

2018年中国泛娱乐行业分析报告- 市场运营态势与投资前景预测

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年中国泛娱乐行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》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/340677340677.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

一、泛娱乐产业生态日益完善

随着我国网络基础设施的逐步完善和网络强国建设步伐加快，泛娱乐产业逐渐成为数字经济发展的支柱。包括游戏、影视、文学、动漫、音乐等“互联网+文化娱乐”业态广泛互联并深度融合，精品 IP 通过不同的内容表现形式，满足了粉丝的多元化需求，进而形成了整个泛娱乐生态链。精品 IP 的价值持续提升，并通过周边衍生持续变现，顶级IP始终处于价值链顶端，地位不可撼动。

图表：泛娱乐产业生态图谱

图表来源：公开资料整理

《2018 年中国泛娱乐产业白皮书》指出，2017 年我国泛娱乐核心产业产值约为5484 亿元，同比增长32%，预计占数字经济的比重将会超过 1/5，成为我国数字经济的重要支柱和新经济发展的重要引擎。进入 2018 年，泛娱乐产业细分领域呈现玩法多元化趋势，例如短视频、线上娃娃机等新型娱乐方式不断涌现，受到移动网络用户高涨的碎片化娱乐需求的影响，行业将迎来前所未有的高速发展期。

图表：泛娱乐产业链层级及规模（亿元）

图表来源：公开资料整理

二、90/00后消费观转变和付费意愿提升

我国正迎来新一轮消费升级的浪潮，消费对于GDP的拉动作用逐年提升。文化娱乐作为服务业的重要组成部分，在居民的日常消费中占有重要地位，我国居民文化娱乐消费占消费支出比重呈逐年增长态势。2017年我国信息消费规模达4.5万亿元，占最终消费支出的比重约为10%，《国务院关于进一步扩大和升级信息消费持续释放内需潜力的指导意见》指出，到 2020 年，我国信息消费规模预计达到6万亿元，年均增长11%以上，拉动相关领域产出达到15万亿元。消费者的消费行为从传统的生存型物质性消费逐步转向发展型、服务型等新型消费。消费升级背景下，新一代90/00后为代表的用户付费意识与意愿大幅提升，泛娱乐领域付费规模快速增长，多个新兴付费行业崛起。目前较为成熟的付费领域为游戏和影视，尤其以移动游戏及视频类付费增长较快，网络文学、演出、音乐领域尚处在上升期，未来市场空间较大。

图表：2016年我国泛娱乐生态各领域付费规模（亿元）

图表来源：公开资料整理

三、2月电影票房创历史新高，电影市场持续回暖

2017年，国内电影票房559.11亿元，同比增长13.45%，扣除服务费票房为523.6亿元，同比增长14.5%。2018年春节档（从2月15 日至2月21日），全国电影票房再创档期历史新高，为56.94亿元，观影人次为1.43亿，与去年同期相比分别增长了68.25%和60.13%。其中，国产影片市场占比为99.93%。2月份，单月票房破亿的电影共有11部，《唐人街探案

》、《红海行动》、《捉妖记》的票房都超过了20亿元。2018年Q1整体票房有望保持30%+的增速，在票房回暖背景下，看好Q2票房继续保持回升态势。

图表：2017年4月-2018年3月14日国内月度票房（万元）

图表来源：公开资料整理

图表：截止到2018年3月14日月票房情况

图表来源：公开资料整理

四、院线集中度提升，三线以下城市增速快

2017年前10大院线合计实现票房354.5亿元，占全国票房的67.7%，同比提升0.5%。分城市来看，一二线城市票房增速分别为8%和13%，低于全国总票房13.45%的增速；三四五线城市票房同比增速更高，分别为 20%、23%、25%，成为拉动国内票房增长的主要力量。重点布局三到五线城市的大地系及横店系院线市占率上升较多。2017年，我国银幕数量跃居世界第一，银幕数已达50776块，超过美国和加拿大银幕数总和，虽然银幕数较前一年增长了 21%，但观影人数却只增长了 18%，说明很多影厅的上座率偏低，银幕数对观影人群的拉动力在降低。

图表：TOP10影投公司1-5线城市占比

图表来源：公开资料整理

五、电视剧/综艺：产量下降，精品化趋势明显

电视剧播放市场趋于饱和。2016年我国共有14912集电视剧被颁发发行许可证，回落到2011年水平。2017年前三季度，电视剧制作数量继续呈下降趋势。2015年起，“一剧两星”政策代替“4+X”政策开始实施，一部电视剧最多只能同时在两家上星频道播出。这一政策倒逼影视公司必须产出更多精品内容才能抢占市场，减少粗制滥造的作品，同时网络平台的付费点播模式也对电视剧制作企业提出了更高的质量要求。

图表：全国国产电视剧发行许可证颁发情况

图表来源：公开资料整理

从七大卫视2018年招商会的情况来看，2018年将有超过100部的剧目在各电视台播出。包括《如懿传》、《赢天下》、《凰权弈天下》、《知否知否应是绿肥红瘦》、《独孤皇后》等一批古装大女主剧将陆续播出，竞争激烈。现实题材中，包括《爱情进化论》、《时间都知道》、《在纽约》、《都挺好》等都是情感剧有望成为“黑马”。精品IP影视化趋势明显，在2018年将有更多知名IP改编剧。

图表：2018年重点影视公司剧目

图表来源：公开资料整理

2015-2017年，随着网综内容质量的提升及年轻用户的成长，网综整体流量得到提升。综艺节目分为选秀类、问答类、游戏类、体育等多种类型。在上游制作领域，传统公司、王牌制作人不断入局，平台大力投资自制三大因素推进网综质量大幅提升，网综反哺一线卫视初露端倪，最终使网综的变现渠道增多，变现能力不断增强。2017年新上线网综播放

量TOP10占比48%，市场集中度较高，广告是网综变现最重要方式。在头部内容市场表现中，腾讯视频《明日之子》、爱奇艺《中国有嘻哈》成为热搜、流量双高爆款网综，网综也正式进入高投入、高回报的阶段。

图表：2015-2017 年网络综艺作品数量

图表来源：公开资料整理

六、在线视频/短视频：用户规模快速增长

据比达咨询数据显示，2017年中国在线视频市场规模为593.8亿元，同比增长60%，在线视频市场竞争激烈，《白夜追凶》等优质剧目拉动了付费会员增长。在线视频付费用户市场规模达到 140.8 亿元，同比增长 16.7%。未来随着用户规模扩大，用户使用黏性增加，在线视频带来的商业资源不断升值，预计到 2018 年市场规模将继续扩大，同时用户对视频内容需求将更加多元化，市场将加速细分，进入精品化时代。

图表：2011-2017年在线视频行业市场规模

图表来源：公开资料整理

2017年付费用户规模超过1亿，预计2018年将超过1.3亿，视频付费市场潜力巨大。从爱奇艺等拟IPO视频平台披露的数据看，爱奇艺付费用户超 5000 万，腾讯、优酷视频紧随其后，芒果TV付费用户数也保持增长。与此同时，付费剧增长迅猛，其中网络剧成付费剧主力，占比 47%。越来越多的网络剧开始尝试付费排播。剧集及综艺单日覆盖人数最高亦超过九千万，单日人均播放时长达90 分钟，不断刷新纪录。剧集方面，美剧题材多元成熟，拥抱顶级电影主创班底，中国剧集品类单一，但精品化生产模式渐成主流。

图表：中国视频付费用户规模

图表来源：公开资料整理

艾瑞咨询数据显示，2016年短视频兴起，早期短视频平台开始进行初步的商业变现尝试；2017年短视频火热，用户规模的增长和广告主的关注带动整体市场规模提升，2017 年短视频市场规模达 57.3 亿，同比增长达183.9%。未来短视频平台将开放大量的商业化机会，流量变现带来较大的市场规模增长，与此同时随着短视频内容营销质量的不断提升，内容变现也将出现较大机会。预计 2020 年短视频市场规模将超300亿。

图表：在线视频 APP 月活用户数（万）

图表来源：公开资料整理

QuestMobile 数据显示，抖音、西瓜、火山小视频在春节期间的带动下月活规模均首次破亿；其中抖音营销攻势显著，不仅在除夕当周斩获4200万新安装用户，而且相较于1月份，抖音2月份活跃用户数增长突破 4600 万。当前短视频平台仍处于快速增长期，不断有新的平台涌入市场，并且同质化较低，大部分平台在定位、内容和目标用户上 仍然具备差异化竞争。

图表：2018年1-2月头部短视频APP月活用户数（万）

图表来源：公开资料整理

观研天下发布的《2018年中国泛娱乐行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》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。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。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 2016-2018年中国泛娱乐行业发展概述

第一节 泛娱乐行业发展情况概述

- 一、泛娱乐行业相关定义
- 二、泛娱乐行业基本情况介绍
- 三、泛娱乐行业发展特点分析

第二节 中国泛娱乐行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、泛娱乐行业产业链条分析
- 三、中国泛娱乐行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国泛娱乐行业生命周期分析

- 一、泛娱乐行业生命周期理论概述
- 二、泛娱乐行业所属的生命周期分析

第四节 泛娱乐行业经济指标分析

- 一、泛娱乐行业的赢利性分析
- 二、泛娱乐行业的经济周期分析
- 三、泛娱乐行业附加值的提升空间分析

第五节 中国泛娱乐行业进入壁垒分析

- 一、泛娱乐行业资金壁垒分析
- 二、泛娱乐行业技术壁垒分析
- 三、泛娱乐行业人才壁垒分析
- 四、泛娱乐行业品牌壁垒分析
- 五、泛娱乐行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球泛娱乐行业市场发展现状分析

第一节 全球泛娱乐行业发展历程回顾

第二节 全球泛娱乐行业市场区域分布情况

第三节 亚洲泛娱乐行业地区市场分析

- 一、亚洲泛娱乐行业市场现状分析
- 二、亚洲泛娱乐行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲泛娱乐行业市场前景分析

第四节 北美泛娱乐行业地区市场分析

- 一、北美泛娱乐行业市场现状分析
- 二、北美泛娱乐行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美泛娱乐行业市场前景分析

第五节 欧盟泛娱乐行业地区市场分析

- 一、欧盟泛娱乐行业市场现状分析
- 二、欧盟泛娱乐行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟泛娱乐行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界泛娱乐行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球泛娱乐行业市场规模预测

第三章 中国泛娱乐产业发展环境分析

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、全社会消费品泛娱乐总额

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 中国泛娱乐行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国泛娱乐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 中国泛娱乐行业运行情况

第一节 中国泛娱乐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 中国泛娱乐行业市场规模分析

第三节 中国泛娱乐行业供应情况分析

第四节 中国泛娱乐行业需求情况分析

第五节 中国泛娱乐行业供需平衡分析

第六节 中国泛娱乐行业发展趋势分析

第五章 中国泛娱乐所属行业运行数据监测

第一节 中国泛娱乐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 中国泛娱乐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 中国泛娱乐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 2016-2018年中国泛娱乐市场格局分析

第一节 中国泛娱乐行业竞争现状分析

一、中国泛娱乐行业竞争情况分析

二、中国泛娱乐行业主要品牌分析

第二节 中国泛娱乐行业集中度分析

一、中国泛娱乐行业市场集中度分析

二、中国泛娱乐行业企业集中度分析

第三节 中国泛娱乐行业存在的问题

第四节 中国泛娱乐行业解决问题的策略分析

第五节 中国泛娱乐行业竞争力分析

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 2016-2018年中国泛娱乐行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国泛娱乐行业消费特点

第二节 中国泛娱乐行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 泛娱乐行业成本分析

第四节 泛娱乐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 中国泛娱乐行业价格现状分析

第六节 中国泛娱乐行业平均价格走势预测

一、中国泛娱乐行业价格影响因素

二、中国泛娱乐行业平均价格走势预测

三、中国泛娱乐行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国泛娱乐行业区域市场现状分析

第一节 中国泛娱乐行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区泛娱乐市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区泛娱乐市场规模分析

四、华东地区泛娱乐市场规模预测

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、华中地区泛娱乐市场规模分析

四、华中地区泛娱乐市场规模预测

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、华南地区泛娱乐市场规模分析

第九章 2016-2018年中国泛娱乐行业竞争情况

第一节 中国泛娱乐行业竞争结构分析（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 中国泛娱乐行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国泛娱乐行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 泛娱乐行业企业分析（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

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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国泛娱乐行业发展前景分析与预测

第一节 中国泛娱乐行业未来发展前景分析

一、泛娱乐行业国内投资环境分析

二、中国泛娱乐行业市场机会分析

三、中国泛娱乐行业投资增速预测

第二节 中国泛娱乐行业未来发展趋势预测

第三节 中国泛娱乐行业市场发展预测

一、中国泛娱乐行业市场规模预测

二、中国泛娱乐行业市场规模增速预测

三、中国泛娱乐行业产值规模预测

四、中国泛娱乐行业产值增速预测

五、中国泛娱乐行业供需情况预测

第四节中国泛娱乐行业盈利走势预测

一、中国泛娱乐行业毛利润同比增速预测

二、中国泛娱乐行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国泛娱乐行业投资风险与营销分析

第一节 泛娱乐行业投资风险分析

一、泛娱乐行业政策风险分析

二、泛娱乐行业技术风险分析

三、泛娱乐行业竞争风险分析

四、泛娱乐行业其他风险分析

第二节 泛娱乐行业企业经营发展分析及建议

一、泛娱乐行业经营模式

二、泛娱乐行业销售模式

三、泛娱乐行业创新方向

第三节 泛娱乐行业应对策略

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 2018-2024年中国泛娱乐行业发展策略及投资建议

第一节 中国泛娱乐行业品牌战略分析

一、泛娱乐企业品牌的重要性

二、泛娱乐企业实施品牌战略的意义

三、泛娱乐企业品牌的现状分析

四、泛娱乐企业的品牌战略

五、泛娱乐品牌战略管理的策略

第二节 中国泛娱乐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 中国泛娱乐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

第十四章 2018-2024年中国泛娱乐行业发展策略及投资建议

第一节中国泛娱乐行业产品策略分析

- 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 中国泛娱乐行业定价策略分析

第三节中国泛娱乐行业营销渠道策略

- 一、泛娱乐行业渠道选择策略
- 二、泛娱乐行业营销策略

第四节中国泛娱乐行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国泛娱乐行业重点投资区域分析
- 二、中国泛娱乐行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/340677340677.html>