

# 2021-2026年中国综艺节目行业发展监测及投资战略 规划研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国综艺节目行业发展监测及投资战略规划研究报告》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/channel/media/669476.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

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 综艺节目相关概述

#### 1.1 综艺节目介绍

##### 1.1.1 综艺节目定义

##### 1.1.2 综艺节目属性

##### 1.1.3 综艺节目模式

##### 1.1.4 综艺节目历史

#### 1.2 综艺节目特征分析

##### 1.2.1 周期性

##### 1.2.2 区域性

##### 1.2.3 娱乐性

##### 1.2.4 受众广泛性

#### 1.3 综艺节目产业链分析

##### 1.3.1 制作环节

##### 1.3.2 运营环节

##### 1.3.3 播映环节

##### 1.3.4 衍生环节

### 第二章 2016-2020年国际综艺节目市场综合分析

#### 2.1 2016-2020年国际综艺节目市场现状

##### 2.1.1 全球综艺市场需求强劲

##### 2.1.2 各地区节目类型多样

##### 2.1.3 市场多元化运营模式

#### 2.2 英国综艺节目市场

##### 2.2.1 制播分离制度建立

##### 2.2.2 市场发展规模分析

##### 2.2.3 综艺节目制作主体

##### 2.2.4 综艺节目优秀案例

#### 2.3 美国综艺节目市场

##### 2.3.1 节目供应渠道

### 2.3.2市场收入结构

### 2.3.3市场发展现状

### 2.3.4市场竞争格局

### 2.3.5节目创收能力

### 2.3.6节目优秀案例

## 2.4韩国综艺节目市场

### 2.4.1综艺节目产业链

### 2.4.2综艺节目制播合一

### 2.4.3综艺节目市场现状

### 2.4.4节目制作费用占比

### 2.4.5节目对外输出规模

### 2.4.6综艺节目优秀案例

## 2.5日本综艺节目市场

### 2.5.1节目发展特征

### 2.5.2市场竞争格局

### 2.5.3市场发展模式

## 第三章 2016-2020年中国综艺节目发展环境分析

### 3.1政策环境

#### 3.1.1行业监管政策

#### 3.1.2三网融合政策

#### 3.1.3制播分离政策

### 3.2经济环境

#### 3.2.1文娱消费支出增加

#### 3.2.2居民人均收入上升

#### 3.2.3现代消费成新动力

### 3.3社会环境

#### 3.3.1主力收视人群属性

#### 3.3.2新生代群体文娱消费

#### 3.3.3互联网付费习惯养成

### 3.4技术环境

#### 3.4.1物联网下文娱消费变主动

#### 3.4.2大数据使文娱营销更精准

#### 3.4.3 VR技术带动娱乐消费升级

## 第四章 2016-2020年中国综艺节目市场综合分析

### 4.1 2016-2020年中国综艺节目市场发展亮点

4.1.1 品牌节目持续创新

4.1.2 播映渠道转型升级

4.1.3 衍生开发强化价值链

4.2 2016-2020年中国综艺节目市场现状

4.2.1 经济效益高

4.2.2 节目种类丰富

4.2.3 新兴节目崛起

4.2.4 室内节目强化

4.2.5 模式原创化

4.3 2016-2020年中国综艺节目收视分析

4.3.1 整体播出与收视状况

4.3.2 综艺节目收视竞争格局

4.3.3 上星频道综艺节目特征

4.3.4 地面频道综艺节目新特征

4.4 2016-2020年中国综艺节目市场竞争分析

4.4.1 一线卫视竞争

4.4.2 节目类别竞争

4.4.3 节目内容竞争

4.4.4 互联网平台竞争

4.4.5 广告产品竞争

4.5 2016-2020年中国综艺节目发展模式

4.5.1 体制内电视台组建企业

4.5.2 网络自制综艺崛起

4.5.3 跨界协作成常态

4.5.4 内容+消费嵌入定制

4.5.5 工作室加盟模式

第五章 2016-2020年中国综艺节目制作环节深度分析

5.1 2016-2020年中国综艺节目制作现状

5.1.1 制作机构数量

5.1.2 制作盈利模式

5.1.3 制作成本结构

5.1.4 制作主体类型

5.2 2016-2020年综艺节目制作环节市场格局

5.2.1 市场竞争主体

5.2.2 市场竞争格局

5.2.3竞争主体优势

5.2.4盈利模式探索

5.2.5市场竞争态势

5.3 2016-2020年影视公司参与综艺节目制作分析

5.3.1市场驱动因素

5.3.2产品制作现状

5.3.3市场参与优势

5.3.4市场发展趋势

5.4 2016-2020年传统媒体人自主创业分析

5.4.1市场发展现状

5.4.2自主创业方向

5.4.3市场发展前景

第六章 2016-2020年中国网络综艺节目发展分析

6.1 2016-2020年中国网络综艺发展驱动因素

6.1.1门槛驱动

6.1.2平台驱动

6.1.3价值驱动

6.2 2016-2020年中国网络综艺发展概述

6.2.1网络综艺的兴起

6.2.2网络综艺价值驱动

6.2.3网络综艺产业链

6.3 2016-2020年中国网络综艺发展现状0

6.3.1市场进入爆发期

6.3.2类型全面覆盖

6.3.3网络播放量升高

6.3.4视频平台加大投入

6.3.5广告投资主体多样

6.4 2016-2020年中国视频网站布局综艺节目内容市场

6.4.1爱奇艺

6.4.2腾讯视频

6.4.3优酷土豆

6.4.4乐视视频

6.4.5芒果TV

6.5 2016-2020年中国网络综艺新格局

6.5.1传统综艺趋向互联网

### 6.5.2传统电视人积极转型

### 6.5.3向产业链上游蔓延

### 6.5.4综艺网络化进程加快

## 6.6 2016-2020年中国网络综艺创新模式探索

### 6.6.1电商+网综

### 6.6.2综艺+游戏

### 6.6.3综艺+电影

## 6.7 2016-2020年中国网络综艺市场投资要点

### 6.7.1内容运营年轻化

### 6.7.2优秀制作团队

### 6.7.3适应社会主流

### 6.7.4大平台支撑

### 6.7.5运营宣传突出

## 6.8 2016-2020年中国网络综艺发展趋势

### 6.8.1模式多元化

### 6.8.2内容多元化

### 6.8.3 IP衍生多元化

### 6.8.4价值输出多元化

## 第七章 2016-2020年中国直播综艺节目市场发展分析

### 7.1 2016-2020年中国直播综艺市场现状

#### 7.1.1市场发展阶段

#### 7.1.2市场发展方式

#### 7.1.3市场发展模式

#### 7.1.4市场应用现状

### 7.2 2016-2020年中国直播综艺市场主体分析

#### 7.2.1网络直播平台

#### 7.2.2网络视频网站

#### 7.2.3传统电视媒体

### 7.3 2016-2020年中国直播综艺市场前景及趋势

#### 7.3.1市场发展前景

#### 7.3.2市场发展趋势

#### 7.3.3市场机遇及挑战

## 第八章 2016-2020年中国综艺节目细分市场全面分析

### 8.1户外真人秀

#### 8.1.1体验和竞技是主流

## 8.1.2 节目收视差异大

## 8.1.3 节目类型多样化

## 8.2 体育类综艺

### 8.2.1 体育综艺产业链

### 8.2.2 体育综艺发展模式

### 8.2.3 体育综艺发展现状

### 8.2.4 市场发展存在的问题

### 8.2.5 体育综艺市场前景

## 8.3 音乐类综艺

### 8.3.1 市场发展特征

### 8.3.2 节目收视状况

### 8.3.3 市场发展规模

### 8.3.4 市场合作平台

### 8.3.5 市场变现价值

### 8.3.6 市场发展前景

## 8.4 喜剧类综艺

### 8.4.1 市场发展模式

### 8.4.2 市场发展现状

### 8.4.3 节目核心动力

### 8.4.4 市场典型案例

## 8.5 美食类综艺

### 8.5.1 市场发展现状

### 8.5.2 节目商业价值

### 8.5.3 市场发展趋势

## 8.6 脱口秀综艺

### 8.6.1 节目发展模式

### 8.6.2 市场发展特征

### 8.6.3 市场发展现状

## 8.7 团体养成类

### 8.7.1 市场发展现状

### 8.7.2 市场发展特征

### 8.7.3 市场发展模式

### 8.7.4 市场发展前景

## 8.8 职业体验类

### 8.8.1 市场发展现状

8.8.2市场观众集中度

8.8.3市场发展模式

8.9情感类综艺

8.9.1节目收视率状况

8.9.2市场发展现状

8.9.3市场排名状况

8.10亲子类综艺

8.10.1市场发展概述

8.10.2行业政策影响

8.10.3转战网播平台

8.11其他类型综艺

8.11.1文化类

8.11.2演说类

8.11.3户外旅游类

8.11.4瘦身真人秀

8.11.5公益传播类

8.11.6健康医学科普类

8.11.7生活常识科益类

第九章 2016-2020年中国综艺节目渠道分析

9.1 2016-2020年卫视综艺节目市场现状

9.1.1节目数量剧增

9.1.2主要播出平台

9.1.3市场竞争格局

9.1.4收视排名状况

9.2 2016-2020年中国卫视综艺节目竞争分析

9.2.1浙江卫视

9.2.2湖南卫视

9.2.3东方卫视

9.2.4江苏卫视

9.2.5北京卫视

9.2.6深圳卫视

9.2.7山东卫视

9.2.8安徽卫视

9.3 2016-2020年中国综艺节目视频网站播放渠道

9.3.1视频市场份额

### 9.3.2 节目的播放量

### 9.3.3 版权引进分析

## 9.4 2016-2020年中国综艺节目互联网电视播放渠道

### 9.4.1 终端厂商格局

### 9.4.2 内容生态布局

### 9.4.3 市场发展趋势

## 第十章 2016-2020年中国综艺节目市场营销分析

### 10.1 2016-2020年中国综艺节目市场营销综述

#### 10.1.1 综艺的营销方式

#### 10.1.2 综艺提升广告收入

#### 10.1.3 综艺营销价值

#### 10.1.4 综艺营销新模式

### 10.2 2016-2020年中国综艺节目广告冠名分析

#### 10.2.1 一线卫视冠名费疯涨

#### 10.2.2 IP系列化助长冠名费

#### 10.2.3 网络综艺渠道价值提升

### 10.3 2016-2020年卫视综艺节目广告植入分析

#### 10.3.1 广告植入特征分析

#### 10.3.2 卫视广告植入竞争

#### 10.3.3 衍生节目植入崛起

### 10.4 2016-2020年中国综艺衍生节目软广告植入分析

#### 10.4.1 热播综艺衍生市场空间

#### 10.4.2 衍生节目广告植入现状

#### 10.4.3 节目广告植入竞争态势

### 10.5 2016-2020年中国综艺节目营销策略分析

#### 10.5.1 价格策略

#### 10.5.2 渠道策略

#### 10.5.3 推广策略

### 10.6 2016-2020年新媒体时代综艺节目营销策略分析

#### 10.6.1 大数据精准营销

#### 10.6.2 互联网化营销

#### 10.6.3 微博口碑营销

## 第十一章 2016-2020年中国综艺节目衍生市场分析

### 11.1 2016-2020年中国综艺节目衍生品市场概述

#### 11.1.1 艺人品牌开发创新

- 11.1.2广告价值深度挖掘
- 11.1.3专业衍生公司崛起
- 11.1.4跨界开发模式创新
- 11.2 2016-2020年中国综艺节目衍生品主要形式
- 11.2.1发行成片版权
- 11.2.2开发衍生节目
- 11.2.3 (HJ 327)开发大电影
- 11.2.4开发手机游戏
- 11.2.5其它衍生开发
- 11.3 2016-2020年中国综艺衍生节目市场分析
- 11.3.1衍生节目开发法则
- 11.3.2衍生节目开发现状
- 11.3.3衍生节目竞争现状
- 11.3.4衍生节目市场作用
- 11.4 2016-2020年中国综艺节目大电影市场开发分析
- 11.4.1综艺电影票房表现
- 11.4.2综艺电影市场现状
- 11.4.3综艺电影市场前景
- 11.5 2016-2020年中国综艺节目手机游戏开发
- 11.5.1综艺手游开发现状
- 11.5.2综艺手游市场排名
- 11.5.3综艺手游市场困境
- 11.5.4综艺手游发展策略
- 第十二章 中国综艺节目市场重点企业分析
- 12.1灿星制作
- 12.1.1企业发展概况
- 12.1.2企业核心竞争力
- 12.1.3企业发展模式
- 12.1.4业务布局状况
- 12.1.5业务发展状况
- 12.1.6企业发展现状
- 12.2华录百纳
- 12.2.1企业发展概况
- 12.2.2业务布局状况
- 12.2.3经营效益分析

#### 12.2.4业务经营分析

#### 12.2.5财务状况分析

#### 12.2.6未来发展展望

### 12.3光线传媒

#### 12.3.1企业发展概况

#### 12.3.2业务布局分析

#### 12.3.3经营效益分析

#### 12.3.4业务经营分析

#### 12.3.5财务状况分析

#### 12.3.6未来发展展望

### 12.4能量传播

#### 12.4.1企业发展概况

#### 12.4.2企业商业模式

#### 12.4.3业务布局状况

#### 12.4.4经营效益分析

#### 12.4.5业务经营分析

#### 12.4.6财务状况分析

#### 12.4.7未来发展展望

### 12.5新文化

#### 12.5.1企业发展概况

#### 12.5.2企业业务布局

#### 12.5.3投资并购状况

#### 12.5.4经营效益分析

#### 12.5.5业务经营分析

#### 12.5.6财务状况分析

#### 12.5.7未来发展展望

### 12.6华策影视

#### 12.6.1企业发展概况

#### 12.6.2综艺节目布局

#### 12.6.3经营效益分析

#### 12.6.4业务经营分析

#### 12.6.5财务状况分析

#### 12.6.6未来发展展望

### 12.7浙富控股

#### 12.7.1企业发展概况

12.7.2业务布局分析

12.7.3经营效益分析

12.7.4业务经营分析

12.7.5财务状况分析

12.7.6未来发展展望

12.8千足文化

12.8.1企业发展概况

12.8.2业务运行状况

12.8.3主要运营栏目

12.9其他企业

12.9.1天娱传媒

12.9.2东方风行

12.9.3欢乐传媒

第十三章 2021-2026年中国综艺节目市场发展前景及趋势分析

13.1 2016-2020年中国文化传媒行业投融资分析

13.1.1行业融资规模（AK LT）

13.1.2行业IPO数量

13.1.3行业并购规模

13.1.4行业投资机会

13.1.5综艺节目投资

13.2 2021-2026年中国综艺节目市场发展前景

13.2.1文娱产业工业化前景

13.2.2虚拟现实新技术应用

13.2.3市场横向整合成预期

13.3 2021-2026年中国综艺节目市场发展趋势

13.3.1类型多元化

13.3.2内容年轻化

13.3.3模式原创化

13.4 2016-2020年电视综艺节目模式探索分析

13.4.1综艺+跨屏互动

13.4.2综艺+直播

13.4.3综艺+VR

13.5 2021-2026年综艺节目市场预测分析

13.5.1中国综艺节目市场发展因素分析

13.5.2中国综艺节目市场规模预测

图表目录：

图表 综艺节目的三种模式

图表 综艺节目发展的五个阶段

图表 综艺节目市场产业链

图表 全球人均电视节目观看时间

图表2021-2026年全球电视节目行业收入预测

图表 全球综艺节目市场制播合一型运营模式

图表 全球综艺节目市场制播分离型运营模式

图表 英国电视制度变迁

图表 英国独立制作公司TOP

图表 《Britain'sGot Talent》收视人数

图表 《Britain'sGot Talent》收视份额

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/media/669476.html>