

2020-2025年中国综艺节目行业市场前景预测及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国综艺节目行业市场前景预测及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/484464.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

综艺节目是一种娱乐性的节目形式，随着人们生活水平的不断提高，传统的电视节目无法充分的满足人们的生活需求，由此促进了现代综艺节目的诞生与发展。现代综艺节目的制作流程主要包括前期的创意策划、项目立项、节目筹备、节目制作及播出。一直以来，综艺节目作为电视媒介进行大众传播的重要内容和中坚力，随着数字新媒体的发展，近年来我国电视综艺和网络综艺节目都得到了进步和提高。

我国综艺类型广泛，以主题划分，现代综艺主要分为语言类、音乐类、偶像养成类、亲子互动类、旅行探险类、运动竞技类、明星体验类、推理解谜类、游戏电竞类等等。随着信息化时代的飞速发展，近年来我国综艺市场发展迅速，据统计，2018年中国综艺市场规模约为331亿元，同比2017年增长了21.3%。

2014-2018年中国综艺市场规模情况

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 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) 宏观经济运行状况分析
 - (2) 宏观经济走势预测分析
 - (3) 居民收入增长状况分析
 - (4) 居民文化娱乐消费支出
 - (5) 宏观经济对行业的影响

第二章 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——《舞林争霸》

1、节目简况

2、成功秘诀

5) 案例分析——《会跳舞就来》

1、节目简况

2、成功秘诀

6) 案例分析——《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——《让我们开开玩笑吧》

1、节目简况

2、成功秘诀

2) 案例分析——《业余者大战》

1、节目简况

2、成功秘诀

3) 案例分析——《英国达人》

1、节目简况

2、成功秘诀

4) 案例分析——《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——《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——《Nep League》

1、节目简况

2、成功秘诀

3、节目构成

3) 案例分析——《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——《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——《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——《新婚夫妇——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——《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——《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——《家族诞生》

1) 制作风格

2) 节目特点

3) 节目影响

(2) 案例分析——《强心脏》

1) 节目简况

2) 成功秘诀

3) 经验借鉴

(3) 案例分析——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——《Running man》

1) 节目简况

2) 成功秘诀

3) 经验借鉴

(5) 案例分析——《两天一夜》

1) 节目简况

2) 成功秘诀

3) 经验借鉴

2.2 中国台湾综艺节目行业发展分析

2.2.1 中国台湾综艺节目发展历程

2.2.2 中国台湾综艺节目发展现状调研

(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 中国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

第三章 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状况分析

(2) 综艺节目各周天收视状况分析

(3) 综艺节目收视时段状况分析

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

第四章 全球综艺节目模式创新案例研究与发展趋势预测分析

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预测分析

- (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预测分析

- (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预测分析

- (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预测分析

- (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预测分析

- (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预测分析

- (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预测分析

- (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预测分析

- (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预测分析
 - (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预测分析
 - (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预测分析
 - (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

第五章 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

随着网络技术的发展和普及，观众收看综艺节目的方式逐渐从传统的电视渠道转向新媒体平台，与传统电视综艺节目相比，网络综艺的观看时间相对灵活，且视频网站资源丰富，据统计，2018年中国互联网平台上线综艺总数达437部，同比2017年增加了89部。

2016-2018年中国互联网平台上线综艺数量情况

(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预测分析

(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分析

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

第六章 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 节目热播原因剖析

- (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 节目热播原因剖析

- (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 节目热播原因剖析

- (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 节目热播原因剖析
 - (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 节目热播原因剖析
 - (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 节目热播原因剖析
 - (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 节目热播原因剖析
 - (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 节目热播原因剖析
 - (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 节目热播原因剖析
 - (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 (HJ 327)节目概况
 - (1) 节目简介(HJ 327)
 - (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 节目热播原因剖析

(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

第七章 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) 企业综艺节目制作分析

(3) 企业运营情况分析

(4) 企业组织架构分析

(5) 企业运营模式分析

(6) 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) 企业综艺节目制作分析

(3) 企业运营情况分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

7.1.3 凤凰卫视控股有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业综艺节目制作分析

(3) 企业运营情况分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业发展战略分析

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) 企业运营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

(4) 企业发展战略分析

(5) 企业最新发展动向

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) 企业综艺节目制作分析
- (3) 企业综艺节目资源分析
- (4) 企业经营优劣势分析
- (5) 企业投资兼并与重组动向
- (6) 企业最新发展动向

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) 企业综艺节目制作分析
- (3) 企业发行网络分析
- (4) 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) 企业综艺节目制作分析
- (3) 企业发行网络分析
- (4) 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) 企业综艺节目制作分析
- (3) 企业发行网络分析
- (4) 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) 企业发展规模分析
- (2) 企业综艺节目制作分析
- (3) 企业运营情况分析
- (4) 企业经营优劣势分析

- (5) 企业发展战略分析
- (6) 企业投资兼并与重组动向
- 7.3.2 优酷土豆股份有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业综艺节目制作分析
 - (3) 企业运营情况分析
 - (4) 企业经营优劣势分析
 - (5) 企业投资兼并与重组分析
 - (6) 企业最新发展动向
- 7.3.3 凤凰新媒体
 - (1) 企业发展规模分析
 - (2) 企业综艺节目制作分析
 - (3) 企业运营情况分析
 - (4) 企业经营优劣势分析
 - (5) 企业发展战略分析
 - (6) 企业最新发展动向
- 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) 企业综艺节目制作分析
 - (3) 企业运营情况分析
 - (4) 企业经营状况优劣势分析
 - (5) 企业最新发展动向分析
- 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) 企业综艺节目制作分析
 - (4) 企业经营优劣势分析

第八章 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预测

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(AK LF)
- (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预测
 - (1) 综艺节目发展趋势预测
 - 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预测分析
 - 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预测
 - 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分析
- 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

图表目录：

- 图表 1：中国综艺节目主要类别状况分析
 - 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 6：2019年以来全国电视台数量统计（单位：座）
 - 图表 7：2015-2019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 10：2015-2019年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/484464.html>