

2021年中国电视综艺市场分析报告- 市场竞争现状与发展前景评估

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《2021年中国电视综艺市场分析报告-市场竞争现状与发展前景评估》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/yingshidongman/536933536933.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

电视综艺是首次播放渠道为电视台的综艺节目。根据形式划分，电视综艺可分为竞技类、选秀类、表演类、访谈类、演讲类等。根据内容划分，电视综艺可分为音乐类、舞蹈类、饮食类、科技类、旅行类等。

电视综艺分类

分类依据

分类

根据形式划分

竞技类、选秀类、表演类、访谈类、演讲类等

根据内容划分

电视综艺可分为音乐类、舞蹈类、饮食类、科技类、旅行类等数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2018年，我国电视综艺行业市场规模为235.8亿元，较上年同比增长9.1%；2019年，我国电视综艺行业市场规模为**亿元，较上年同比增长**%。

2015-2019年我国电视综艺行业市场规模及增速 数据来源：公开资料整理

一、优势分析 （1）电视综艺类型丰富化：电视综艺节奏由快综艺向慢综艺转变，内容从“有意思”向“有意义”转变，题材进一步丰富化，为电视观众提供多种选择。

电视综艺模式转变

模式

嘉宾主体

形式

综艺节目举例

单一娱乐模式

明星

选秀、游戏竞技、生活和访谈类

《超级女声》、《奔跑吧，兄弟》、《鲁豫有约》等

多元文化模式

明星、素人、某领域专家

文化竞技、文物展示、语言类

《诗词大会》、《国家宝藏》、《我是演说家》等数据来源：公开资料整理

（2）IP衍生：我国的电视综艺制造商以广告收入为主，在电视综艺行业竞争激烈、新观众开发困难和网综分流的背景下，电视综艺制造商不得不寻找新的发展道路，以保持竞争力。IP在留存观众方面发挥的优势和多产业融合的经济发展趋势，为电视综艺制造商创新发展模式带来契机，对IP进行商业价值深度挖掘，开发衍生品，及时变现成为电视综艺制造商的新出路。

电视综艺IP商业开发模式

数据来源：公开资料整理

(3) 国产原创综艺兴起：在国家加强版权引入的控制和居民精神需求日益增长的背景下，为了突破内容同质化的重围，我国电视综艺制造商加大对原创节目的研发投入，利用精准的用户定位在多个垂直细分领域发力，创造出一批各具特色的中国原创综艺节目，如《国家宝藏》、《朗读者》、《声临其境》、《跨界歌王》等。现阶段，我国原创电视综艺热度不断积累，已引发国外综艺制造商的关注。2018年，由浙江卫视、优酷、天猫联合推出的青春篮球竞技原创节目《这！就是灌篮》的模式版权被福克斯传媒集团(Fox Network Group)正式买入；灿星文化制作的《中国好歌曲》综艺版权已出售到越南。国产原创综艺成功“出海”将推动行业进一步发展。

二、劣势分析

(1) 创新不足：我国电视综艺行业尚未发展成熟，出于节约研发资源和快速满足市场需求的两大目的，各大电视平台集体掀起模仿国外热门综艺的热潮。国外综艺“中国版”短期内形成了多个爆品，引发中国电视综艺陷入加速引进国外版权、盲目跟风模仿的恶性循环。同时，各大卫视互相抄袭“进口”的热门电视综艺模式，导致节目内容同质化严重，行业陷入恶性竞争，不利于满足多元化的观众需求。

(2) 过度明星化：真人秀综艺节目在我国兴起后，明星在树立综艺品牌、增强观众认可度和提高收视率等方面发挥了重要的作用，“粉丝”效益形成，明星价值得到不断的应用和开发。为了快速博取观众关注，各大卫视纷纷出高价抢夺热门明星，而综艺节目热门的明星嘉宾一季片酬高达几千万，请明星当电视综艺嘉宾的费用甚至超过节目总成本的50%以上，明星嘉宾聘请费用过高在一定程度上将导致综艺制作费用紧张，电视综艺质量受到较大影响。

我国电视综艺行业劣势分析

数据来源：公开资料整理

三、机遇分析

(1) 政策推动行业有序健康发展：我国政府发布一系列政策鼓励和引导电视综艺行业健康、有序发展。

如2016年6月，国家新闻出版广电总局在《关于大力推动广播电视节目自主创新工作的通知》中要求不断研发生产拥有自主知识产权的优质节目，增强知识产权意识，管好节目流向，遵守法律规定和市场规则，防止抄袭模仿、侵权盗版。每个电视上星综合频道每年新播出的引进境外版权模式节目不得超过1档，第一年不得在19：30—22：30之间播出。

2018年1月，国家新闻出版广电总局在《进一步加强广播电视节目备案管理和违规处理的通知》中提出切实强化重点节目备案管理，严肃违规节目处理处罚，健全相关配套制度，建立问题节目公开批评制度和加强属地管理和审查监看。

我国电视综艺行业相关政策

日期

政策名称

制定部门

主要内容

2018.11

《关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》

国家新闻出版广电总局

提出以下发展目标： 创作内容：严格控制偶像养成类节目，减少影视明星参与的娱乐游戏、真人秀、歌唱类选拔等节目播出量，坚决遏制追星炒星、泛娱乐化等不良倾向。 嘉宾片酬：鼓励以优质内容取胜，不断创新节目形式，严格控制嘉宾片酬。每个节目全部嘉宾总片酬不得超过节目总成本的40%，主要嘉宾片酬不得超过嘉宾总片酬的70%。 收视率：加强收视率（点击率）调查数据使用管理，坚决打击收视率（点击率）造假行为。严禁任何机构和个人干扰、造假收视率（点击率）数据。对从事、参与收视率（点击率）造假等违法违规行为的机构和人员坚决予以惩戒

2018.01

《进一步加强广播电视节目备案管理和违规处理的通知》

国家新闻出版广电总局

提出切实强化重点节目备案管理，严肃违规节目处理处罚，健全相关配套制度，建立问题节目公开批评制度和加强属地管理和审查监看

2017.09

《新闻出版广播影视“十三五”发展规划》

国家新闻出版广电总局

提出加强意识形态及文化信息安全保障能力建设的主要目标：坚持日常监管与坚决遏制过度娱乐化和低俗倾向；加强综艺娱乐类节目管理和宏观调控

2016.06

《关于大力推动广播电视节目自主创新工作的通知》

国家新闻出版广电总局

要求不断研发生产拥有自主知识产权的优质节目，增强知识产权意识，管好节目流向，遵守法律规定和市场规则，防止抄袭模仿、侵权盗版。每个电视上星综合频道每年新播出的引进境外版权模式节目不得超过1档，第一年不得在19：30—22：30之间播出数据来源：公开资料整理

（2）居民精神消费需求增加：近年来，我国人均可支配收入不断增多，居民开始追求更高层次的精神文化产物，对文化产业的需求持续增加。电视综艺作为文化艺术传播的重要媒介，凭着丰富多彩的节目形式和较低的观看门槛，获得居民的青睐。

根据数据显示，我国居民人均教育文化娱乐支出占比由2014年的10.6%上升至2019年的11.7%。

2014-2019年我国居民人均教育文化娱乐支出占比 数据来源：公开资料整理

(3) 技术迭代创新助力行业发展：拍摄技术和后期制作等综艺制作技术的创新为电视综艺内容创新、观影体验优化赋能。从拍摄技术来看，电视综艺制作通过将智能眼镜第一视角航拍，无人机航拍，VR拍摄，水中摄影等黑科技注入综艺拍摄中，突破时空限制，完成以往人工拍摄难度大、成本高甚至是无法完成的拍摄工作，因此电视综艺节目的题材得以创新。从后期制作技术来看，近年来，中国电视综艺商后期制作引进了日韩综艺花字技术，成功运用在《爸爸回来了》、《奔跑吧兄弟》和《极限挑战》等多个电视综艺制作中，大大降低观众对综艺信息的理解难度，增加与观众的共鸣点，从而增强观众对电视综艺节目的忠诚度。

四、 威胁分析

网络综艺威胁：网络综艺对电视综艺造成的影响主要体现在分流和资本热度下降两个方面。

(1) 网综分流：在平板电脑和移动终端渗透率提高的背景下，网络综艺凭着拥有网络视频题材更广泛、目标群体更细分、互动性更强、观看时间和空间不受限制等优势，快速获得一大部分年轻观众的青睐，将其从电视端的关注转移至网络端，在一定程度上导致电视综艺的下游市场萎缩。

(2) 资本热度下降：部分网络综艺单期具有上千万的播放量，加之头部视频网站具有较强的流量变现能力，让广告商看到网络综艺市场的巨大潜力，纷纷投资网络综艺，以从中获利。广告商的对电视综艺投资的热度随之下降，在一定程度上影响电视综艺市场扩张。

网络综艺发展对电视综艺造成的不良影响

数据来源：公开资料整理（zlj）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国电视综艺市场分析报告-市场竞争现状与发展前景评估》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国电视综艺行业发展概述

第一节 电视综艺行业发展情况概述

- 一、电视综艺行业相关定义
- 二、电视综艺行业基本情况介绍
- 三、电视综艺行业发展特点分析
- 四、电视综艺行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、电视综艺行业需求主体分析

第二节 中国电视综艺行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、电视综艺行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国电视综艺行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国电视综艺行业生命周期分析

- 一、电视综艺行业生命周期理论概述
- 二、电视综艺行业所属的生命周期分析

第四节 电视综艺行业经济指标分析

- 一、电视综艺行业的赢利性分析
- 二、电视综艺行业的经济周期分析
- 三、电视综艺行业附加值的提升空间分析

第五节 中国电视综艺行业进入壁垒分析

- 一、电视综艺行业资金壁垒分析

二、电视综艺行业技术壁垒分析

三、电视综艺行业人才壁垒分析

四、电视综艺行业品牌壁垒分析

五、电视综艺行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球电视综艺行业市场发展现状分析

第一节 全球电视综艺行业发展历程回顾

第二节 全球电视综艺行业市场区域分布情况

第三节 亚洲电视综艺行业地区市场分析

一、亚洲电视综艺行业市场现状分析

二、亚洲电视综艺行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲电视综艺行业市场前景分析

第四节 北美电视综艺行业地区市场分析

一、北美电视综艺行业市场现状分析

二、北美电视综艺行业市场规模与市场需求分析

三、北美电视综艺行业市场前景分析

第五节 欧洲电视综艺行业地区市场分析

一、欧洲电视综艺行业市场现状分析

二、欧洲电视综艺行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲电视综艺行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界电视综艺行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球电视综艺行业市场规模预测

第三章 中国电视综艺产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品电视综艺总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国电视综艺行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国电视综艺产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国电视综艺行业运行情况

第一节 中国电视综艺行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国电视综艺行业市场规模分析

第三节 中国电视综艺行业供应情况分析

第四节 中国电视综艺行业需求情况分析

第五节 我国电视综艺行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国电视综艺行业供需平衡分析

第七节 中国电视综艺行业发展趋势分析

第五章 中国电视综艺所属行业运行数据监测

第一节 中国电视综艺所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国电视综艺所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国电视综艺所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国电视综艺市场格局分析

第一节 中国电视综艺行业竞争现状分析

- 一、中国电视综艺行业竞争情况分析
- 二、中国电视综艺行业主要品牌分析
- 第二节 中国电视综艺行业集中度分析
 - 一、中国电视综艺行业市场集中度影响因素分析
 - 二、中国电视综艺行业市场集中度分析
- 第三节 中国电视综艺行业存在的问题
- 第四节 中国电视综艺行业解决问题的策略分析
- 第五节 中国电视综艺行业钻石模型分析
 - 一、生产要素
 - 二、需求条件
 - 三、支援与相关产业
 - 四、企业战略、结构与竞争状态
 - 五、政府的作用
- 第七章 2017-2020年中国电视综艺行业需求特点与动态分析
 - 第一节 中国电视综艺行业消费市场动态情况
 - 第二节 中国电视综艺行业消费市场特点分析
 - 一、需求偏好
 - 二、价格偏好
 - 三、品牌偏好
 - 四、其他偏好
 - 第三节 电视综艺行业成本结构分析
 - 第四节 电视综艺行业价格影响因素分析
 - 一、供需因素
 - 二、成本因素
 - 三、渠道因素
 - 四、其他因素
 - 第五节 中国电视综艺行业价格现状分析
 - 第六节 中国电视综艺行业平均价格走势预测
 - 一、中国电视综艺行业价格影响因素
 - 二、中国电视综艺行业平均价格走势预测
 - 三、中国电视综艺行业平均价格增速预测
- 第八章 2017-2020年中国电视综艺行业区域市场现状分析
 - 第一节 中国电视综艺行业区域市场规模分布
 - 第二节 中国华东地区电视综艺市场分析
 - 一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区电视综艺市场规模分析

四、华东地区电视综艺市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区电视综艺市场规模分析

四、华中地区电视综艺市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区电视综艺市场规模分析

四、华南地区电视综艺市场规模预测

第九章 2017-2020年中国电视综艺行业竞争情况

第一节 中国电视综艺行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国电视综艺行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国电视综艺行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 电视综艺行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国电视综艺行业发展前景分析与预测

第一节 中国电视综艺行业未来发展前景分析

一、电视综艺行业国内投资环境分析

二、中国电视综艺行业市场机会分析

三、中国电视综艺行业投资增速预测

第二节 中国电视综艺行业未来发展趋势预测

第三节 中国电视综艺行业市场发展预测

一、中国电视综艺行业市场规模预测

二、中国电视综艺行业市场规模增速预测

三、中国电视综艺行业产值规模预测

四、中国电视综艺行业产值增速预测

五、中国电视综艺行业供需情况预测

第四节 中国电视综艺行业盈利走势预测

一、中国电视综艺行业毛利润同比增速预测

二、中国电视综艺行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国电视综艺行业投资风险与营销分析

第一节 电视综艺行业投资风险分析

一、电视综艺行业政策风险分析

二、电视综艺行业技术风险分析

三、电视综艺行业竞争风险分析

四、电视综艺行业其他风险分析

第二节 电视综艺行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国电视综艺行业发展战略及规划建议

第一节 中国电视综艺行业品牌战略分析

一、电视综艺企业品牌的重要性

二、电视综艺企业实施品牌战略的意义

三、电视综艺企业品牌的现状分析

四、电视综艺企业的品牌战略

五、电视综艺品牌战略管理的策略

第二节 中国电视综艺行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国电视综艺行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 电视综艺行业竞争力提升策略

- 一、电视综艺行业产品差异性策略
- 二、电视综艺行业个性化服务策略
- 三、电视综艺行业的促销宣传策略
- 四、电视综艺行业信息智能化策略
- 五、电视综艺行业品牌化建设策略
- 六、电视综艺行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国电视综艺行业发展策略及投资建议

第一节 中国电视综艺行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国电视综艺行业营销渠道策略

- 一、电视综艺行业渠道选择策略
- 二、电视综艺行业营销策略

第三节 中国电视综艺行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国电视综艺行业重点投资区域分析
- 二、中国电视综艺行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/536933536933.html>