

2017-2022年中国综艺节目行业市场运营态势及投资前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国综艺节目行业市场运营态势及投资前景预测报告》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：<https://www.huaon.com/detail/295810.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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

电视综艺节目作为电视市场具有强大竞争力的内容产品之一，以自己独特的方式影响着人们的精神生活。观看电视综艺节目成为人们休闲时间的主要娱乐方式之一。相对于其他电视栏目，综艺节目能够在短时间内聚合受众注意力，扩大频道影响力，快速提高收视率。

近年来，生活时尚类综艺节目全面崛起，成为电视市场具有强大竞争力的内容产品之一。综艺类节目呈现多元化发展趋势，表现在题材多元化、类型日益丰富。综艺节目相对于常规电视栏目能够在短时间内聚合受众注意力，扩大频道影响力，快速提高收视率。综艺节目收视比重由2008年的7.3%增至2009年的9.2%，对比播出比重，综艺节目以5.3%的播出比重获得了近两倍的收视市场。

内地目前综艺娱乐节目在中国电视上的播出比重明显偏低。日本、韩国、中国台湾、中国香港主要电视频道的综艺娱乐节目的播出比重，分别在15%-42%之间，大幅高于中国内地的6.5%。而内地娱乐综艺节目收视比重达到11.4%。综艺娱乐节目虽然播出时长较少，但贡献的收视却较高，显示综艺娱乐节目受到观众的喜爱，具有更高的广告价值。未来中国将会有更多的综艺娱乐节目播出，从而为综艺节目行业的发展带来巨大的机会。

受“一剧两星”政策的连带影响，2015年的综艺市场呈现“井喷”状态。根据CSM调查，2015年所有调查城市观众全年人均综艺节目总收视时长为6980分钟，较2014年有9.3%的增长。

2011-2015 年综艺节目的全年人均收视时长及增幅

2015 年综艺节目分月人均收视时长及增幅

各级频道综艺节目收视格局基本稳定，中央台和省卫视总体收视量占到了所有频道的80%。中央台的收视贡献有逐年下降趋势，省级频道收视贡献有所上升，其中，省级上星频道收视贡献增长7%，以47.8%的收视贡献保持领先。

2013-2015 年各级频道综艺节目收视贡献

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

1.3.2 宏观经济环境分析

(1) 宏观经济运行情况

我国自改革开放以来，工业化进程加快，经济发展水平得到了极大的提升。2007-2012年，我国工业增加值保持着逐年上升的趋势，但同比增速波动下降。2007年，我国工业增加值同比增速为18.5%，为近五年来的最高值；2014年，工业增加值同比增速下降为8.3%；2015年前三季度，工业增加值同比增速下降为6.2%。2015年全年，全国规模以上工业增加值按可比价格计算比上年增长6.1%。

2007-2015年全国规模以上企业工业增加值同比增速（单位：%）

2016年是中国经济持续探底的一年，经过2015-2016年全面培育新的增长源和新的动力机制，中国宏观经济预计将在2017年后期出现稳定的反弹，并逐步步入中高速的稳态增长轨道之中。2016年，预计全年GDP增速为6.7%左右，增速较2015年下降约0.2个百分点。预计2016年我国第一产业增加值增速为3.6%，第二产业为5.3%，第三产业为8.6%。消费、投资和净出口对GDP增长的拉动分别为4.0、2.6和0.1个百分点。

(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

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 美国真人秀类节目模式与案例分析

(1) 美国真人秀类节目模式分析

(2) 美国真人秀类节目案例分析

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

2.1.4 欧洲真人秀类节目模式与案例分析

(1) 欧洲真人秀类节目模式分析

(2) 欧洲真人秀类节目案例分析

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

2.1.5 日本益智节目模式与案例分析

(1) 日本益智节目发展历程

(2) 日本益智节目发展模式

(3) 日本益智节目案例分析

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——《Quiz！ Present Variety Q大人！！》

1、节目简况

2、成功秘诀

3、节目构成

4) 案例分析——《复习之后书呆子的Quiz》

1、节目简况

2、成功秘诀

3、节目构成

2.1.6 日本访谈类节目模式与案例分析

(1) 日本访谈类节目发展历程

(2) 日本访谈类节目发展模式

(3) 日本访谈类节目案例分析

1) 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

2) 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

2.1.7 日本国民娱乐爆料类节目模式与案例分析

(1) 日本国民娱乐爆料类节目发展历程

(2) 日本国民娱乐爆料类节目发展模式

(3) 日本国民娱乐爆料类节目案例分析

1) 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

2) 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

2.1.8 韩国综艺节目案例分析

(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
- 2.2 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
 - (4) 明星主持过度消费
 - (5) 收视压力下的道德缺失
 - 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
- 2.4 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

3.1 中国综艺节目收视分析

3.1.1 综艺节目整体收视分析

- (1) 综艺节目收视分钟数情况
- (2) 综艺节目各周天收视情况
- (3) 综艺节目收视时段情况

3.1.2 综艺节目收视竞争格局

- (1) 省级卫视份额略有下滑
- (2) 限娱令下视频道收视比重下降明显
- (3) 综艺节目收视向强势频道集中
- (4) 强势频道综艺节目区隔竞争

3.1.3 综艺节目发展动向分析

- (1) 中央台综艺节目发展动向
 - (2) 省卫视综艺节目发展动向
- 1) 声音类选秀大放异彩
 - 2) 婚恋交友类节目寻求新突破点
 - 3) 职场类节目抢尽话题
 - 4) “真人秀”成为荧屏热点
- (3) 地面频道综艺节目创新亮点
- 1) 相亲类：广州广播电视台《全城热恋》
 - 2) 谈话类：BTV文艺频道《星夜故事》
 - 3) 歌唱类：上海电视台娱乐频道《妈妈咪呀》

3.1.4 综艺节目收视特点分析

- (1) 草根成为综艺节目独特风景
- (2) 去低俗化成为综艺节目新特点
- (3) 综艺节目服务意识进一步升级

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 全球综艺节目模式创新案例研究与发展趋势

4.1 中国综艺节目模式创新案例与发展趋势研究

4.1.1 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

4.1.2 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

4.2 欧美综艺节目模式创新案例与发展趋势研究

4.2.1 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

4.2.2 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

4.2.3 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

4.2.4 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

4.3 日本综艺节目模式创新案例与发展趋势研究

4.3.1 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

4.3.2 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

4.3.3 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

4.3.4 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

4.4 韩国综艺节目模式创新案例与发展趋势研究

4.4.1 韩国综艺节目模式创新理念

4.4.2 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) 互联网产业发展规模
- (2) 移动媒体产业发展规模

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) 网络视频行业趋势预测

5.2.2 各网络自制综艺节目分析

- (1) 优酷网自制节目
- (2) 爱奇艺网自制节目
- (3) 土豆网自制节目
- (4) 乐视网自制节目
- (5) 搜狐视频自制节目

- (6) 56网自制节目
- 5.3 “限娱令”对综艺节目影响探讨
 - 5.3.1 “限娱令”基本简介
 - (1) 基本概况
 - (2) 出台理由
 - (3) 历年限令
 - 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
- 5.4 综艺节目发展策略分析
 - 5.4.1 综艺节目品牌创建瓶颈
 - 5.4.2 综艺节目品牌创建策略

第六章 中国综艺节目TOP10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 《星光大道》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

- (1) 平民化特质
- (2) 专业化追求
- (3) 健康的价值观

6.3.6 节目成功经验借鉴

- (1) 重视民众广泛参与性
- (2) 重视个性化与多样性

6.4 《8090》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

- (1) 积极向上的节目理念
- (2) 细分受众群体

(3) 多元化叙事元素

6.4.6 节目成功经验借鉴

6.5 《鲁豫有约》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

(1) 访谈对象——有故事的嘉宾

(2) 访谈方式——独具特色的倾听式访谈

(3) 访谈解说——淡而有味的解说词

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

(1) 理念定位

(2) 开放视角

(3) 热点追踪

(4) 主持人能力

6.5.6 节目成功经验借鉴

(1) 明星主持人的谈话艺术

(2) 话语空间广泛，选题独具匠心

(3) 直指内心的情感表达和积极正面的情感诉求

6.6 《天天向上》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

(1) 节目主持团体化

(2) 节目涵盖面广

(3) 娱乐方式推广中华礼仪

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

(1) 独特的节目定位

(2) 节目策划屡创新

(3) 主持人自身魅力

6.6.6 节目成功经验借鉴

- (1) 强化节目定位
- (2) 创新节目表现形式
- (3) 培养风格独特的主持团队

6.7 《背后的故事》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

- (1) 新纪实性叙事风格
- (2) 观众话语空间的营造

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

- (1) 节目创意多
- (2) 优秀的创作团队

6.7.6 节目成功经验借鉴

6.8 《百变大咖秀》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

- (1) 国内首创明星模仿明星
- (2) 华丽的舞台造型
- (3) 独具特色的“百变五侠”

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

- (1) 优秀的主持人
- (2) 出位颠覆性的演出
- (3) 明星的卖力表演

6.8.6 节目成功经验借鉴

6.9 《我爱记歌词》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
 - (1) 比赛方式特别
 - (2) 参赛门槛低
 - (3) 持续创新
- 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
 - (1) 全民大联欢的节目策划理念
 - (2) “去评委、去明星、重互动”的节目模式
 - (3) “领唱、歌曲、氛围、预告”节目元素的精致包装
 - (4) 明星主持群的打造
- 6.9.6 节目成功经验借鉴
 - (1) “比唱歌”变为“记歌词”
 - (2) 娱乐节目公益化
- 6.10 《我们约会吧》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
 - (1) 第一档交友真实秀节目
 - (2) 节目悬念设置独特
 - (3) 节目合作模式独特
 - 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
 - (1) 迎合了观众需求
 - (2) 追求真实与温情
 - 6.10.6 节目成功经验借鉴

第七章 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

1) 企业主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 企业组织架构分析

(5) 企业运营模式分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业投资兼并与重组分析

(8) 企业最新发展动向

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

1) 企业主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

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

1) 企业主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业发展战略分析

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

1) 企业主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 企业经营优劣势分析

(4) 企业发展战略分析

(5) 企业最新发展动向

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

(5) 企业投资兼并与重组动向

(6) 企业最新发展动向

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

7.1.7 北京欢乐文化艺术有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业综艺节目制作分析

(3) 企业发行网络分析

(4) 企业经营优劣势分析

7.1.8 派格太合环球文化传媒投资有限公司

(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
- (5) 企业综艺节目资源
- (6) 企业最新发展动向

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
- (5) 企业传播影响分析

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
- (5) 企业综艺节目资源

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

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

7.2.7 湖北电视台

- (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

7.2.8 上海电视台

(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

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

4) 主要指标分析

(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动向

(7) 企业最新发展动向

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

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

4) 主要指标分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业投资兼并与重组分析

(6) 企业最新发展动向

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

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

4) 主要指标分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业发展战略分析

(6) 企业最新发展动向

7.3.4 酷6网(北京)信息技术有限公司(酷6网)

(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

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

4) 主要指标分析

(4) 企业经营状况优劣势分析

(5) 企业最新发展动向分析

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

第八章 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

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6：2013年以来全国电视台数量统计（单位：座）
- 图表7：2014-2016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10：2014-2016年中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）
- 图表11：2016年中国宏观经济预测（单位：%）
- 图表12：2014-2016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13：2014-2016年我国农村居民人均纯收入及其变化趋势（单位：元，%）
- 图表14：2015年中国人均消费性支出情况（单位：元，%）
- 图表15：2015年中国人均消费性支出结构（单位：%）
- 图表16：欧洲真人秀节目类型
- 图表17：《业余者大战》成功的关键因素
- 图表18：日本益智类节目的发展历程表
- 图表19：节目成功关键因素
- 图表20：《热血！平成教育学院》节目内容
- 图表21：节目成功关键因素
- 图表22：《Nep League》节目内容
- 图表23：节目成功关键因素
- 图表24：《Quiz！Present Variety Q大人！！》节目内容
- 图表25：节目成功关键因素

图表26：《复习之后书呆子的Quiz》节目内容

图表27：节目成功关键因素

图表28：节目成功关键因素

图表29：《新婚夫妇——欢迎你们》的节目构成表

图表30：节目成功关键因素

图表31：《情报Presenter独家爆料》节目构成表

图表32：节目成功关键因素

图表33：《爽快情报Variety痛快！！》节目构成表

图表34：《家族诞生》的特点

图表35：《家族诞生》节目的影响

图表36：《强心脏》节目的成功因素

图表37：《full house》的经验借鉴

图表38：台湾综艺节目发展历程

图表39：台湾综艺节目发展对大陆的启示分析

图表40：2013年以来综艺节目的全年人均收视时长及增幅（历年所有调查城市）（单位：分钟，%）

图表41：2013年以来综艺节目分月收视量比较（历年所有调查城市）（单位：分钟，%）

图表42：2013年以来综艺节目分周天收视量比较（历年所有调查城市）（单位：分钟，%）

图表43：2013年以来综艺节目全天分时段收视量对比（历年所有调查城市）（单位：分钟，%）

图表44：2013年以来各级频道综艺节目收视份额（历年所有调查城市）（单位：%）

图表45：2013年以来各级频道综艺节目收视量对比（历年所有调查城市）（单位：分钟，%）

图表46：各级频道综艺节目收播比重（历年所有调查城市）（单位：%）

图表47：综艺节目收视份额排名前10位的频道（历年所有调查城市）（单位：%）

图表48：各年龄段观众收看各级频道综艺节目总分钟数（所有调查城市）（单位：分钟）

图表49：主要频道综艺节目观众集中度（所有调查城市）（单位：%）

图表50：《直通春晚》每期收视走势图（单位：%）

图表51：《中国好声音》每期收视走势图（所有调查城市）（单位：%）

图表52：《非诚勿扰》月度收视走势图（所有调查城市）（单位：%）

图表53：浙江卫视《中国梦想秀》第3-4季节目每期收视率走势（历年所有调查城市）（单位：%）

图表54：《欢乐中国行》/《星光大道》不同年龄段收视率（单位：%）

图表55：《快乐大本营》/《天天向上》/《给力星期天》不同年龄段收视率（单位：%）

图表56：《非诚勿扰》/《称心如意》/《老公看你的》/《我们约会吧》/《挑战麦克风》不同年龄段收视率（单位：%）

图表57：《我们约会吧》与《星光大道》观众重叠度（单位：人）

图表58：《快乐大本营》与《星光大道》观众重叠度（单位：人）

图表59：《非诚勿扰》与《星光大道》观众重叠度（单位：人）

图表60：《快乐大本营》与《我们约会吧》观众重叠度（单位：人）

图表61：《非诚勿扰》与《我们约会吧》观众重叠度（单位：人）

图表62：《非诚勿扰》与《快乐大本营》观众重叠度（单位：人）

图表63：综艺节目受众需求调查（单位：%）

图表64：观众收看综艺节目的动机调查（单位：%）

图表65：综艺节目受众互动方式简析

图表66：《天天向上》基本情况表

图表67：《加油！东方天使》基本情况表

图表68：《我爱记歌词》基本情况表

图表69：《挑战麦克风》基本情况表

图表70：《我是大评委》基本情况表

图表71：《咏乐汇》基本情况表

图表72：《证明》基本情况表

图表73：《新婚夫妇大考验》基本情况表

图表74：《别墅之惊》基本情况表

图表75：《逃离蝎子岛》基本情况表

图表76：《穿墙》基本情况表

图表77：《21点扑克游戏》基本情况表

图表78：《蕾切尔·雷》基本情况表

图表79：《畅游欧洲》基本情况表

图表80：《美食扑克》基本情况表

图表81：《地狱厨房》基本情况表

图表82：《前往世界尽头的Q！》基本情况表

图表83：《恋爱巴士》基本情况表

图表84：《东京友好乐园》基本情况表

图表85：《艺能界超常识王决定战》基本情况表

图表86：《最终警告！恐怖的家庭医学》基本情况表

图表87：《生活点子王》基本情况表

图表88：《搭电车赏美景尝遍山珍海味》基本情况表

图表89：《料理东西军》基本情况表

- 图表90：《爱的围裙》基本情况表
- 图表91：《两天一夜》基本情况表
- 图表92：《Star Goden Bell》基本情况表
- 图表93：《Star King》基本情况表
- 图表94：《哥哥乐队》基本情况表
- 图表95：《家族诞生》基本情况表
- 图表96：《我们结婚了》基本情况表
- 图表97：《无限挑战》基本情况表
- 图表98：《至亲笔记》基本情况表
- 图表99：《幸福株式会社——万元的幸福》基本情况表
- 图表100：《Challge》基本情况表
- 图表101：《人体探险队》基本情况表
- 图表102：2014-2016年中国网民规模与普及率（单位：万人，%）
- 图表103：2017-2022年中国移动互联网收入规模及预测（单位：亿元，%）
- 图表104：2014-2016年中国移动互联网市场规模构成占比（单位：%）
- 图表105：2014-2016年我国手机网民规模及占网民比例（单位：万人，%）
- 图表106：新媒体的优越性简析
- 图表107：新媒体的局限性简析
- 图表108：网络媒体特征简析
- 图表109：电视媒体与网络媒体在融合过程中存在问题简析
- 图表110：综艺节目多元化具体内容
- 图表111：2014-2016年网络视频用户数及使用率（单位：万人，%）
- 图表112：2014-2016年中国网络视频市场规模及增长率（单位：亿元，%）
- 图表113：2014-2016年中国网络视频市场份额占比变化情况（单位：%）
- 图表114：2014-2016年中国网络视频主要厂商综合收入市场份额（单位：%）
- 图表115：视频网站自制节目综述
- 图表116：优酷网自制节目汇总
- 图表117：优酷网综艺节目介绍
- 图表118：爱奇艺网自制节目汇总
- 图表119：爱奇艺酷网综艺节目简介
- 图表120：土豆网自制节目汇总

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/295810.html>