

2017-2022年中国网络娱乐市场竞争调研及十三五 投资策略研究报告

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《2017-2022年中国网络娱乐市场竞争调研及十三五投资策略研究报告》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/hulianwang/274814274814.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

现代娱乐可被看作是一种通过表现喜怒哀乐或自己和他人的技巧而使与受者喜悦、放松，并带有一定启发性的活动。很显然，这种定义是广泛的，它包含了悲喜剧、各种比赛和游戏、音乐舞蹈表演和欣赏等等。

在美国，对娱乐的强调被认为是对“美好生活”追求的体现。Mendelsohn的研究表明，现代美国超越所有阶层的一个价值观就是对“美好生活”的向往——无忧无虑。不为需求和劳动所困的生活，这种生活的特点就是有足够的金钱和时间。我们可以把大众娱乐看成美好生活的一个组成部分，而不是劳动或其他困境的避风港。因为在困境中，人们寻求的往往是精神（如宗教）的支助，而非娱乐。著名社会学家Gans也持同样的看法，他对波士顿贫穷社区的研究表明，大部分人都不认为利用大众娱乐的目的是为逃避，而是对他们向往人生的一种追求。不可否认，大众娱乐和烟酒、暴力、性一样有“遁世”的功能。尽管如此，社会学家Veblen提出的模仿理论（Emulation）也认为，经济贫匮阶层的目标往往不止于物质富裕。他们都仰望有闲阶层的休闲生活，以他们多姿多彩的生活作为模仿对象，大众媒介则将以前只属于皇家贵族的娱乐搬上了大众舞台，娱乐从此被移植到社会的范畴。人们再不用雇佣宫廷乐手，不再为掏不出歌剧票的费用而烦恼。电视将体育比赛、歌舞戏剧悉数展现，现代科技使不同经济阶层的人们享受同等的娱乐。这种社会秩序的主要贡献是将社会各界的生活方式拉近了，这种距离的缩短使以经济作为阶层分界线的社会逐步过渡到以地位为分界线的社会。

大众娱乐的另一个社会功能是群体之间的分享更加频繁和紧密，这体现在观看、讨论和评议电视剧主人公的遭遇和命运、球赛的成败、歌唱比赛选手的表现等等。大众娱乐无疑为社会关系的创造和维持提供了润滑剂。在大多数情况下，因为大众娱乐和观众本身的现实生活没有利害关系，所以娱乐的话题使人与人之间的交流显得容易。

随着高新科技在社会生活各个方面的广泛应用，“第四次浪潮”强有力地冲击着全世界。似乎在一夜之间，网络世界已然形成。在这个世界里，地球各个角落的几千万人终日在其中漫游，他们不受任何控制地利用电子邮件、可视电话进行笔谈、通话，进行不间断的信息交流。各种信息以前所未有的速度在全世界传播，人们可以快速、方便地在国家之间、地区之间来回穿梭，地球越来越小，成了一个联系紧密的地球村。在现代社会，国际性的文化交流日益广泛，各国文化相互渗透，人们思想开放，乐于接受有别于自身传统的生活方式和价值观念。世界著名的预测专家、未来学家、美国的李斯比特和阿伯迪妮在《大趋势》中预测，下个世纪将出现生活方式全球化的趋向，人们将用越来越相似的方式进行日常生活和娱乐活动。因此每当一种好的娱乐方式被创造出来，即使是具有浓郁民族风格的娱乐方式，只要人们认为它是有益于身心健康的，是美的、有乐趣的，就会以极快的方式向境内外传播，风靡全世界，使旅游者在异地他乡也可以很容易地发现自己所习惯的那些娱乐活动。这就是娱乐活动的国际性。

中国报告网发布的《2017-2022年中国网络娱乐市场竞争调研及十三五投资策略研究报告》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。

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 2014-2016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

3.1.2 行业表现形式

3.1.3 行业发展模式

3.2 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国网络综艺市场运行状况分析

6.2.1 2014年市场运行回顾

6.2.2 2015年市场运行状况

6.2.3 2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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zi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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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

11.1.1 企业发展概况

11.1.2 经营效益分析

11.1.3 业务经营分析

11.1.4 财务状况分析

11.1.5 未来前景展望

11.2 湖北盛天网络技术股份有限公司

11.2.1 企业发展概况

11.2.2 企业运营状况

11.2.3 经营效益分析

11.2.4 业务经营分析

11.2.5 财务状况分析

11.2.6 未来前景展望

11.3 大连天神娱乐股份有限公司

11.3.1 企业发展概况

11.3.2 经营效益分析

11.3.3 业务经营分析

11.3.4 财务状况分析

11.3.5 未来前景展望

11.4 北京奇艺世纪科技有限公司（爱奇艺）

11.4.1 企业发展概况

11.4.2 企业发展战略

11.4.3 企业业务动态

11.4.4 未来前景展望

11.5 盛大文学有限公司

11.5.1 企业发展概况

11.5.2 企业合并事件

11.5.3 企业战略合作

11.5.4 企业运营状况

11.6 广州华多网络科技有限公司（虎牙直播）

11.6.1 企业发展概况

11.6.2 直播监控举措

11.6.3 音乐类直播业务

11.6.4 企业业务动态

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 2017-2022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 2017-2022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

图表目录

图表 网络视频分类

图表 2014-2016年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表 2014-2016年全国粮食产量

图表 2014-2016年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表 2014-2016年固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比）

图表 2014-2016年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）

图表 2014-2016年居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表 2014-2016年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

图表 2014-2016年国内生产总值及其增长速度

图表 2014-2016年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2016年人口数及其构成

图表 2014-2016年城镇新增就业人数

图表 2014-2016年全员劳动生产率

图表 2015年居民消费价格月度涨跌幅度

图表 2015年居民消费价格比上2014年涨跌幅度

图表 2015年新建商品住宅月同比价格上涨、持平、下降城市个数变化情况
(GYZX)

图表详见正文.....

特别说明：中国报告网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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/274814274814.html>