

中国综艺节目产业专项调研与盈利空间预测报告 (2014-2019)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国综艺节目产业专项调研与盈利空间预测报告（2014-2019）》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/qitawenhua/184916184916.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

在经历了综艺节目“娱乐至上”的短时间繁荣和“娱乐迷茫”的无所适从，在选秀、模仿、歌会、情感访谈等娱乐或类娱乐节目都隐约开始感到迷失方向之时，很多电视人开始了新的思考。一味的跟风、媚俗或是一成不变都会将大众的趣味在无形中透支。在电视节目花样翻新的今天，要想遥控观众手中的遥控器，必须得贴近生活，使节目与他们的生活相关、与他们的情趣一致，从而获得某种程度的信任感，而这正是电视媒体的安身立命之本。

2013年，央视采用制播分离模式推出一批新综艺节目，开创文化、原创、公益特色明显的“新娱乐风潮”。省级卫视你方唱罢我登场，《我是歌手》强势来袭，《中国好声音》第二季依然领军歌唱选秀类节目市场；真人秀类节目题材越来越多样化，从音乐、舞蹈蔓延至跳水、亲子等。

中国报告网发布的《中国综艺节目产业专项调研与盈利空间预测报告（2014-2019）》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、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研究分析。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 中国综艺节目行业发展背景

1.1 综艺节目行业的界定

1.1.1 综艺节目行业界定

1.1.2 综艺节目的种类

1.1.3 综艺节目的基本特征

1.1.4 综艺节目行业特性

(1) 季节性

(2) 区域性

(3) 周期性

1.2 综艺节目行业发展环境分析

1.2.1 宏观经济环境分析

(1) 国际宏观经济走势分析

(2) 国内宏观经济走势分析

1.2.2 行业政策环境分析

(1) 行业主管部门及监管体制

(2) 行业主要法律法规及政策

1.3 综艺节目行业产业链分析

1.3.1 综艺节目上游行业关联性及其影响

1.3.2 综艺节目下游行业关联性及其影响

(1) 电视台等播出渠道

(2) 广告客户

第二章 国内外综艺节目行业发展分析

2.1 国外综艺节目行业发展分析

2.1.1 国外综艺节目发展概况

2.1.2 国外综艺节目发展特点分析

2.1.3 美国综艺节目发展分析

(1) 我国引进的美国综艺

(2) 美国综艺节目发展的启示

2.1.4 英国综艺节目发展分析

(1) 各家卫视引进的英国综艺

(2) 英国综艺节目吸引力分析

2.2 台湾综艺节目行业发展分析

2.2.1 台湾综艺节目发展历程

2.2.2 台湾综艺节目发展现状

(1) 制作费用缩水

(2) 节目收视率下滑

(3) 主持人转向内地市场

2.2.3 对大陆综艺节目的影响分析

2.2.4 台湾综艺节目发展的启示

2.3 中国综艺节目行业发展分析

2.3.1 中国综艺节目发展历程

(1) 以表演节目为主的阶段

(2) 以游戏节目为主的阶段

(3) 以益智节目为主的阶段

(4) 以真人秀为主的阶段

2.3.2 综艺节目发展现状分析

(1) “演艺+访谈+游戏”节目模式受到追捧

- (2) 主持群成为节目形式的重要突破点

- (3) 节目流程成为新的竞争核心

2.3.3 综艺节目发展特点分析

- (1) 外籍人士大量参与

- (2) 互联网的影响进一步加强

- (3) 制片人版权意识增强

2.3.4 综艺节目竞争格局分析

- (1) 央视与省级卫视博弈历程

- (2) 综艺节目四卫视竞争格局

2.4 中国综艺节目存在问题及对策分析

2.4.1 综艺节目存在问题

- (1) 盲目跟风仿效，缺乏原创

- (2) 缺乏文化审美趣味

- (3) 主持人风格雷同

2.4.2 提升综艺节目品质的途径

- (1) 丰富节目的文化内涵

- (2) 确定正确的市场营销路线

- (3) 提升主持人素养

第三章 中国综艺节目收视及受众群体分析

3.1 中国综艺节目收视分析

3.1.1 2013年综艺节目整体收视分析

- (1) 综艺节目播出比重

- (2) 综艺节目分时段收视量

- (3) 综艺节目各级频道收视份额

- (4) 综艺节目收视TOP10频道

- (5) 综艺节目收视总时长TOP20

3.1.2 2013年综艺节目收视特点分析

- (1) 婚恋交友类节目强势崛起

- (2) 歌唱选秀节目关注度降低

- (3) 收视新秀异军突起

3.2 中国综艺节目受众群体分析

3.2.1 不同年龄群体对综艺节目的收视分化

- (1) 收视率随年龄增长而增长

- (2) 收视率随年龄增长而降低

- (3) 45-54岁成为收视率分水岭

3.2.2 同一年龄层受众收视喜好分析

3.2.3 综艺节目受众互动分析

第四章 中国综艺节目行业细分市场分析

4.1 中国表演类综艺节目分析

4.1.1 表演类综艺节目发展现状

4.1.2 各类型表演类综艺节目分析

(1) “传统演出”型

(2) “才艺表演+访谈+游戏”型

(3) “对抗”型

4.1.3 表演类综艺节目运作模式分析

4.1.4 表演类综艺节目市场需求分析

4.2 中国访谈类综艺节目分析

4.2.1 访谈类综艺节目发展现状

4.2.2 各类型访谈类综艺节目分析

(1) “传统访谈”型

(2) “访谈+表演”型

4.2.3 访谈类综艺节目制作资源分析

4.2.4 访谈类综艺节目市场需求分析

4.3 中国竞技类综艺节目分析

4.3.1 竞技类综艺节目发展现状

4.3.2 各类型竞技类综艺节目分析

(1) “智力竞技”型

(2) “文艺竞技”型

(3) “运动竞技”型

4.3.3 竞技类综艺节目制作资源分析

4.3.4 竞技类综艺节目市场需求分析

4.4 中国选秀类综艺节目分析

4.4.1 选秀类综艺节目发展现状

4.4.2 选秀类综艺节目的元素

(1) 海选

(2) PK

(3) 评委

4.4.3 选秀类综艺节目发展的问题

(1) 同质化运作

(2) 艺术形式被窄化

(3) 人文内涵不足

第五章 中国综艺节目行业热点专题分析

5.1 新媒体融合下综艺节目发展分析

5.1.1 新媒体产业发展现状分析

(1) 互联网产业发展分析

(2) 移动增值服务发展分析

5.1.2 新媒体与传统媒体融合的必然性分析

(1) 新媒体的优越性和局限性

(2) 传统媒体的不可替代性

(3) 传统媒体与新媒体的融合与发展

5.1.3 电视媒体与网络媒体融合发展现状分析

(1) 取长补短之融合——电视媒体与网络媒体

(2) 电视媒体与网络媒体在融合过程中存在问题分析

(3) 电视媒体融合网络媒体的具体对策

5.1.4 新媒体与综艺节目共赢分析

5.1.5 新媒体融合下综艺节目发展趋势

(1) 综艺节目角度创新

(2) 综艺节目内容多元化

5.2 中国网络自制综艺节目分析

5.2.1 网络视频行业发展分析

(1) 网络视频用户规模

(2) 网络视频市场规模

(3) 网络视频行业竞争格局

(4) 网络视频行业市场化水平

5.2.2 各网络自制综艺节目分析

(1) 优酷网自制综艺节目

(2) 奇艺网自制综艺节目

(3) 酷6网自制综艺节目

(4) 土豆网自制综艺节目

(5) 暴风影音自制综艺节目

(6) 凤凰视频自制综艺节目

5.3 “限娱令”对综艺节目影响探讨

5.3.1 “关于防止部分广播电视节目过度娱乐化座谈会”

(1) 基本概况

(2) 出台理由

(3) 历年限娱令

5.3.2 “限娱令”对综艺节目影响分析

(1) 短期影响

(2) 长期影响

5.3.3 综艺节目发展策略分析

(1) 品牌定位路径

(2) 品牌建设策略

第六章 中国综艺节目领先制作机构分析

6.1 综艺节目领先企业制作机构经营分析

6.1.1 北京光线传媒股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业综艺节目制作分析

(3) 企业运营情况分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业发展战略分析

(6) 企业投资兼并与重组

(7) 企业最新发展动向

6.2 综艺节目领先电视台制作机构经营分析

6.2.1 中央电视台

6.3 新媒体综艺节目领先制作机构经营分析

6.3.1 百度在线网络技术（北京）有限公司

第七章 2014-2019年中国综艺节目行业投资与前景分析

7.1 综艺节目行业投资特性分析

7.1.1 综艺节目行业进入壁垒分析

(1) 技术和专业人才壁垒

(2) 节目的策划、制作、发行一体化壁垒

(3) 电视广告的营销推介壁垒

7.1.2 综艺节目盈利模式分析

7.2 综艺节目投资回报率分析

7.2.1 综艺节目制作投入分析

7.2.2 综艺节目制作产出分析

7.2.3 综艺节目制作投资回报率分析

7.3 综艺节目行业发展趋势及前景分析

7.3.1 综艺节目行业有利因素分析

(1) 国家产业政策的扶持

- (2) 电视广告收入上升
- (3) 文化娱乐产品消费增长
- (4) 需求快速增加

7.3.2 综艺节目行业不利因素分析

- (1) 受新媒体的冲击
- (2) 节目内容创新不足

7.3.3 综艺节目行业发展趋势及前景分析

7.4 综艺节目行业投资建议

7.4.1 综艺节目行业投资风险

- (1) 产业政策风险
- (2) 内容审查风险
- (3) 业务模式风险
- (4) 版权风险

图表目录：部分

图表：我国央视频道主要综艺节目简介

图表：我国地方频道（省级）主要综艺节目简介

图表：2013年我国综艺节目收视率排名

图表：2009-2013年综艺节目的全年人均收视时长及增幅

图表：2007-2013年综艺节目的收播比重及资源使用效率

图表：2009-2013年综艺节目分月收视量比较（历年所有调查城市）

图表：2009-2013年综艺节目分周天收视量比较（历年所有调查城市）

图表：2009-2013年综艺节目全天分时段收视量对比（历年所有调查城市）

图表：2009-2013年各级频道综艺节目收视份额对比

图表：2009-2013年各级频道综艺节目收视量对比

图表：2011-2013年北京光线传媒股份有限公司主要经济指标走势

图表：2011-2013年北京光线传媒股份有限公司经营收入走势

图表：2011-2013年北京光线传媒股份有限公司盈利指标走势

图表：2011-2013年北京光线传媒股份有限公司负债情况

图表：2011-2013年北京光线传媒股份有限公司负债指标走势

图表：2011-2013年北京光线传媒股份有限公司运营能力指标走势

图表：2011-2013年北京光线传媒股份有限公司成长能力指标走势

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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitawenhua/184916184916.html>