

2017-2022年中国网络娱乐产业现状分析及盈利前景预测报告

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年中国网络娱乐产业现状分析及盈利前景预测报告》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/canyin/287280287280.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

娱乐产业是除新闻资讯之外最早被互联网跨界融合的行业，也是服务模式、组织模式和商业模式被互联网影响最为深刻的领域。起初互联网的应用让娱乐产业网络化发展，人们通过互联网可以浏览电影和音乐。随着互联网技术的不断发展进步，互联网对娱乐产业的影响和变革进一步深化，互联网+娱乐推动了娱乐产业向平台化、社交化、人人化、消费化和生态化方向发展，娱乐产业资源得到极大丰富，娱乐服务模式更具多样性和个性化，娱乐商业模式得到极大创新。这也成为当前娱乐产业变革创新的主要模式和路径。

网络化：随时随地娱乐成为娱乐新常态

互联网的发展深刻改变了大众娱乐的组织模式，电影院、KTV、音乐厅、棋牌室等传统的线下娱乐模式正在一步步被线上模式取代，在线影院、在线KTV、在线音乐和网上棋牌室等新的娱乐业态正在迅猛发展。

由于移动互联网的快速发展，尤其是4G网络不断完善，移动网速极大提高，移动智能终端大规模普及，移动端的在线娱乐体验得到极大提高，比如优酷土豆、YouTube、爱奇艺、唱吧、QQ音乐、QQ棋牌室等移动在线娱乐平台已经成为了大众碎片时间休闲娱乐的主要去处，随时随地在线享受娱乐体验已经成为当今中国娱乐产业新写照。

互联网让娱乐变得常态化和大众化，娱乐不受时空限制，网络时刻连接着大家，想看就看，想听就听，想唱就唱，无论在天涯海角随时随地娱乐，一切尽在指尖。

在线娱乐让娱乐也不再是年轻人独有的专利，看网剧、进唱吧、听音乐、打网游已经成为男女老少共同的权利和福利，娱乐产业用户规模得到最大程度的挖掘。

资料来源：公开资料，中国报告网整理

平台化：网络平台经济价值规律极大释放

在线娱乐平台可以让不同国籍、不同民族、不同信仰、不同性别、不同年龄的人为了共同的兴趣爱好，集中在一个网络唱吧空间中唱歌，围坐在一个网络棋牌室里面切磋牌技，集聚在一个网络游戏战场华山论剑。依托网络平台，娱乐产业的组织模式跨越了时间和空间、跨越了民族和种族、跨越了年龄和性别，娱乐活动发起能力、组织能力、模式创新能力、盈利能力显著增强，产业发展空间得到极大拓展。

另外，在线娱乐平台也离不开网络平台零边际成本的规律，当网络平台用户数量跨越一定规模之后，单个用户增加对网络平台成本的增加几乎可以接近零。因此，在线娱乐平台随着用户数量的增多，用户增多带来的正反馈效应越来越强，平台规模效应进一步得到显现。

社交化：大众在娱乐中拓展人际社交关系

娱乐不仅仅是单个人的事情，单个人的娱乐活动只能算作是休闲，娱乐是多人共同参与的事，是互动行为，是群体行为。

网络娱乐让素未谋面的人因为网络平台结交成为了棋友和牌友等等，网络空间娱乐中除了娱乐本身之外，因为娱乐中夹带社交应用，人们谈天说地、切磋观点、碰撞需求，进而有可能从线上活动向线上线下相互结合活动发展。

在娱乐应用中加入社交特性，在社交应用中加入娱乐特性，利用娱乐活动来衍生社交关系，利用社交关系来丰富娱乐活动，已经成为网络娱乐应用和社交应用共同的发展方向。

人人化：人人都是网红、明星和大咖

过去娱乐产业主要围绕大牌明星转，哪里的大牌明星多，哪里的粉丝就多，其中的娱乐消费就成为企业争抢的蛋糕。互联网的发展让娱乐产业不再围绕少数明星转，而是让娱乐产业围绕大众转，围绕普通老百姓转，围绕社会草根阶层转。

借助互联网，任何人只要有一技之长或者有点特色才艺，人人都可以成为网络主播，人人都可以成为网络剧创作者，人人都可以成为娱乐明星和大咖，人人都可以成为网红。

消费化：大众在娱乐中挖掘潜在消费需求

只有跟用户的最终消费结合起来，网络娱乐才有永续发展的源水。娱乐+电子商务模式不仅让传统娱乐产业摆脱了枯燥广告的弊端，也让娱乐产业处处埋满金矿。

互联网让娱乐服务提供商可以根据历史记录预测用户的行为喜好，根据网络用户大数据分析，网络剧制片商可以清楚地了解到网络用户的行为偏好。比如，演员类型、剧情内容、穿装打扮、剧情场所、出行装备、餐饮食宿、购物喜好等。制片者在利用大数据技术精准掌握用户的这行数据之后，就可以对网络剧情内容进行更加巧妙的商业化运作，将广告巧妙地嵌入到剧情拍摄的各个环节，并加上电子商务技术，不仅让观众摆脱了播放过程中插播广告

等待的烦恼，也让观众在观看过程中自然养成了一种跟随时尚潮流消费的冲动和习惯。由于剧情中的明星演员在做着悄无声息的示范性应用，商品的广告推销更为自然，所以，用户购买的冲动更容易被挑起。

目前很多网络视频平台都看好这一领域投资前景，利用自己平台掌控的数据，纷纷投资拍摄各种类型的网络剧，不仅让剧本的制作成本变得更低、更容易提前掌握用户需求，而且也创新了网络剧的商业运作模式，让基于大数据的网络剧成为娱乐产业竞相挖掘的金矿。

生态化：产业生态价值链极大拓展互联网让娱乐产业向平台化模式发展，使得娱乐产业具有更大的资源整合能力，形成了娱乐内容服务提供商、娱乐内容集成商、娱乐渠道服务商、娱乐播控平台服务商和娱乐播控平台广告服务提供商等组成部分。

娱乐播控平台不仅整合了娱乐产业链条上下游资源，同时也进一步整合了社交应用、电子商务、网络广告等多个产业链条资源，娱乐产业内部和外部调用和整合的资源越来越丰富，朝着生态化方向发展。

在整个娱乐产业生态圈中，娱乐产业和社交应用产业、电子商务产业、网络广告产业渠道共享、资源互用、相互补充、互为促进。

随着互联网+娱乐的深入推进，围绕满足人的各类需求，互联网+娱乐跨界融合的产业领域将越来越丰富，以人为本、以人为服务中心的娱乐产业在互联网的支撑下，正在一步步变为现实。

资料来源：公开资料，中国报告网整理

互联网+娱乐的步伐正在大踏步地向前迈进，这个步伐不会停息，步伐的方向也不会始终朝着现在所能预见的方向。随着互联网技术的不断演进，大众生活需求多样性的激发，互联网+娱乐的步伐将会越走越快，迈进道路上的风景也将会越来越美丽。

中国报告网发布的《2017-2022年中国网络娱乐产业现状分析及盈利前景预测报告》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

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 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 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 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 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 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 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 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 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 中国网络综艺市场运行状况分析

6.2.1 2016年市场运行回顾

6.2.2 2016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 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 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 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 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 融资渠道受限

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 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 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 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 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 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 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

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

11.2 湖北盛天网络技术股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

11.3 大连天神娱乐股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

11.4 北京奇艺世纪科技有限公司(爱奇艺)

(1) 企业概况

(2) 主营产品概况

(3) 公司运营情况

(4) 公司优劣势分析

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 对2017-2022年中国网络娱乐行业预测分析

12.3.1对中国网络娱乐行业发展因素分析

12.3.2 对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

部分图表目录：

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 2005-2016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 国内生产总值及其增长速度

图表 三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2016年年末人口数及其构成

图表 城镇新增就业人数

图表 全员劳动生产率

图表 2016年居民消费价格月度涨跌幅度

图表 2016年居民消费价格比上2016年涨跌幅度

图表 2016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

图表 全国一般公共预算收入

图表 粮食产量

图表 全部工业增加值及其增长速度

图表 全社会固定资产投资

图表 社会消费品零售总额

图表 货物进出口总额

图表 中国GDP同比增速

图表 2016年-2016年社会消费品零售总额同比增长

图表 中国实际使用外资情况

图表 中国宏观经济主要指标

图表 中国网络视频市场发展阶段

图表 2014-2016年中国网络视频/手机网络视频用户规模及其使用率

(GYZJY)

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/canyin/287280287280.html>