

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>