

2018-2024年中国网络娱乐产业市场竞争现状调研 及投资发展趋势研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2024年中国网络娱乐产业市场竞争现状调研及投资发展趋势研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/wanглуomeiti/311762311762.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

1. 网络游

截至2013年6月底,中国网络游戏网民规模约达3.45亿人,较2012年底增长了964万人,半年仅增长了2.9%。网络游戏在网民中的使用率从2012年底的59.5%降至58.5%。

2013第二季度中国网络游戏市场超过200亿元,环比增长8.1%,同比增长26.6%。移动游戏成为2013年行业热点。

2. 网络文学

截至2013年6月底,我国网络文学网民数约为2.48亿人,较2012年底增长了1493万人,半年增长了6.4%。网民网络文学使用率为42.1%,较2012年底增长了0.7个百分点。

3. 网络视频

截至2013年6月底,中国网络视频网民约达3.89亿人,较上年底增加了1678万人,半年增长了4.5%。网民中上网收看视频的比例为65.8%,与2012年底基本持平。

图：2012.12~2013.6中国网络游戏网民数及使用率

图：2011年第一季度至2013年第二季度中国网络游戏市场规模

图：2012.12~2013.6中国网络文学网民数及使用率

图：2012.12~2013.6中国网络视频网民数及使用率 资料来源:公开资料整理

2012年行业整体市场规模达到92.5亿元,比2011年增长47.5%,见图32。2013第二季度中国在线视频市场规模达28.5亿元,同比增长43.2%,环比增长30.7%,见图33。随着在线视频行业的不断整合,主流视频企业的市场份额将得到进一步提升。

图：2009~2016中国在线视频行业市场规模

图：2011年第一季度至2013年第二季度中国在线视频行业季度市场规模

资料来源：观研天下整理

观研天下发布的报告书内容严谨、数据翔实,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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势,洞悉行业竞争格局,规避经营和投资风险,制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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家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 网络娱乐相关概述

1.1 网络娱乐简述

1.1.1 网络娱乐定义

1.1.2 网络娱乐分类

1.1.3 网络娱乐特征

1.2 网络娱乐相关概念

1.2.1 网络视频

1.2.2 网络剧

1.2.3 网络音乐

1.2.4 网络游戏

1.2.5 网络文学

1.2.6 网络直播

第二章 中国网络娱乐行业发展环境PEST分析

2.1 政策环境 (Political)

2.1.1 政策重视文化产业

2.1.2 互联网深度发展受重视

2.1.3 加强网络音乐内容管理

2.1.4 加强网络视频内容监管

2.2 经济环境 (Economic)

2.2.1 国际经济发展形势

2.2.2 中国经济运行现状

2.2.3 经济发展趋势分析

2.3 社会环境 (Socio-cultural)

2.3.1 网络用户规模扩大

2.3.2 新生代消费需求升级

2.3.3 互联网娱乐习惯形成

2.3.4 重视精神文化消费

2.4 技术环境 (Technological)

2.4.1 网络成本的下降

2.4.2 移动设备的普遍化

2.4.3 网络视频技术上升

第三章 2015-2017年中国网络娱乐行业发展全面分析

3.1 中国网络娱乐行业发展总况

3.1.1 行业发展概况

2015-2017年（移动）网络文化娱乐产品用户规模

3.1.2 行业表现形式

3.1.3 行业发展模式

3.2 2015-2017年中国网络娱乐市场运行现状分析

3.2.1 市场规模

3.2.2 优质IP内容

3.2.3 市场消费群体

3.2.4 企业市场布局

3.3 中国网络娱乐行业发展存在的主要问题

3.3.1 盗版现象严重

3.3.2 内容的同质化

3.3.3 运营网站无备案现象

3.3.4 企业运营无序化现象

3.4 中国网络娱乐行业发展对策

3.4.1 重视版权保护

3.4.2 挖掘优质IP

3.4.3 引导行业健康发展

3.4.4 强化娱乐内容审查

第四章 2015-2017年中国网络视频行业发展的深度透析

4.1 中国网络视频行业发展综况

4.1.1 行业发展历程

4.1.2 行业发展特征

4.1.3 网络视频类型

4.1.4 行业发展影响因素

4.2 2015-2017年中国网络视频市场运行分析

4.2.1 市场规模

4.2.2 市场格局

- 4.2.3 用户规模
- 4.2.4 市场动态
- 4.3 中国网络视频产业链结构分析
 - 4.3.1 产业链总述
 - 4.3.2 产业链生态图谱
 - 4.3.3 核心主体分析
 - 4.3.4 上游环节分析
 - 4.3.5 下游环节分析
- 4.4 中国网络视频产业模式分析
 - 4.4.1 内容生产模式
 - 4.4.2 商业传播模式
 - 4.4.3 商业模式
 - 4.4.4 盈利模式
- 4.5 中国网络视频监督状况剖析
 - 4.5.1 网络视频监督概况
 - 4.5.2 网络视频监督的特点
 - 4.5.3 网络视频监督的必要性
 - 4.5.4 网络视频监督的主要方式
- 4.6 中国网络视频行业发展存在的问题
 - 4.6.1 盈利模式不明确
 - 4.6.2 监督技术滞后
 - 4.6.3 产业链存在的问题
 - 4.6.4 行业发展面临的挑战
- 4.7 中国网络视频行业发展对策
 - 4.7.1 开发创意内容
 - 4.7.2 内容整合策略
 - 4.7.3 提升产业链各环节
 - 4.7.4 实施网台联动对策
 - 4.7.5 建设有效保障机制

第五章 2015-2017年中国网络剧行业发展的深度透析

- 5.1 中国网络剧行业发展综况
 - 5.1.1 行业发展历程
 - 5.1.2 行业发展概况
 - 5.1.3 作品特征分析

5.2 2015-2017年中国网络剧市场运行分析

5.2.1 市场规模

5.2.2 重视IP效应

5.2.3 观众覆盖面

5.2.4 盈利模式

5.3 2015-2017年中国网络自制剧市场运行状况分析

5.3.1 兴起背景

5.3.2 市场现状

5.3.3 市场特征

5.3.4 发展优劣势

5.3.5 发展空间

5.4 中国网络自制剧制作模式探究

5.4.1 视频网站独立制作模式

5.4.2 联合草根团队制作模式

5.4.3 联合专业影视公司制作模式

5.5 中国网剧行业发展存在的问题

5.5.1 作品原创性不足

5.5.2 作品质量缺陷

5.5.3 市场处混乱状态

5.5.4 行业监管空白

5.6 中国网剧行业发展对策分析

5.6.1 行业的规范管理

5.6.2 打造品质化作品

5.6.3 创作人才的培养

5.6.4 行业健康发展策略

第六章 2015-2017年中国网络综艺行业发展的深度剖析

6.1 中国网络综艺行业发展总况

6.1.1 行业发展背景

6.1.2 行业发展历程

6.1.3 产业链分析

6.1.4 经典案例解析

6.2 2015-2017年中国网络综艺市场运行状况分析

6.2.1 2017年市场运行回顾

6.2.2 2017年市场运行状况

- 6.2.3 2017年市场运行现状
- 6.2.4 用户群体分析
- 6.2.5 企业市场布局
- 6.3 中国网络综艺行业迅猛发展的原因剖析
 - 6.3.1 门槛驱动
 - 6.3.2 价值驱动
 - 6.3.3 用户驱动
 - 6.3.4 主流平台驱动
 - 6.3.5 平台付费模式驱动
- 6.4 中国网络综艺节目形态特征解析
 - 6.4.1 互动性强
 - 6.4.2 灵活性强
 - 6.4.3 风格倾向活泼
- 6.5 中国网络综艺行业发展存在的问题
 - 6.5.1 优秀人才的缺乏
 - 6.5.2 优质内容供给不足
 - 6.5.3 存在触碰法律红绳风险
- 6.6 中国网络综艺行业发展对策
 - 6.6.1 注重内容创新发展
 - 6.6.2 采用品牌合作策略
 - 6.6.3 培养受众粉丝群体

第七章 2015-2017年中国网络游戏行业发展的深度透析

- 7.1 国外网络游戏管理模式解析
 - 7.1.1 法律法规干预网络游戏
 - 7.1.2 侧重青少年网络游戏监管
 - 7.1.3 建立网络游戏评级制度
 - 7.1.4 国外网络游戏管理模式差异化
 - 7.1.5 外国网络游戏管理方式多元化
 - 7.1.6 国外网络游戏管理的启示
- 7.2 中国网络游戏行业发展总况
 - 7.2.1 行业发展历程
 - 7.2.2 产业链分析
 - 7.2.3 行业技术水平
 - 7.2.4 行业相关政策

7.3 2015-2017年中国网络游戏市场运行状况分析

7.3.1 市场规模

7.3.2 市场特征

7.3.3 市场格局

7.3.4 市场动态

7.4 中国网络游戏企业不同类型辨析

7.4.1 代理运营类企业

7.4.2 自主产权类企业

7.4.3 综合门户类企业

7.5 中国网络游戏行业主要盈利模式

7.5.1 时间模式

7.5.2 道具与增值服务模式

7.5.3 植入广告模式

7.5.4 比较分析

7.6 中国网络游戏行业发展存在问题

7.6.1 侵权事件频发

7.6.2 存在的管理问题

7.6.3 产业规模问题

7.6.4 市场竞争问题

7.7 中国网络游戏行业发展对策

7.7.1 加强版权法律保护

7.7.2 健全行业管理制度

7.7.3 引领产业化发展路径

7.7.4 加大行业人才供给

第八章 2015-2017年中国网络音乐行业发展的深度透析

8.1 中国网络音乐行业发展总况

8.1.1 行业发展历程

8.1.2 产业链分析

8.1.3 行业新兴特征

8.2 2015-2017年中国网络音乐市场运行状况

8.2.1 市场规模

8.2.2 市场格局

8.2.3 商业模式分析

8.2.4 网络音乐版权管理

8.3 中国网络音乐营销策略分析

8.3.1 病毒式营销策略

8.3.2 体验式营销策略

8.3.3 依托新媒体营销策略

8.3.4 O2O立体式营销策略

8.4 中国网络音乐行业发展存在的问题

8.4.1 缺乏行业标准

8.4.2 缺乏盈利模式

8.4.3 融资渠道受限

8.4.4 存在运营问题

8.5 中国网络音乐行业健康发展对策

8.5.1 加强网络音乐版权保护

8.5.2 制定清晰行业标准

8.5.3 产业良性运营发展

8.5.4 行业创新发展策略

第九章 2015-2017年中国网络文字行业发展的深度透析

9.1 中国网络文字行业发展总况

9.1.1 行业发展简史

9.1.2 行业发展特征

9.1.3 内容资源体系

9.1.4 网络文字类型

9.2 2015-2017年中国网络文字市场运行状况分析

9.2.1 市场现状

9.2.2 IP商业化发展

9.2.3 核心企业分析

9.2.4 用户群体分析

9.2.5 盈利模式分析

9.3 中国网络文字商业化发展分析

9.3.1 网络文字商业化意义

9.3.2 网络文字商业化历程

9.3.3 文学网站商业机制

9.3.4 商业化对网络写作的影响

9.4 中国网络文字产业链内容资源整合模式

9.4.1 传统与网络的内容资源整合

- 9.4.2 上游与下游的内容资源整合
- 9.4.3 竞争者之间的内容资源整合
- 9.4.4 与外部产业的内容资源整合
- 9.5 中国网络文字行业发展的主要问题
 - 9.5.1 文学质量问题
 - 9.5.2 知识产权问题
 - 9.5.3 行业发展面临困境
- 9.6 中国网络文字行业发展对策分析
 - 9.6.1 优化内容资源整合
 - 9.6.2 保护版权价值
 - 9.6.3 打击盗版现象

第十章 2015-2017年中国网络直播行业发展的深度透析

- 10.1 中国网络直播行业发展总况
 - 10.1.1 行业发展历程
 - 10.1.2 行业发展形态
 - 10.1.3 行业商业模式
 - 10.1.4 行业发展优势
- 10.2 2015-2017年中国网络直播行业市场运行
 - 10.2.1 市场现状
 - 10.2.2 市场规模
 - 10.2.3 市场动态
 - 10.2.4 企业市场布局
- 10.3 2015-2017年中国网络直播行业消费市场
 - 10.3.1 用户群体分析
 - 10.3.2 用户消费状况
 - 10.3.3 用户消费类型
 - 10.3.4 用户消费方式
- 10.4 2015-2017年中国移动直播行业发展状况
 - 10.4.1 行业整体状况
 - 10.4.2 市场竞争格局
 - 10.4.3 市场直播形式
 - 10.4.4 市场直播内容
- 10.5 网络直播行业发展存在的主要问题
 - 10.5.1 主播准入门槛低

10.5.2 行业收益模式单一

10.5.3 平台违规现象频发

10.5.4 内容的同质化严重

10.5.5 内容监管难度提高

10.6 网络直播行业的发展对策

10.6.1 需细化监管立法

10.6.2 行业良性发展建议

10.6.3 实施针对性监管措施

10.6.4 重视打造核心竞争力

第十一章 2015-2017年中国网络娱乐行业标杆企业运营状况分析

11.1 星辉互动娱乐股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

11.2 湖北盛天网络技术股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

11.3 大连天神娱乐股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

11.4 北京奇艺世纪科技有限公司(爱奇艺)

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(4) 公司优劣势分析

第十二章 中国网络娱乐行业投资分析及发展前景趋势

12.1 中国网络娱乐行业投资分析

12.1.1 网络剧投资状况分析

- 12.1.2 网络综艺投资关注点
- 12.1.3 网络游戏的投资机会
- 12.1.4 网络音乐的投资方向
- 12.1.5 网络直播的投资潜力
- 12.1.6 网络文字衍生市场投资潜力
- 12.2 中国网络娱乐行业未来发展趋势分析
 - 12.2.1 行业整体发展趋势
 - 12.2.2 网络视频发展趋势
 - 12.2.3 网络剧的发展趋势
 - 12.2.4 网络综艺发展趋势
 - 12.2.5 网络音乐未来发展方向
 - 12.2.6 网络游戏发展趋势
 - 12.2.7 网络文字发展趋势
- 12.3 2018-2024年中国网络娱乐行业预测分析
 - 12.3.1 中国网络娱乐行业发展因素分析
 - 12.3.2 2018-2024年中国网络娱乐行业市场规模预测

附录：

附录一：文化部关于进一步加强和改进网络音乐内容管理工作的通知

附录二：网络文化经营单位内容自审管理办法

图表 网络视频分类

图表 2015-2017年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表 2015-2017年全国粮食产量

图表 2015-2017年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表 2015-2017年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）

图表 2015-2017年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）

图表 2015-2017年居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表 2015-2017年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

图表 2015-2017年国内生产总值及其增长速度

图表 2015-2017年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2017年年末人口数及其构成

图表 2015-2017年城镇新增就业人数

图表 2015-2017年全员劳动生产率

图表 2017年居民消费价格月度涨跌幅度

更多图表详见正文 (GYGSLJP)

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wanluomeiti/311762311762.html>