

2018-2024年中国文娱消费产业市场运营规模现状 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年中国文娱消费产业市场运营规模现状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/wanluomeiti/311892311892.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、人均GDP达8000美元，文娱消费成为消费升级的重要组成部分

2016年我国人均GDP突破8000美元，收入增加带来的消费升级刺激了群众对精神文化产品的需求。2016年我国互联网内容产业产值规模突破5600亿元，以互联网内容产业为代表的文化娱乐产业迎来了蓬勃发展。

图：2010-2016年中国人均GDP(美元)图：2014-2016年互联网内容产业产值规模(亿元)

资料来源：观研天下整理

2、新生代消费人群崛起，多元化需求带来新机会

新生代人群的崛起，促生了多元化的消费需求，为内容消费带来新的机会。24岁及以下用户整个移动互联网用户中占比超过30%，新生代网生人群往往追求个性化、互动性强的内容，新的需求带动新的消费内容和消费形式的出现。同时，90后对娱乐类新闻的关注度高达56.10%，远远超过80后人群，表明新生代对文化娱乐消费有更强的需求。

图：分年龄段移动互联网用户占比情况图：80后、90后新闻领域关注度对比

资料来源：观研天下整理

3、内容付费等商业模式的成熟带来新的变现渠道

付费经济逐渐成熟，付费互联网时代为内容变现带来新的渠道。以视频付费和网络文学付费为例，近年来付费用户和付费意愿都有显著提升。2016年我国网络视频付费用户达到3500万人，同比增长59%，保持较高增速。

图：2013-2016年网络视频行业付费用户规模及增长率

资料来源：观研天下整理

截止2016年6月，我国网络文学用户规模突破3亿人，其中手机网络文学用户规模为2.8亿，占比93.3%。超过83%的网络文学用户有付费意愿，其中订阅付费用户比例为45.7%，购买道具、打赏作者的用户比例为37.5%。网络文学付费成快速增长态势，付费方式更加多元创新。

图：我国网络/手机网络文学用户规模(万人)图：我国网络文学用户付费意愿

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 文娱消费行业发展综述

1.1 文娱消费行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业产品/服务分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 文娱消费行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 文娱消费行业在产业链中的地位

1.2.3 文娱消费行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 文娱消费行业生命周期

1.3 最近3-5年中国文娱消费行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 文娱消费行业运行环境（PEST）分析

2.1 文娱消费行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 文娱消费行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 文娱消费行业社会环境分析

2.3.1 文娱消费产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 文娱消费产业发展对社会发展的影响

2.4 文娱消费行业技术环境分析

2.4.1 文娱消费技术分析

2.4.2 文娱消费技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国文娱消费行业运行分析

3.1 我国文娱消费行业发展状况分析

3.1.1 我国文娱消费行业发展阶段

3.1.2 我国文娱消费行业发展总体概况

3.1.3 我国文娱消费行业发展特点分析

3.2 2015-2017年文娱消费行业发展现状

3.2.1 2015-2017年我国文娱消费行业市场规模

3.2.2 2015-2017年我国文娱消费行业发展分析

3.2.3 2015-2017年中国文娱消费企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2015-2017年重点省市市场分析

3.4 文娱消费细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2015-2017年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 文娱消费产品/服务价格分析

3.5.1 2015-2017年文娱消费价格走势

3.5.2 影响文娱消费价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.5.3 2018-2024年文娱消费产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要文娱消费企业价位及价格策略

第四章 我国文娱消费行业整体运行指标分析

4.1 2015-2017年中国文娱消费行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2015-2017年中国文娱消费行业运营情况分析

4.2.1 我国文娱消费行业营收分析

4.2.2 我国文娱消费行业成本分析

4.2.3 我国文娱消费行业利润分析

4.3 2015-2017年中国文娱消费行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国文娱消费行业供需形势分析

5.1 文娱消费行业供给分析

5.1.1 2015-2017年文娱消费行业供给分析

5.1.2 2018-2024年文娱消费行业供给变化趋势

5.1.3 文娱消费行业区域供给分析

5.2 2015-2017年我国文娱消费行业需求情况

5.2.1 文娱消费行业需求市场

5.2.2 文娱消费行业客户结构

5.2.3 文娱消费行业需求的差异

5.3 文娱消费市场应用及需求预测

5.3.1 文娱消费应用市场总体需求分析

(1) 文娱消费应用市场需求特征

(2) 文娱消费应用市场需求总规模

5.3.2 2018-2024年文娱消费行业领域需求量预测

- (1) 2018-2024年文娱消费行业领域需求产品/服务功能预测
 - (2) 2018-2024年文娱消费行业领域需求产品/服务市场格局预测
- 5.3.3 重点行业文娱消费产品/服务需求分析预测

第六章 文娱消费行业产业结构分析

6.1 文娱消费产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国文娱消费行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 文娱消费产业结构调整方向分析

6.3.

第七章 我国文娱消费行业产业链分析

7.1 文娱消费行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 文娱消费上游行业分析

7.2.1 文娱消费产品成本构成

7.2.2 2015-2017年上游行业发展现状

7.2.3 2018-2024年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对文娱消费行业的影响

7.3 文娱消费下游行业分析

7.3.1 文娱消费下游行业分布

7.3.2 2015-2017年下游行业发展现状

7.3.3 2018-2024年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对文娱消费行业的影响

第八章 我国文娱消费行业渠道分析及策略

8.1 文娱消费行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对文娱消费行业的影响

8.1.3 主要文娱消费企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 文娱消费行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 文娱消费行业营销策略分析

8.3.1 中国文娱消费营销概况

8.3.2 文娱消费营销策略探讨

8.3.3 文娱消费营销发展趋势

第九章 我国文娱消费行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 文娱消费行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 文娱消费行业企业间竞争格局分析

9.1.3 文娱消费行业集中度分析

9.1.4 文娱消费行业SWOT分析

9.2 中国文娱消费行业竞争格局综述

9.2.1 文娱消费行业竞争概况

(1) 中国文娱消费行业竞争格局

(2) 文娱消费行业未来竞争格局和特点

(3) 文娱消费市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国文娱消费行业竞争力分析

(1) 我国文娱消费行业竞争力剖析

- (2) 我国文娱消费企业市场竞争的优势
- (3) 国内文娱消费企业竞争能力提升途径

9.2.3 文娱消费市场竞争策略分析

第十章 文娱消费行业领先企业经营形势分析

10.1 万达文化

- (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

10.2 中视传媒

- (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

10.3 宋城演艺

- (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

10.4 美亚娱乐

- (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

第十一章 2018-2024年文娱消费行业投资前景

11.1 2018-2024年文娱消费市场发展前景

- 11.1.1 2018-2024年文娱消费市场发展潜力
- 11.1.2 2018-2024年文娱消费市场发展前景展望
- 11.1.3 2018-2024年文娱消费细分行业发展前景分析

11.2 2018-2024年文娱消费市场发展趋势预测

- 11.2.1 2018-2024年文娱消费行业发展趋势
- 11.2.2 2018-2024年文娱消费市场规模预测
- 11.2.3 2018-2024年文娱消费行业应用趋势预测

- 11.2.4 2018-2024年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2018-2024年中国文娱消费行业供需预测
 - 11.3.1 2018-2024年中国文娱消费行业供给预测
 - 11.3.2 2018-2024年中国文娱消费行业需求预测
 - 11.3.3 2018-2024年中国文娱消费供需平衡预测
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
 - 11.4.1 市场整合成长趋势
 - 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势
 - 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
 - 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2018-2024年文娱消费行业投资机会与风险

- 12.1 文娱消费行业投融资情况
 - 12.1.1 行业资金渠道分析
 - 12.1.2 固定资产投资分析
 - 12.1.3 兼并重组情况分析
- 12.2 2018-2024年文娱消费行业投资机会
 - 12.2.1 产业链投资机会
 - 12.2.2 细分市场投资机会
 - 12.2.3 重点区域投资机会
- 12.3 2018-2024年文娱消费行业投资风险及防范
 - 12.3.1 政策风险及防范
 - 12.3.2 技术风险及防范
 - 12.3.3 供求风险及防范
 - 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
 - 12.3.5 关联产业风险及防范
 - 12.3.6 产品结构风险及防范
 - 12.3.7 其他风险及防范

第十三章 文娱消费行业投资战略研究

- 13.1 文娱消费行业发展战略研究
 - 13.1.1 战略综合规划
 - 13.1.2 技术开发战略
 - 13.1.3 业务组合战略

- 13.1.4 区域战略规划
- 13.1.5 产业战略规划
- 13.1.6 营销品牌战略
- 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国文娱消费品牌的战略思考
 - 13.2.1 文娱消费品牌的重要性
 - 13.2.2 文娱消费实施品牌战略的意义
 - 13.2.3 文娱消费企业品牌的现状分析
 - 13.2.4 我国文娱消费企业的品牌战略
 - 13.2.5 文娱消费品牌战略管理的策略
- 13.3 文娱消费经营策略分析
 - 13.3.1 文娱消费市场细分策略
 - 13.3.2 文娱消费市场创新策略
 - 13.3.3 品牌定位与品类规划
 - 13.3.4 文娱消费新产品差异化战略
- 13.4 文娱消费行业投资战略研究
 - 13.4.1 2017年文娱消费行业投资战略
 - 13.4.2 2018-2024年文娱消费行业投资战略
 - 13.4.3 2018-2024年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议

- 14.1 文娱消费行业研究结论
- 14.2 文娱消费行业投资价值评估
- 14.3 文娱消费行业投资建议
 - 14.3.1 行业发展策略建议
 - 14.3.2 行业投资方向建议
 - 14.3.3 行业投资方式建议

图表1：文娱消费行业生命周期

图表2：文娱消费行业产业链结构

图表3：2015-2017年全球文娱消费行业市场规模

图表4：2015-2017年中国文娱消费行业市场规模

图表5：2015-2017年文娱消费行业重要数据指标比较

图表6：2015-2017年中国文娱消费市场占全球份额比较

图表7：2015-2017年文娱消费行业工业总产值

图表8：2015-2017年文娱消费行业销售收入

图表9：2015-2017年文娱消费行业利润总额

图表10：2015-2017年文娱消费行业资产总计

图表11：2015-2017年文娱消费行业负债总计

图表12：2015-2017年文娱消费行业竞争力分析

图表13：2015-2017年文娱消费市场价格走势

图表14：2015-2017年文娱消费行业主营业务收入

图表15：2015-2017年文娱消费行业主营业务成本

图表16：2015-2017年文娱消费行业销售费用分析

图表17：2015-2017年文娱消费行业管理费用分析

图表18：2015-2017年文娱消费行业财务费用分析

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/wangluomeiti/311892311892.html>