业经营概况

二、企业出品纪录片分析

三、发展战略规划

第六节云集将来

一、企业经营概况

二、企业出品纪录片分析

三、发展战略规划

第七节旗帜传媒

一、企业经营概况

二、企业出品纪录片分析

三、发展战略规划

第八节无奇不有影视

一、企业经营概况

二、企业出品纪录片分析

三、发展战略规划

第九节蓝象传媒

一、企业经营概况

二、企业出品纪录片分析

三、发展战略规划

第十节哔哩哔哩

一、企业经营概况

二、企业出品纪录片分析

三、发展战略规划

第九章2022-2028年纪录片行业投资前景展望

第一节纪录片行业2022-2028年投资机会分析

一、纪录片投资项目分析

二、可以投资的模式

三、2022-2028年纪录片投资机会

第二节2022-2028年纪录片行业发展预测分析

一、2022-2028年纪录片发展分析

二、2022-2028年纪录片行业技术开发方向

三、总体行业2022-2028年整体规划及预测

第三节未来市场发展趋势

一、产业集中度趋势分析

二、2022-2028年行业发展趋势

- 1.传播方式与运营思路发力，新媒体将成为纪录片第一力量
- 2.依托新媒体策略，“分众”模式为纪录片精准定位用户
- 3.出海作品与国际联合制作内容将继续增加

第十章2022-2028年纪录片行业投资价值评估分析

第一节纪录片行业投资特性分析

一、进入壁垒分析

二、盈利因素分析

三、盈利模式分析

第二节2022-2028年纪录片行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节2022-2028年纪录片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

第四节2022-2028年中国纪录片行业投资收益预测

- 一、预测理论依据
- 二、2022-2028年中国纪录片行业总产值预测
- 三、2022-2028年中国纪录片行业销售收入预测
- 四、2022-2028年中国纪录片行业利润总额预测
- 五、2022-2028年中国纪录片行业总资产预测

第十一章2022-2028年纪录片行业发展趋势及投资风险分析

第一节2015-2019年纪录片存在的问题

第二节2022-2028年发展预测分析

- 一、2022-2028年纪录片发展方向分析
- 二、2022-2028年纪录片行业发展规模预测
- 三、2022-2028年纪录片行业发展趋势预测

第三节2022-2028年纪录片行业投资风险分析

- 一、竞争风险
- 二、市场风险分析
- 三、管理风险分析
- 四、投资风险分析

第十二章2022-2028年纪录片行业投资战略研究

第一节纪录片行业发展战略研究

- 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

第二节对中国纪录片品牌的战略思考

- 一、品牌的重要性
- 二、实施品牌战略的意义
- 三、企业品牌的现状分析
- 四、中国纪录片企业的品牌战略

五、纪录片品牌战略管理的策略

第三节纪录片经营策略分析

一、纪录片市场细分策略

二、纪录片市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、纪录片新产品差异化战略

第四节纪录片行业投资战略研究

一、纪录片行业投资战略

二、2022-2028年纪录片行业投资战略

三、2022-2028年细分行业投资战略

第十三章研究结论及投资建议

第一节纪录片行业研究结论及建议

第二节纪录片子行业研究结论及建议（）

第三节纪录片行业2022-2028年投资建议

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：纪录片行业生命周期

图表：纪录片行业产业链结构

图表：2015-2019年全球纪录片行业市场规模

图表：2015-2019年中国纪录片行业市场规模

图表：2015-2019年纪录片行业重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国纪录片市场占全球份额比较

图表：2015-2019年纪录片行业销售收入

图表：2015-2019年纪录片行业利润总额

图表：2015-2019年纪录片行业资产总计

图表：2015-2019年纪录片行业负债总计

图表：2015-2019年纪录片行业竞争力分析

图表：2015-2019年纪录片市场价格走势

图表：2015-2019年纪录片行业主营业务收入

图表：2015-2019年纪录片行业主营业务成本

图表：2015-2019年纪录片行业销售费用分析

图表：2015-2019年纪录片行业管理费用分析

图表：2015-2019年纪录片行业财务费用分析

图表：2015-2019年纪录片行业销售毛利率分析

图表：2015-2019年纪录片行业销售利润率分析

图表：2015-2019年纪录片行业成本费用利润率分析

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/N03827C6S4.html>