

2022-2028年中国互联网+ 综艺节目行业分析与市场全景评估报告

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

《2022-2028年中国互联网+综艺节目行业分析与市场全景评估报告》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/202202/268739.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

2018年我国网络综艺节目类型分布广泛，涵盖真人秀类、谈话讨论类等12种类型，内容丰富；节目题材更是覆盖全面，涉及文化、科技、美食、才艺、婚恋等多个领域，涵盖生活的方方面面。其中表现最突出的还属真人秀类网综，2018年数量达到116档，且以生活体验型为主，占整个真人秀类节目的40%。另外，我国网络综艺节目中的广告形式也变得更加多样，并且在2018年还出现了定制型的中插广告，如中国新说唱中以说唱方式宣传广告产品内容的新的广告形式。除了中插广告来实现营收之外，各大网综平台也通过制作同一节目的不同版本或是衍生节目，并设为付费可看，以吸引部分观众为了观看在节目正片中没有看到的内容，愿意选择付费观看，以此来增加平台营收。

2019年上半年视频综艺节目广告市场规模接近220亿元，比2018年上半年增长16.12%，环比2018年下半年上涨10.15%。其中，综艺节目植入广告546个品牌，697产品植入其中；同比2018年上半年，植入品牌数增长15.19%，产品数增长22.06%；环比2018年下半年，品牌数增长9.4%，产品数增长8.2%。

总体来看，2018年我国网络综艺节目类型分布广泛，涵盖真人秀类、谈话讨论类等12种类型，内容丰富；节目题材更是覆盖全面，涉及文化、科技、美食、才艺、婚恋等多个领域，涵盖生活的方方面面。

2018年上线的385档节目中，原始节目有293档，多版本节目48档，衍生节目44档。其中真人秀类最多，共116档，谈话讨论排第二，共58档，其他如竞秀养成类、互动娱乐类、娱乐报道类节目数量也较多。总的来看，2018年，除婚恋交友和生活服务类节目，其他类型的节目数量都有所增长。

2017-2018年我国各类网络综艺节目数量增长情况（单位：档）

中企顾问网发布的《2022-2028年中国互联网+综艺节目行业分析与市场全景评估报告》共八章。首先介绍了中国互联网+综艺节目行业市场发展环境、互联网+综艺节目整体运行态势等，接着分析了中国互联网+综艺节目行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+综艺节目市场竞争格局。随后，报告对互联网+综艺节目做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国互联网+综艺节目行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+综艺节目产业有个系统的了解或者想投资中国互联网+综艺节目行业，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 2019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（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 综艺节目所属行业发展现状分析第一节 综艺节目所属行业发展现状分析一、综艺节目行业产业政策分析二、综艺节目行业发展现状分析2018-2019年中国电视&网络视频综艺节目广告品牌分析三、综艺节目行业主要企业分析四、综艺节目行业市场规 模分析第二节 综艺节目所属行业市场前景分析一、综艺节目行业发展机遇分析二、综艺节目行业市场规 模预测三、综艺节目行业发展前景分析 第四章 综艺节目所属行业市场规 模与电商未来空间预测第一节 综艺节目电商市场规模与渗透率一、综艺节目电商总体开展情况二、综艺节目电商交易规模分析三、综艺节目电商渠道渗透率分析第二节 综艺节目电商所属行业盈利能力分析一、综艺节目电子商务发展有利因素二、综艺节目电子商务发展制约因素三、综艺节目电商所属行业经营成本分析四、综艺节目电商所属行业盈利模式分析五、综艺节目电商所属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、综艺节目电商行业市场空间测算二、综艺节目电商市场规模预测分析三、综艺节目电商发展趋势预测分析 第五章 综艺节目企业互联网战略体系构建及平台选择第一节 综艺节目企业转型电商构建分析一、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（）

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

第三节 综艺节目企业电商市场策略分析（）

图表目录：图表 2015-2019年我国网民规模及互联网普及率图
图表 2015-2019年中国网民各类网络应用的使用率图
图表 2015-2019年中国网民各类手机网络应用的使用率图
图表 2015-2019年我国网络零售市场交易规模图
图表 2015-2019年我国移动网民规模及增长速度图
图表 移动端网购增长仍处爆发阶段图
图表 移动端网购占比大幅提升图
图表 传统综艺节目消费存在的“痛点”图
图表 综艺节目电子商务重构供应链流程图
图表 中国电商相关政策汇总图
图表 2015-2019年综艺节目电商交易规模趋势图
图表 2015-2019年综艺节目电商市场渗透率趋势图
图表 2022-2028年综艺节目电商交易规模预测趋势图
图表 2022-2028年综艺节目电商市场渗透率预测趋势图
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/268739.html>