

# 2019年中国综艺节目行业分析报告- 产业规模现状与发展规划趋势

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国综艺节目行业分析报告-产业规模现状与发展规划趋势》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/425808425808.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

综艺节目指的是主要以娱乐性为主的综合性视听节目，目前综艺节目的制作与播出主要有两种形式，一种是电视台，称为台综；另一种是网络平台，称为网综。

早期我国的综艺节目是借鉴欧美、日韩等发达国家的模式，加上长期发展，形成具有中国特色的模式。我国综艺节目行业目前仍处于成长期，市场规模增长空间大，在产业模式方面需借鉴国外较为成熟的模式；在内容方面，可借鉴国外综艺积木的多元性、创新力和开放性，加上中国文化特色融合发展。

国内外综艺节目特点对比

地区

特点分析

欧美

尺度大、随意无忌讳、开放性强；竞技性质强、嘉宾在节目中真实竞争；以素人为主；更加强调整人性

韩国

在极大成熟和发达的娱乐市场背景下，明星化特点明显；明星化、娱乐性强、创新力强；产业链成熟、户外居多

日本

脑洞大、尺度宽；关注生活；

中国

用户基数庞大、市场机会大；内容日益丰富；产业链尚未成熟、存在一定乱象资料来源：公开资料整理

网络综艺和电视综艺对比

不同点

概述

用户受众不同

网综的收看者大多是年轻观众、青年群体，节目更精准地对接了网民的收视习惯和喜好，且在传统电视综艺基础上进行创新和发展

表现形式不同

网络综艺题材丰富、表现形式复杂多样，内容更新鲜、潮流，语言符号大多采用网络用语，广告植入更新颖

播出机制不同

与电视节目的直播、重播制播出机制不同，网络综艺的观看时间相对灵活，且是点脖子

资本运作不同

网络综艺的资本运作更为多元，除了节目广告商的赞助外，网络视频平台的VIP会员购买也

是其赢利点

我国综艺类型众多，根据主题划分，现代综艺主要有音乐类、旅行探险类、运动竞技类、明星体验类、推理解谜类、语言类、像养成类、亲子互动类等节目。互联网的发展及信息化时代的到来，推动我国综艺市场迅速发展，我国综艺市场规模不断扩大，从2014年的133亿元增至2018年的331亿元，2018年的市场规模较2017年增长了21.3%。

2014-2018年我国综艺市场规模 数据来源：广电总局

电视综艺节目类型分布方面，音乐类、竞技类及文化类依然是主要的制作类型，2018年综艺制作数量分别为18部、17部和12部。

2018年电视综艺节目类型分布（部） 数据来源：广电总局

2019年头部综艺概览

单从年度节目播放量来看，《奔跑吧 第三季》《王牌对王牌 第四季》《创造营2019》是2019年单年播放量最高的三款综艺，播放量分别达60.5亿次、47.4亿次、42.8亿次。

参考观研天下发布《2020年中国综艺节目行业分析报告-市场深度分析与未来动向研究》

2019年综艺节目单年播放量TOP 10 数据来源：广电总局

从相关数据可看出，2019年头部综艺中，综N代的节目占据76%的份额，可见，综N代节目具有更扎实的观众基础，经验丰富者相对“菜鸟”们更能“打”。

TOP 10综艺节目新旧对比 数据来源：广电总局

综艺节目制作方面，头部综艺台综比网综更具有优势。其中，台综几乎被东方卫视、湖南卫视、江苏卫视、浙江卫视等四大地方卫视包揽，而湖南卫视更是有6部节目，占据一半数量。在网综方面，主要被爱奇艺、优酷、腾讯和芒果TV四大网络视频瓜分，其中，背靠互联网巨头的腾讯视频及背靠湖南卫视的芒果TV旗鼓相当。

TOP 10综艺节目类型对比 数据来源：广电总局

从综艺节目数量增长来看，2018年真人秀节目爆发式增长，同比增长高达205%；其次是谈话讨论类，较2017年增加了17档。除婚恋交友和生活服务类节目，其他节目都呈不同程度增长。

2017-2018年我国各类网络综艺节目的数量增长情况 数据来源：广电总局

互联网及移动互联网的普及，使更多收视流量涌向网络视频。网络综艺的价值水涨船高，逐渐被更多广告客户认同，引领视频广告市场的增长。2019年上半年中国综艺广告市场规模接近220亿元，同比增长16.1%。其中，网络综艺市场规模达79.71亿元，同比增长56.1%；2019年上半年电视综艺广告市场规模达138.77亿元，同比增长1.2%。

2018H1-2019H1 数据来源：广电总局（TC）

【报告大纲】

第一章 综艺节目相关概述

## 1.1 综艺节目介绍

### 1.1.1 综艺节目定义

### 1.1.2 综艺节目属性

### 1.1.3 综艺节目模式

### 1.1.4 综艺节目历史

## 1.2 综艺节目特征分析

### 1.2.1 周期性

### 1.2.2 区域性

### 1.2.3 娱乐性

### 1.2.4 受众广泛性

## 1.3 综艺节目产业链分析

### 1.3.1 制作环节

### 1.3.2 运营环节

### 1.3.3 播映环节

### 1.3.4 衍生环节

## 第二章 2016-2019年国际综艺节目市场综合分析

### 2.1 2016-2019年国际综艺节目市场现状

#### 2.1.1 全球综艺市场需求强劲

#### 2.1.2 各地区节目类型多样

#### 2.1.3 市场多元化运营模式

### 2.2 英国综艺节目市场

#### 2.2.1 制播分离制度建立

#### 2.2.2 市场发展规模分析

#### 2.2.3 综艺节目制作主体

#### 2.2.4 综艺节目优秀案例

### 2.3 美国综艺节目市场

#### 2.3.1 节目供应渠道

#### 2.3.2 市场收入结构

#### 2.3.3 市场发展现状

#### 2.3.4 市场竞争格局

#### 2.3.5 节目创收能力

#### 2.3.6 节目优秀案例

### 2.4 韩国综艺节目市场

#### 2.4.1 综艺节目产业链

#### 2.4.2 综艺节目制播合一

#### 2.4.3 综艺节目市场现状

#### 2.4.4 节目制作费用占比

#### 2.4.5 节目对外输出规模

#### 2.4.6 综艺节目优秀案例

### 2.5 日本综艺节目市场

#### 2.5.1 节目发展特征

#### 2.5.2 市场竞争格局

#### 2.5.3 市场发展模式

## 第三章 2016-2019年中国综艺节目发展环境分析

### 3.1 政策环境

#### 3.1.1 行业监管政策

#### 3.1.2 三网融合政策

#### 3.1.3 制播分离政策

### 3.2 经济环境

#### 3.2.1 文娱消费支出增加

#### 3.2.2 居民人均收入上升

#### 3.2.3 现代消费成新动力

### 3.3 社会环境

#### 3.3.1 主力收视人群属性

#### 3.3.2 新生代群体文娱消费

#### 3.3.3 互联网付费习惯养成

### 3.4 技术环境

#### 3.4.1 物联网下文娱消费变主动

#### 3.4.2 大数据使文娱营销更精准

#### 3.4.3 VR技术带动娱乐消费升级

## 第四章 2016-2019年中国综艺节目市场综合分析

### 4.1 2016-2019年中国综艺节目市场发展亮点

#### 4.1.1 品牌节目持续创新

#### 4.1.2 播映渠道转型升级

#### 4.1.3 衍生开发强化价值链

### 4.2 2016-2019年中国综艺节目市场现状

#### 4.2.1 经济效益高

4.2.2 节目种类丰富

4.2.3 新兴节目崛起

4.2.4 室内节目强化

4.2.5 模式原创化

4.3 2016-2019年中国综艺节目收视分析

4.3.1 整体播出与收视状况

4.3.2 综艺节目收视竞争格局

4.3.3 上星频道综艺节目特征

4.3.4 地面频道综艺节目新特征

4.4 2016-2019年中国综艺节目市场竞争分析

4.4.1 一线卫视竞争

4.4.2 节目类别竞争

4.4.3 节目内容竞争

4.4.4 互联网平台竞争

4.4.5 广告产品竞争

4.5 2016-2019年中国综艺节目发展模式

4.5.1 体制内电视台组建企业

4.5.2 网络自制综艺崛起

4.5.3 跨界协作成常态

4.5.4 内容+消费嵌入定制

4.5.5 工作室加盟模式

第五章 2016-2019年中国综艺节目制作环节 深度分析

5.1 2016-2019年中国综艺节目制作现状

5.1.1 制作机构数量

5.1.2 制作盈利模式

5.1.3 制作成本结构

5.1.4 制作主体类型

5.2 2016-2019年综艺节目制作环节 市场格局

5.2.1 市场竞争主体

5.2.2 市场竞争格局

5.2.3 竞争主体优势

5.2.4 盈利模式探索

5.2.5 市场竞争态势

5.3 2016-2019年影视公司参与综艺节目制作分析

### 5.3.1 市场驱动因素

### 5.3.2 产品制作现状

### 5.3.3 市场参与优势

### 5.3.4 市场发展趋势

## 5.4 2016-2019年传统媒体人自主创业分析

### 5.4.1 市场发展现状

### 5.4.2 自主创业方向

### 5.4.3 市场发展前景

## 第六章 2016-2019年中国网络综艺节目发展分析

### 6.1 2016-2019年中国网络综艺发展驱动因素

#### 6.1.1 门槛驱动

#### 6.1.2 平台驱动

#### 6.1.3 价值驱动

### 6.2 2016-2019年中国网络综艺发展概述

#### 6.2.1 网络综艺的兴起

#### 6.2.2 网络综艺价值驱动

#### 6.2.3 网络综艺产业链

### 6.3 2016-2019年中国网络综艺发展现状

#### 6.3.1 市场进入爆发期

#### 6.3.2 类型全面覆盖

#### 6.3.3 网络播放量升高

#### 6.3.4 视频平台加大投入

#### 6.3.5 广告投资主体多样

### 6.4 2016-2019年中国视频网站布局综艺节目内容市场

#### 6.4.1 爱奇艺

#### 6.4.2 腾讯视频

#### 6.4.3 优酷土豆

#### 6.4.4 乐视视频

#### 6.4.5 芒果TV

### 6.5 2016-2019年中国网络综艺新格局

#### 6.5.1 传统综艺趋向互联网

#### 6.5.2 传统电视人积极转型

#### 6.5.3 向产业链上游蔓延

#### 6.5.4 综艺网络化进程加快



## 6.6 2016-2019年中国网络综艺创新模式探索

### 6.6.1 电商+网综

### 6.6.2 综艺+游戏

### 6.6.3 综艺+电影

## 6.7 2016-2019年中国网络综艺市场投资要点

### 6.7.1 内容运营年轻化

### 6.7.2 优秀制作团队

### 6.7.3 适应社会主流

### 6.7.4 大平台支撑

### 6.7.5 运营宣传突出

## 6.8 2016-2019年中国网络综艺发展趋势

### 6.8.1 模式多元化

### 6.8.2 内容多元化

### 6.8.3 IP衍生多元化

### 6.8.4 价值输出多元化

## 第七章 2016-2019年中国直播综艺节目市场发展分析

### 7.1 2016-2019年中国直播综艺市场现状

#### 7.1.1 市场发展阶段

#### 7.1.2 市场发展方式

#### 7.1.3 市场发展模式

#### 7.1.4 市场应用现状

### 7.2 2016-2019年中国直播综艺市场主体分析

#### 7.2.1 网络直播平台

#### 7.2.2 网络视频网站

#### 7.2.3 传统电视媒体

### 7.3 2016-2019年中国直播综艺市场前景及趋势

#### 7.3.1 市场发展前景

#### 7.3.2 市场发展趋势

#### 7.3.3 市场机遇及挑战

## 第八章 2016-2019年中国综艺节目细分市场全面分析

### 8.1 户外真人秀

#### 8.1.1 体验和竞技是主流

#### 8.1.2 节目收视差异大

### 8.1.3 节目类型多样化

## 8.2 体育类综艺

### 8.2.1 体育综艺产业链

### 8.2.2 体育综艺发展模式

### 8.2.3 体育综艺发展现状

### 8.2.4 市场发展存在的问题

### 8.2.5 体育综艺市场前景

## 8.3 音乐类综艺

### 8.3.1 市场发展特征

### 8.3.2 节目收视状况

### 8.3.3 市场发展规模

### 8.3.4 市场合作平台

### 8.3.5 市场变现价值

### 8.3.6 市场发展前景

## 8.4 喜剧类综艺

### 8.4.1 市场发展模式

### 8.4.2 市场发展现状

### 8.4.3 节目核心动力

### 8.4.4 市场典型案例

## 8.5 美食类综艺

### 8.5.1 市场发展现状

### 8.5.2 节目商业价值

### 8.5.3 市场发展趋势

## 8.6 脱口秀综艺

### 8.6.1 节目发展模式

### 8.6.2 市场发展特征

### 8.6.3 市场发展现状

## 8.7 团体养成类

### 8.7.1 市场发展现状

### 8.7.2 市场发展特征

### 8.7.3 市场发展模式

### 8.7.4 市场发展前景

## 8.8 职业体验类

### 8.8.1 市场发展现状

### 8.8.2 市场观众集中度

### 8.8.3 市场发展模式

## 8.9 情感类综艺

### 8.9.1 节目收视率状况

### 8.9.2 市场发展现状

### 8.9.3 市场排名状况

## 8.10 亲子类综艺

### 8.10.1 市场发展概述

### 8.10.2 行业政策影响

### 8.10.3 转战网播平台

## 8.11 其他类型综艺

### 8.11.1 文化类

### 8.11.2 演说类

### 8.11.3 户外旅游类

### 8.11.4 瘦身真人秀

### 8.11.5 公益传播类

### 8.11.6 健康医学科普类

### 8.11.7 生活常识科普类

## 第九章 2016-2019年中国综艺节目渠道分析

### 9.1 2016-2019年卫视综艺节目市场现状

#### 9.1.1 节目数量剧增

#### 9.1.2 主要播出平台

#### 9.1.3 市场竞争格局

#### 9.1.4 收视排名状况

### 9.2 2016-2019年中国卫视综艺节目竞争分析

#### 9.2.1 浙江卫视

#### 9.2.2 湖南卫视

#### 9.2.3 东方卫视

#### 9.2.4 江苏卫视

#### 9.2.5 北京卫视

#### 9.2.6 深圳卫视

#### 9.2.7 山东卫视

#### 9.2.8 安徽卫视

### 9.3 2016-2019年中国综艺节目视频网站播放渠道

#### 9.3.1 视频市场份额

### 9.3.2 节目的播放量

### 9.3.3 版权引进分析

## 9.4 2016-2019年中国综艺节目互联网电视播放渠道

### 9.4.1 终端厂商格局

### 9.4.2 内容生态布局

### 9.4.3 市场发展趋势

## 第十章 2016-2019年中国综艺节目市场营销分析

### 10.1 2016-2019年中国综艺节目市场营销综述

#### 10.1.1 综艺的营销方式

#### 10.1.2 综艺提升广告收入

#### 10.1.3 综艺营销价值

#### 10.1.4 综艺营销新模式

### 10.2 2016-2019年中国综艺节目广告冠名分析

#### 10.2.1 一线卫视冠名费疯涨

#### 10.2.2 IP系列化助长冠名费

#### 10.2.3 网络综艺渠道价值提升

### 10.3 2016-2019年卫视综艺节目广告植入分析

#### 10.3.1 广告植入特征分析

#### 10.3.2 卫视广告植入竞争

#### 10.3.3 衍生节目植入崛起

### 10.4 2016-2019年中国综艺衍生节目软广告植入分析

#### 10.4.1 热播综艺衍生市场空间

#### 10.4.2 衍生节目广告植入现状

#### 10.4.3 节目广告植入竞争态势

### 10.5 2016-2019年中国综艺节目营销策略分析

#### 10.5.1 价格策略

#### 10.5.2 渠道策略

#### 10.5.3 推广策略

### 10.6 2016-2019年新媒体时代综艺节目营销策略分析

#### 10.6.1 大数据精准营销

#### 10.6.2 互联网化营销

#### 10.6.3 微博口碑营销

## 第十一章 2016-2019年中国综艺节目衍生市场分析

- 11.1 2016-2019年中国综艺节目衍生品市场概述
  - 11.1.1 艺人品牌开发创新
  - 11.1.2 广告价值深度挖掘
  - 11.1.3 专业衍生公司崛起
  - 11.1.4 跨界开发模式创新
- 11.2 2016-2019年中国综艺节目衍生品主要形式
  - 11.2.1 发行成片版权
  - 11.2.2 开发衍生节目
  - 11.2.3 开发大电影
  - 11.2.4 开发手机游戏
  - 11.2.5 其它衍生开发
- 11.3 2016-2019年中国综艺衍生节目市场分析
  - 11.3.1 衍生节目开发法则
  - 11.3.2 衍生节目开发现状
  - 11.3.3 衍生节目竞争现状
  - 11.3.4 衍生节目市场作用
- 11.4 2016-2019年中国综艺节目大电影市场开发分析
  - 11.4.1 综艺电影票房表现
  - 11.4.2 综艺电影市场现状
  - 11.4.3 综艺电影市场前景
- 11.5 2016-2019年中国综艺节目手机游戏开发
  - 11.5.1 综艺手游开发现状
  - 11.5.2 综艺手游市场排名
  - 11.5.3 综艺手游市场困境
  - 11.5.4 综艺手游发展策略

## 第十二章 中国综艺节目市场重点企业分析

- 12.1 灿星制作
  - 12.1.1 企业基本信息简介
  - 12.1.2 主营业务和产品分析
  - 12.1.3 企业营收状况分析
  - 12.1.4 企业竞争优势分析
  - 12.1.5 未来发展规划
- 12.2 华录百纳
  - 12.2.1 企业发展概况

12.2.2 经营效益分析

12.2.3 业务经营分析

12.2.4 财务状况分析

12.2.5 核心竞争力分析

12.2.6 公司发展战略

12.2.7 未来前景展望

12.3 光线传媒

12.3.1 企业发展概况

12.3.2 经营效益分析

12.3.3 业务经营分析

12.3.4 财务状况分析

12.3.5 核心竞争力分析

12.3.6 公司发展战略

12.3.7 未来前景展望

12.4 能量传播

12.4.1 企业发展概况

12.4.2 经营效益分析

12.4.3 业务经营分析

12.4.4 财务状况分析

12.4.5 核心竞争力分析

12.4.6 公司发展战略

12.4.7 未来前景展望

12.5 新文化

12.5.1 企业发展概况

12.5.2 经营效益分析

12.5.3 业务经营分析

12.5.4 财务状况分析

12.5.5 核心竞争力分析

12.5.6 公司发展战略

12.5.7 未来前景展望

12.6 华策影视

12.6.1 企业发展概况

12.6.2 经营效益分析

12.6.3 业务经营分析

12.6.4 财务状况分析

#### 12.6.5 核心竞争力分析

#### 12.6.6 公司发展战略

#### 12.6.7 未来前景展望

### 12.7 浙富控股

#### 12.7.1 企业发展概况

#### 12.7.2 经营效益分析

#### 12.7.3 业务经营分析

#### 12.7.4 财务状况分析

#### 12.7.5 核心竞争力分析

#### 12.7.6 公司发展战略

#### 12.7.7 未来前景展望

### 12.8 其他企业

#### 12.8.1 天娱传媒

#### 12.8.2 东方风行

#### 12.8.3 欢乐传媒

## 第十三章 2019-2025年中国综艺节目市场发展前景及趋势分析

### 112.7 2016-2019年中国文化传媒行业投融资分析

#### 112.7.1 行业融资规模

#### 112.7.2 行业IPO数量

#### 112.7.3 行业并购规模

#### 112.7.4 行业投资机会

#### 112.7.5 综艺节目投资

### 13.2 2019-2025年中国综艺节目市场发展前景

#### 13.2.1 文娱产业工业化前景

#### 13.2.2 虚拟现实新技术应用

#### 13.2.3 市场横向整合成预期

### 13.3 2019-2025年中国综艺节目市场发展趋势

#### 13.12.7 类型多元化

#### 13.3.2 内容年轻化

#### 13.3.3 模式原创化

### 13.4 电视综艺节目模式探索分析

#### 13.4.1 综艺+跨屏互动

#### 13.4.2 综艺+直播

#### 13.4.3 综艺+VR

## 13.5 2019-2025年综艺节目市场预测分析

### 13.5.1 中国综艺节目市场发展因素分析

### 13.5.2 中国综艺节目市场规模预测

#### 图表目录

图表 综艺节目的三种模式

图表 综艺节目发展的五个阶段

图表 综艺节目市场产业链

图表 全球人均电视节目观看时间

图表 2019-2025年全球电视节目行业收入预测

图表 全球综艺节目市场制播合一型运营模式

图表 全球综艺节目市场制播分离型运营模式

图表 英国电视制度变迁

图表 英国独立制作公司TOP

图表 《Britain's Got Talent》收视人数

图表 《Britain's Got Talent》收视份额

图表 《X Factor》收视人数

图表 美国各类电视节目广告收入

图表 广播电视和有线电视黄金时段统计-各类型节目占比

图表 美国在线视频广告收看占比--按节目类型

图表详见报告正文..... (GY YX)

#### 【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造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。《2019年中国综艺节目行业分析报告-产业规模现状与发展规划趋势》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。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/425808425808.html>