

2022-2027年中国综艺节目行业市场全景评估及发展战略规划报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国综艺节目行业市场全景评估及发展战略规划报告》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/768930.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

中国综艺市场的产业链可分为上游包括版权所有人及投资者；中游包括广告主、独立视频内容制作商、电视台、网络视频平台、后期制作公司、营销公司及人才管理公司等；下游包括网络媒体平台及电视频道。中国综艺节目市场的主要参与者包括具有不同背景和能力各异的制作人、广告主及其代理机构、版权所有人、后期制作公司、营销及发行公司以及播放渠道。

我国综艺节目市场规模于2017年达到顶峰后出现波动，2017-2020年由于电视台广告收入下降以及电视综艺节目播出数量下降，电视综艺市场规模出现轻微下降，据统计，2020年我国电视综艺市场规模为374亿元，网络综艺市场规模为173亿元；预计2021年市场规模分别增长至383亿元与180亿元。

2016-2021年我国综艺节目行业市场规模情况

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

2.1.4 欧洲真人秀类节目模式与案例分析

2.1.5 日本益智节目模式与案例分析

2.1.6 日本访谈类节目模式与案例分析

2.1.7 日本国民娱乐爆料类节目模式与案例分析

2.1.8 韩国综艺节目案例分析

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

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

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

2.4.2 提升综艺节目品质的途径

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

中国综艺节目市场的增长吸引了大量能力各异的参与者。中国综艺节目的制作商及运营商可分为三类：第一类为独立的制作商及运营商；第二类为电视台的内部制作商及运营商；第三类为网络视频平台的内部制作商及运营商。

与后两者相比，综艺节目的独立制作商及运营商通常更注重节目的质量，以便后续将源自其节目的IP变现。此外，综艺节目的独立制作商及运营商与另外两类市场参与者之间更像是合作而非竞争关系。前者可将其节目的广播权授权予后两者，或与彼等共同制作节目。在此情况下，不同市场参与者之间的竞争有限。据统计，2020年我国五大独立制作商及运营商的市场份额为5.5%，综艺节目所得收入为人民币31亿元，呈现出高度分散的格局。

2020年我国综艺节目行业竞争格局（单位：%）

- (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
- (3) 地面频道综艺节目创新亮点

3.1.4 综艺节目收视特点分析

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
- 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
- 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
- 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
- 4.2.4 美食类节目模式创新研究与发展趋势预测分析
- 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
- 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
- 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
- 4.3.4 美食类节目模式创新研究与发展趋势预测分析
- 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
- 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
- (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

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

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

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

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

6.5 《鲁豫有约》深度分析

6.6 《天天向上》深度分析

6.7 《背后的故事》深度分析

6.8 《百变大咖秀》深度分析

6.9 《我爱记歌词》深度分析

6.10 《我们约会吧》深度分析

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 LZX）

(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

(2) 综艺节目制作发展趋势预测

(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6：2021年以来全国电视台数量统计（单位：座）

图表7：2017-2021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10：2017-2021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/channel/media/768930.html>