

2020-2026年中国综艺节目 市场深度分析与投资分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国综艺节目市场深度分析与投资分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202008/183513.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

综艺节目是一种娱乐性的电视节目形式，给大家带来很多欢乐，娱乐节目的火爆，现在逐渐产生互联网综艺节目，脱胎于传统电视综艺节目依托于互联网的方式进行传播，是一种新兴的综艺形式。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国综艺节目市场深度分析与投资分析报告》共八章。首先介绍了综艺节目相关概念及发展环境，接着分析了中国综艺节目规模及消费需求，然后对中国综艺节目市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国综艺节目面临的机遇及发展前景。您若想对中国综艺节目有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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1章：中国综艺节目行业发展综述

1.1 综艺节目行业的界定

1.1.1 综艺节目的界定

1.1.2 综艺节目的类别

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

1.2 综艺节目业务流程分析

1.2.1 综艺节目业务模式分析

1.2.2 综艺节目制作环节分析

1.2.3 综艺节目播出环节分析

（1）节目播出渠道

（2）节目广告客户

1.3 综艺节目行业发展环境分析

1.3.1 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
- (3) 行业历年重要政策分析

1.3.2 宏观经济环境分析

- (1) 宏观经济运行情况
- (2) 宏观经济走势预测
- (3) 居民收入增长情况
- (4) 居民文化娱乐消费支出
- (5) 宏观经济对行业的影响

1.3.3 行业消费环境分析

- (1) 综艺节目受众人群分析
- (2) 综艺节目收视时间分析
- (3) 综艺节目收视平台分析
- (4) 消费者付费习惯分析
- (5) 综艺节目消费环境对行业的影响分析

第2章：国外综艺节目行业发展分析

2.1 国外综艺节目行业发展概况

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

2.2 主要国家综艺节目发展分析

2.2.1 美国综艺节目模式与案例分析

- (1) 美国综艺节目主要模式分析
- (2) 美国综艺节目典型案例分析

1) 案例分析——《全美超模大赛》

- 1、节目简况
- 2、成功秘诀
- 3、经验借鉴

2) 案例分析——《名人学徒》

- 1、节目简况
- 2、成功秘诀
- 3、经验借鉴

3) 案例分析——《与明星共舞》

1、节目简况

2、成功秘诀

3、经验借鉴

4) 案例分析——《舞林争霸》

1、节目简况

2、成功秘诀

5) 案例分析——《会跳舞就来》

1、节目简况

2、成功秘诀

6) 案例分析——《美国偶像》

1、节目简况

2、成功秘诀

2.2.2 欧洲综艺节目模式与案例分析

(1) 欧洲综艺节目模式分析

(2) 欧洲综艺节目典型案例分析

1) 案例分析——《让我们开开玩笑吧》

1、节目简况

2、成功秘诀

2) 案例分析——《业余者大战》

1、节目简况

2、成功秘诀

3) 案例分析——《英国达人》

1、节目简况

2、成功秘诀

4) 案例分析——《邀你共舞》

1、节目简况

2、成功秘诀

2.2.3 日本综艺节目模式与案例分析

(1) 日本综艺节目主要模式分析

(2) 日本综艺节目典型案例

1) 案例分析——《热血！平成教育学院》

1、节目简况

2、成功秘诀

3、节目构成

2) 案例分析——《Nep League》

1、节目简况

2、成功秘诀

3、节目构成

3) 案例分析——《来自演播室公园的问候》

1、节目简况

2、成功秘诀

3、节目构成

4) 案例分析——《新婚夫妇——欢迎你们》

1、节目简况

2、成功秘诀

3、节目构成

5) 案例分析——《情报Presenter独家爆料》

1、节目简况

2、成功秘诀

3、节目构成

6) 案例分析——《爽快情报Variety痛快！！》

1、节目简况

2、成功秘诀

3、节目构成

2.2.4 韩国综艺节目案例分析

(1) 韩国综艺结构模式分析

(2) 韩国综艺节目典型案例

1) 案例分析——《家族诞生》

1、制作风格

2、节目特点

3、节目影响

2) 案例分析——《强心脏》

1、节目简况

2、成功秘诀

3、经验借鉴

3) 案例分析——韩国组合super junior 《full house》

1、节目简况

2、成功秘诀

3、经验借鉴

4) 案例分析——《Running man》

1、节目简况

2、成功秘诀

3、经验借鉴

5) 案例分析——《两天一夜》

1、节目简况

2、成功秘诀

3、经验借鉴

2.3 国外综艺节目行业发展前景分析

第3章：全球综艺节目模式创新案例研究与发展趋势

3.1 中国综艺节目模式创新案例与发展趋势研究

3.1.1 综艺娱乐节目模式创新研究与发展趋势

(1) 综艺娱乐节目模式整合式创新

(2) 综艺娱乐节目模式本土化改造

(3) 综艺娱乐节目模式同质问题与创意竞争

(4) 综艺娱乐节目模式创新趋势研究

3.1.2 谈话类节目模式创新研究与发展趋势

(1) 谈话类节目模式创新案例解读

(2) 谈话类节目模式创新趋势研究

3.2 欧美综艺节目模式创新案例与发展趋势研究

3.2.1 真人秀类节目模式创新研究与发展趋势

(1) 真人秀类节目模式创新案例解读

(2) 真人秀类节目模式创新趋势研究

3.2.2 游戏娱乐类节目模式创新研究与发展趋势

(1) 游戏娱乐类节目模式创新案例解读

(2) 游戏娱乐类节目模式创新趋势研究

3.2.3 生活服务类节目模式创新研究与发展趋势

(1) 生活服务类节目模式创新案例解读

(2) 生活服务类节目模式创新趋势研究

3.2.4 美食类节目模式创新研究与发展趋势

(1) 美食类节目模式创新案例解读

(2) 美食类节目模式创新趋势研究

3.3 日本综艺节目模式创新案例与发展趋势研究

3.3.1 真人秀类节目模式创新研究与发展趋势

(1) 真人秀类节目模式创新案例解读

(2) 真人秀类节目模式创新趋势研究

3.3.2 游戏娱乐类节目模式创新研究与发展趋势

(1) 游戏娱乐类节目模式创新案例解读

(2) 游戏娱乐类节目模式创新趋势研究

3.3.3 生活服务类节目模式创新研究与发展趋势

(1) 生活服务类节目模式创新案例解读

(2) 生活服务类节目模式创新趋势研究

3.3.4 美食类节目模式创新研究与发展趋势

(1) 美食类节目模式创新案例解读

(2) 美食类节目模式创新趋势研究

3.4 韩国综艺节目模式创新案例与发展趋势研究

3.4.1 韩国综艺节目模式创新理念

3.4.2 综艺类节目模式创新研究与发展趋势

(1) 综艺类节目模式创新案例解读

(2) 综艺类节目模式创新趋势研究

第4章：中国综艺节目发展分析

4.1 中国综艺节目发展概况

4.1.1 中国综艺节目发展历程

4.1.2 中国综艺节目发展特点

4.1.3 中国综艺节目数量分析

4.1.4 中国综艺节目主要类型分析

4.1.5 中国综艺节目播放平台分析

4.2 中国综艺节目市场竞争分析

4.2.1 电视平台综艺节目市场竞争分析

4.2.2 网络平台综艺节目市场竞争分析

4.2.3 综艺节目内容竞争分析

4.2.4 综艺节目类型竞争分析

4.3 中国综艺节目创新模式分析

第5章：中国网络综艺节目行业分析

5.1 中国网络综艺发展概述

5.1.1 网络综艺的兴起

5.1.2 网络综艺节目主要类型

5.1.3 网络综艺节目盈利模式分析

5.2 中国视频网站综艺节目布局分析

5.2.1 爱奇艺

(1) 平台综艺节目数量

(2) 平台综艺节目类型

(3) 主要合作电视平台

(4) 平台自制综艺节目

(5) 平台综艺节目竞争力

(6) 平台综艺节目布局规划

5.2.2 腾讯视频

(1) 平台综艺节目数量

(2) 平台综艺节目类型

(3) 主要合作电视平台

(4) 平台自制综艺节目

(5) 平台综艺节目竞争力

(6) 平台综艺节目布局规划

5.2.3 优酷视频

(1) 平台综艺节目数量

(2) 平台综艺节目类型

(3) 主要合作电视平台

- (4) 平台自制综艺节目
- (5) 平台综艺节目竞争力
- (6) 平台综艺节目布局规划

5.2.4 芒果TV

- (1) 平台综艺节目数量
- (2) 平台综艺节目类型
- (3) 主要合作电视平台
- (4) 平台自制综艺节目
- (5) 平台综艺节目竞争力
- (6) 平台综艺节目布局规划

5.3 中国网络综艺发展趋势

5.3.1 传统综艺网络化发展趋势

5.3.2 传统电视人互联网转型

5.3.3 向产业链上游发展

5.3.4 综艺节目网络化进程加快

5.3.5 综艺节目内容多元化

5.3.6 综艺节目形式多元化

第6章：中国综艺节目典型案例分析

6.1 《非诚勿扰》深度分析

6.1.1 节目概况

- (1) 节目简介
- (2) 制作团队简介

6.1.2 节目特色分析

- (1) 内容特色
- (2) 形式特色

6.1.3 节目收视率分析

6.1.4 节目受众群体分析

6.1.5 节目热播原因分析

- (1) 社会文化的凸显
- (2) 差异化的设计
- (3) 创新化的编排

(4) 戏剧化的演绎

6.1.6 节目成功经验借鉴

(1) 精确市场定位

(2) 适时传播策略

6.2 《快乐大本营》深度分析

6.2.1 节目概况

(1) 节目简介

(2) 制作团队简介

6.2.2 节目特色分析

6.2.3 节目收视率分析

6.2.4 节目受众群体分析

6.2.5 节目热播原因分析

(1) 相对宽松的体制环境

(2) 拥有自己的风格和特色

(3) 主持人的个性发挥

(4) 栏目借助湖南卫视台拥有着独享的嘉宾资源

(5) 注重对节目的包装和宣传，通过品牌效应来获得高收视率

(6) 通过多种手段培育栏目的受众群

6.2.6 节目成功经验借鉴

6.3 《爸爸去哪儿》深度分析

6.3.1 节目概况

(1) 节目简介

(2) 制作团队简介

6.3.2 节目特色分析

6.3.3 节目收视率分析

6.3.4 节目受众群体分析

6.3.5 节目热播原因分析

6.3.6 节目成功经验借鉴

6.4 《奔跑吧兄弟》深度分析

6.4.1 节目概况

(1) 节目简介

(2) 制作团队简介

6.4.2 节目特色分析

6.4.3 节目收视率分析

6.4.4 节目受众群体分析

6.4.5 节目热播原因分析

6.5 《中国新歌声（中国好声音）》深度分析

6.5.1 节目概况

（1）节目简介

（2）制作团队简介

6.5.2 节目特色分析

6.5.3 节目收视率分析

6.5.4 节目受众群体分析

6.5.5 节目热播原因分析

6.5.6 节目成功经验借鉴

6.6 《咱们穿越吧》深度分析

6.6.1 节目概况

（1）节目简介

（2）制作团队简介

6.6.2 节目特色分析

6.6.3 节目收视率分析

6.6.4 节目受众群体分析

6.6.5 节目热播原因分析

6.6.6 节目成功经验借鉴

6.7 《我是歌手》深度分析

6.7.1 节目概况

（1）节目简介

（2）制作团队简介

6.7.2 节目特色分析

6.7.3 节目收视率分析

6.7.4 节目受众群体分析

6.7.5 节目热播原因分析

6.8 《极限挑战》深度分析

6.8.1 节目概况

(1) 节目简介

(2) 制作团队简介

6.8.2 节目特色分析

6.8.3 节目收视率分析

6.8.4 节目受众群体分析

6.8.5 节目热播原因分析

6.9 《奇葩说》深度分析

6.9.1 节目概况

(1) 节目简介

(2) 制作团队简介

6.9.2 节目特色分析

6.9.3 节目收视率分析

6.9.4 节目受众群体分析

6.9.5 节目热播原因分析

6.9.6 节目成功经验借鉴

6.10 《明星大侦探》深度分析

6.10.1 节目概况

(1) 节目简介

(2) 制作团队简介

6.10.2 节目特色分析

6.10.3 节目收视率分析

6.10.4 节目受众群体分析

6.10.5 节目热播原因分析

6.10.6 节目成功经验借鉴

第7章：中国综艺节目领先制作机构分析

7.1 综艺节目领先企业制作机构经营分析

7.1.1 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) 企业组织架构分析

7.1.2 中视传媒股份有限公司

- (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

7.1.3 凤凰卫视控股有限公司

- (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

7.1.4 湖南电广传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- (4) 企业发展战略分析

7.1.5 东方风行（北京）传媒文化有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业综艺节目制作分析
- (3) 企业综艺节目资源分析
- (4) 企业经营优劣势分析

7.1.6 北京银汉文化传播有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业综艺节目制作分析
- (3) 企业发行网络分析
- (4) 企业经营优劣势分析

7.2 综艺节目领先电视台制作机构经营分析

7.2.1 中央电视台

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 电视台经营情况分析
- (3) 企业收视分析
- (4) 企业综艺节目制作

7.2.2 山东电视台

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业综艺节目制作
- (4) 企业综艺节目资源

7.2.3 浙江电视台

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业收视分析
- (4) 企业综艺节目制作

7.2.4 湖南电视台

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业收视分析
- (4) 企业综艺节目制作

7.2.5 安徽电视台

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业综艺节目制作
- (4) 企业综艺节目资源

7.2.6 江苏电视台

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业综艺节目制作
- (4) 企业综艺节目资源

7.3 新媒体综艺节目领先制作机构经营分析

7.3.1 百度在线网络技术（北京）有限公司

- (1) 企业发展规模分析
- (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

7.3.2 优酷土豆股份有限公司

- (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

7.3.3 凤凰新媒体

- (1) 企业发展规模分析
- (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

7.3.4 酷6网（北京）信息技术有限公司

- (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) 企业经营状况优劣势分析

7.3.5 北京暴风科技股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业综艺节目制作分析
- (4) 企业经营优劣势分析

第8章：中国综艺节目行业发展前景与投资分析

8.1 综艺节目行业发展趋势及前景分析

8.1.1 综艺节目行业有利因素分析

- (1) 文化娱乐产品消费增长
- (2) 三网融合的推动
- (3) 新技术应用带来机遇

8.1.2 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

8.1.3 综艺节目行业发展趋势及前景分析

- (1) 综艺节目发展趋势分析

- 1) “问题综艺节目”、“行业综艺节目”增多
- 2) 电视综艺节目兼容性加强

- 3) 综艺节目新闻与娱乐融合趋势
- 4) 明星替换草根成为娱乐大众主流

(2) 综艺节目制作发展趋势分析

- 1) 节目制作机构发展空间巨大
- 2) 综艺节目制作领域存在整合空间

(3) 综艺节目行业发展前景预测

8.2 综艺节目行业发展特性与建议

8.2.1 综艺节目行业发展壁垒

8.2.2 综艺节目行业运营风险

8.2.3 综艺节目行业发展建议

8.3 中国综艺节目投资建议分析

8.3.1 综艺节目行业投资现状

8.3.2 综艺节目行业投资前景

8.3.3 综艺节目行业投资建议

图表目录：

图表1：中国综艺节目主要类别情况

图表2：综艺节目基本特征简析

图表3：中国电视广告收入地区分布（单位：%）

图表4：综艺节目发行及广告营销模式示意图

图表5：综艺节目制作环节简析

图表6：1994年以来全国电视台数量统计（单位：座）

图表7：2016-2018年中国电视广告收入规模及增长率（单位：亿元，%）

图表8：综艺节目行业主要监管部门及职责

图表9：综艺节目行业主要法律法规及政策

图表10：2016-2018年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表11：2018年中国宏观经济预测（单位：%）

图表12：2016-2018年我国城镇居民人均可支配收入及其变化趋势（单位：元，%）

图表13：2016-2018年我国农村居民人均纯收入及其变化趋势（单位：元，%）

图表14：2018年中国人均消费性支出情况（单位：元，%）

图表15：2018年中国人均消费性支出结构（单位：%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/183513.html>