

# 2016-2022年中国网络综艺市场深度调查及投资前景预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国网络综艺市场深度调查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.chyxx.com/research/201608/435429.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

近两年来，网络自制综艺节目发展迅猛。2014年堪称“井喷之年”，五大主流视频网站全年累计上线约150档节目，同比增长200%，汹涌的网络自制综艺浪潮将视频网站、电视台、节目制作公司、广告主以及亿万观众纷纷卷入其中，市场规模初现。2015年则是“迭代之年”，网络综艺节目在数量保持快速增长的同时，实现了从量到质的跨越式发展，一批大制作异军突起，《奇葩说》《你正常吗》《爱上超模》《我们15个》等优质节目取得了可与电视王牌综艺节目网络点击量相当的市场成绩，引发全行业对网络综艺的高度关注。

网络媒体在很长一段时间被视作传统媒体的“搬运工”，视频网站也被称为传统电视节目的“集散地”，互联网上的节目几乎全是电视台已播出的内容，很少有网站自制或首播的节目。第一档由网站自制的综艺节目应追溯至2007年搜狐网创办的娱乐脱口秀《大鹏嘚吧嘚》。此后，土豆网出品的《互联网百万富翁》、酷6网出品的《明星驾到》等自制节目相继上线。这些节目并未获得太多社会关注，直到2014年底，爱奇艺推出了辩论脱口秀《奇葩说》，网络自制综艺节目才真正走入大众视野。与此同时，视频网站也在经历无序混乱的野蛮生长、跑马圈地的版权争夺、巨头入股的资本融合后，开始走上重视内容品质的发展道路，网络综艺从此步入规范化、规模化的良性发展轨道。

### 我国网络综艺发展历程

2016年，网络综艺进入快车道，迎来“大时代”，行业发展态势不可阻挡，节目品牌和影响力大幅提升，收获海量关注。上半年，腾讯视频、爱奇艺、优酷土豆等各大网络综艺平台纷纷发布网综战略，以宣示其在该轮网综热潮中的坚定立场和信心。在战略导向及强执行力下，纵观当下网综发展新态，无不显示着网络综艺的全面崛起，同时也彰显出各大制作平台进入“诸侯争霸”式的白热化竞争状态。

网络综艺迎来爆发的原因主要是，其一，电视综艺受限多，部分节目转移至网络平台。近年国家出台了较多政策，限制娱乐综艺节目在电视渠道的播出，一些综艺节目向网络渠道转移，如《爸爸去哪儿4》、《爸爸回来了》等品牌节目已经确定取消在电视上播出。《爸爸去哪儿4》将移驾至线上媒体芒果TV播出，《宝贝，对不起》节目停播移至网络播放，原定于湖南卫视播出的《妈妈是超人》也改为在芒果TV进行播出。

### 限制政策汇总

随着网络综艺制作的日益精良，以及IP衍生、价值输出的多元化，市场还将有更好发展，受众范围将越来越广。2015年网络综艺的市场规模约为10亿元，到2020年市场规模有望超过57亿元，未来五年复合增长率为42%左右。

中国智研咨询发布的《2016-2022年中国网络综艺市场深度调查及投资前景预测报告》共八章。首先介绍了网络综艺行业市场发展环境、网络综艺整体运行态势等，接着分析了网络综艺行业市场运行的现状，然后介绍了网络综艺市场竞争格局。随后，报告对网络综艺做了重点企业经营状况分析，最后分析了网络综艺行业发展趋势与投资预测。您若想对网络综艺

产业有个系统的了解或者想投资网络综艺行业，本报告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：

## 第一章 电子商务与“互联网+”

### 第一节 电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

六、电子商务规模分析

### 第二节 “互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

三、“互联网+”的发展

四、“互联网+”的评价

五、“互联网+”的趋势

## 第二章 互联网环境下综艺节目行业的机会与挑战

### 第一节 2015年中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

（一）总体网民规模分析

2011-2018年中国整体网民及移动网民规模

（二）分省网民规模分析

（三）手机网民规模分析

（四）网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

（一）信息获取情况分析

（二）商务交易发展情况

（三）交流沟通现状分析

（四）网络娱乐应用分析

### 第二节 互联网环境下综艺节目行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

第三节 互联网综艺节目行业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变生产厂商营销模式

三、互联网导致行业利益重新分配

四、互联网改变行业未来竞争格局

第四节 综艺节目与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势分析

二、电子商务消费环境趋势分析

三、互联网技术对行业支撑作用

四、电商黄金发展期机遇分析

第三章 网络综艺节目行业发展现状分析

第一节 网络综艺节目行业发展现状分析

一、网络综艺节目行业产业政策分析

二、网络综艺节目行业发展现状分析

历年网络综艺播放量

三、网络综艺节目行业主要企业分析

四、网络综艺节目行业市场规模分析

第二节 网络综艺节目行业市场前景分析

一、网络综艺节目行业发展机遇分析

二、网络综艺节目行业市场规模预测

2016-2020年网络综艺市场规模预测（单位：亿元）

三、网络综艺节目行业发展前景分析

第四章 网络综艺节目行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 网络综艺节目电商市场规模与渗透率

一、网络综艺节目电商总体开展情况

二、网络综艺节目电商交易规模分析

三、网络综艺节目电商渠道渗透率分析

第二节 网络综艺节目电商行业盈利能力分析

一、网络综艺节目电子商务发展有利因素

二、网络综艺节目电子商务发展制约因素

三、网络综艺节目电商行业经营成本分析

四、网络综艺节目电商行业盈利模式分析

## 五、网络综艺节目电商行业盈利水平分析

### 第三节 电商行业未来前景及趋势预测

#### 一、网络综艺节目电商行业市场空间测算

#### 二、网络综艺节目电商市场规模预测分析

#### 三、网络综艺节目电商发展趋势预测分析

## 第五章 网络综艺节目企业互联网战略体系构建及平台选择

### 第一节 网络综艺节目企业转型电商构建分析

#### 一、网络综艺节目电子商务关键环节分析

##### (一) 产品采购与组织

##### (二) 电商网站建设

##### (三) 网站品牌建设及营销

##### (四) 服务及物流配送体系

##### (五) 网站增值服务

#### 二、综艺节目企业电子商务网站构建

##### (一) 网站域名申请

##### (二) 网站运行模式

##### (三) 网站开发规划

##### (四) 网站需求规划

### 第二节 综艺节目企业转型电商发展途径

#### 一、电商B2B发展模式

#### 二、电商B2C发展模式

#### 三、电商C2C发展模式

#### 四、电商O2O发展模式

### 第三节 综艺节目企业转型电商平台选择分析

#### 一、综艺节目企业电商建设模式

#### 二、自建商城网店平台

##### (一) 自建商城概况分析

##### (二) 自建商城优势分析

#### 三、借助第三方网购平台

##### (一) 电商平台的优劣势

##### (二) 电商平台盈利模式

#### 四、电商服务外包模式分析

##### (一) 电商服务外包的优势

##### (二) 电商服务外包可行性

##### (三) 电商服务外包前景

## 五、综艺节目企业电商平台选择策略

### 第六章 综艺节目行业电子商务运营模式分析

#### 第一节 综艺节目电子商务B2B模式分析

##### 一、综艺节目电子商务B2B市场概况

##### 二、综艺节目电子商务B2B盈利模式

##### 三、综艺节目电子商务B2B运营模式

##### 四、综艺节目电子商务B2B的供应链

#### 第二节 综艺节目电子商务B2C模式分析

##### 一、综艺节目电子商务B2C市场概况

##### 二、综艺节目电子商务B2C市场规模

##### 三、综艺节目电子商务B2C盈利模式

##### 四、综艺节目电子商务B2C物流模式

##### 五、综艺节目电商B2C物流模式选择

#### 第三节 综艺节目电子商务C2C模式分析

##### 一、综艺节目电子商务C2C市场概况

##### 二、综艺节目电子商务C2C盈利模式

##### 三、综艺节目电子商务C2C信用体系

##### 四、综艺节目电子商务C2C物流特征

##### 五、重点C2C电商企业发展分析

#### 第四节 综艺节目电子商务O2O模式分析

##### 一、综艺节目电子商务O2O市场概况

##### 二、综艺节目电子商务O2O优势分析

##### 三、综艺节目电子商务O2O营销模式

##### 四、综艺节目电子商务O2O潜在风险

### 第七章 综艺节目主流网站平台比较及企业入驻选择

#### 第一节 网站A

##### 一、网站发展基本概述

##### 二、网站用户特征分析

##### 三、网站覆盖人数分析

##### 四、网站访问次数分析

##### 五、网站发展策略分析

#### 第二节 网站B

##### 一、网站发展基本概述

##### 二、网站用户特征分析

##### 三、网站覆盖人数分析

#### 四、网站访问次数分析

#### 五、网站发展策略分析

#### 第三节 网站C

##### 一、网站发展基本概述

##### 二、网站用户特征分析

##### 三、网站覆盖人数分析

##### 四、网站访问次数分析

##### 五、网站发展策略分析

#### 第四节 网站D

##### 一、网站发展基本概述

##### 二、网站用户特征分析

##### 三、网站覆盖人数分析

##### 四、网站访问次数分析

##### 五、网站发展策略分析

#### 第五节 网站E

##### 一、网站发展基本概述

##### 二、网站用户特征分析

##### 三、网站覆盖人数分析

##### 四、网站访问次数分析

##### 五、网站发展策略分析

### 第八章 综艺节目企业进入互联网领域投资策略分析 (ZY GXH)

#### 第一节 综艺节目企业电子商务市场投资要素

##### 一、企业自身发展阶段的认知分析

##### 二、企业开展电子商务目标的确定

##### 三、企业电子商务发展的认知确定

##### 四、企业转型电子商务的困境分析

#### 第二节 综艺节目企业转型电商物流投资分析

##### 一、综艺节目企业电商自建物流分析

###### (一) 电商自建物流的优势分析

###### (二) 电商自建物流的负面影响

##### 二、综艺节目企业电商外包物流分析

###### (一) 快递业务量完成情况

###### (二) 快递业务的收入情况

###### (三) 快递业竞争格局分析

#### 第三节 综艺节目企业电商市场策略分析 (ZY GXH)



图表目录：

图表 2010-2014年我国网民规模及互联网普及率

图表 2013-2014年中国网民各类网络应用的使用率

图表 2013-2014年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表 2012-2014年我国网络零售市场交易规模

图表 2010-2020年我国移动网民规模及增长速度

图表 移动端网购增长仍处爆发阶段

图表 移动端网购占比大幅提升

图表 传统综艺节目消费存在的“痛点”

图表 综艺节目电子商务重构供应链流程

图表 中国电商相关政策汇总

图表 2012-2014年综艺节目电商交易规模趋势图

图表 2012-2014年综艺节目电商市场渗透率趋势图

图表 2016-2020年综艺节目电商交易规模预测趋势图

图表 2016-2020年综艺节目电商市场渗透率预测趋势图

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201608/435429.html>