

中国综艺节目行业现状深度研究与发展前景分析 报告（2023-2030年）

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《中国综艺节目行业现状深度研究与发展前景分析报告（2023-2030年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202305/634022.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

1、行业定义及分类

综艺节目是一种娱乐性的电视节目形式，给观众带来欢乐，娱乐的节目。按照我国证监会公布的《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，综艺节目制作行业属于R类文化、体育和娱乐业下的R86广播、电视、电影和影视录音制作业；按照《国民经济行业分类2017）》，综艺节目制作行业属于R类文化、体育和娱乐业门类下的R87广播、电视、电影和录音制作业大类。

综艺节目分类来看，按照渠道划分，可以分为电视综艺节目和网络综艺节目；按照综艺节目内容划分，其可以分为户外真人秀、音乐类综艺、体育类综艺、团队养成类、美食类综艺、喜剧类综艺、情感类综艺、脱口秀综艺、职业体验类。

资料来源：观研天下整理

2、发展历程

在我国最早的综艺节目是出现在香港和台湾地区，例如香港无线电视的《欢乐今宵》（1967-1994）等。而我国内地的综艺综艺节目起步较晚，到20世纪80年代行业才开始进入萌芽期，当时国内的电视综艺节目主要是晚会节目为主，比如中央电视台的《正大综艺》；到1996年国内电视综艺节目行业进入发展期，节目类型愈发丰富，娱乐类、益智类等综艺节目出现，代表作有《快乐大本营》等；2004年开始，行业开始进入成长期，选秀类综艺节目涌现，代表作有《超级女声》等；2010年到2016年电视综艺节目进入高速发展期，我国开始大量引进海外综艺节目，市场上开始出现现象级节目，并受到广告主的青睐，代表作有《中国好声音》等；2017年至今国内电视综艺节目进入品类拓展期，不同品类综艺节目爆发出现，如《向往的生活》等。

资料来源：公开资料整理

与电视综艺节目相比，脱胎于传统电视综艺节目依托于互联网方式进行传播的网络综艺节目起步相对较晚，但其发展十分迅速。具体来看，我国网络综艺节目是起步于2007年，这一阶段网络综艺节目类型和节目数量偏少，制作成本也偏低，多数节目以大尺度吸引观众，生命力较短。无论从数量上还是质量上，网络综艺在该阶段都与电视综艺相去甚远；到2014年，受到“一剧两星”政策、美剧版权问题的影响，国内一批形式新颖、极具特色的网络综艺纷纷上线并抢占市场先机，同时也在一定程度上提升了节目质量；到2016年，随着国内4G网络的加速普及，网络综艺发展进入井喷期，节目在数量、质量、投资、制作团队规模上都达到了较高水平，部分综艺甚至开始由视频网站向电视台反向输出；到2017年，网络综艺赛道崛起，头部网综投融资过亿，资本加持下，网综节目类型愈发多样，爆款频出，纯网络综艺开始全面发力，并逐渐超越电视综艺；然而到了2020年一直持续至今，国内网络综艺

节目开始出现质量下滑问题，加上问题艺人，以及2021年广电总局发布的限娱令等，使得网络综艺发展有所降温，逐渐进入冷静期。

3、市场规模

自2017年后国内电视综艺已经过了高速发展阶段，近两年来国内网络综艺也进入了冷静期。一方面，我国娱乐圈中，“代孕”、“吸毒”、“贩毒”、“逃税漏税”、“睡粉”、“潜规则”等违法以及触犯社会道德的事件层出不穷，偶像“人设”逐渐崩塌，这对我国综艺节目行业也造成一定影响；另一方面，针对网络综艺近几年的爆发式增长，广电总局开始出台一系列政策和指导意见，使得行业监管趋严，如2021年我国中央宣传部印发的《关于开展文娱领域综合治理工作的通知》中要求严管综艺节目，健全审批机制；严禁选用未成年人参加选秀类节目；持续开展网络综艺节目专项整治工作。再加上新冠疫情影响，综艺节目录制受限等，这些都对综艺节目行业造成较大打击，因此近五年来我国综艺节目市场规模逐渐缩小。

资料来源：观研天下整理

根据数据显示，从2017年到2020年我国综艺节目市场规模从逐步下降。2017年国内综艺节目市场规模约为606亿元；到2020年便下降至547亿元，较上一年同比下降约1.62%。到2021年随着国内疫情的好转，脱口秀类、恋爱类创新题材综艺节目的火爆，以及快手、抖音、B站等短视频平台的“主动入局”（从去年开始，快手、抖音、B站等短视频平台开始主动入局长视频综艺，并且已上线《因为是朋友呀》、《治青春》等节目）使得国内综艺节目行业市场规模回升，截止至2021年年底，其市场规模已经回升至约564亿元，同比增速也上升至3.11%。

资料来源：公开资料整理

4、市场细分结构

我国电视类综艺节目行业市场细分结构来看，一直以来都是电视综艺节目占据市场主要地位。然而，近些年来随着国内互联网的普及以及网民数量的扩大，电视综艺节目市场规模占综艺节目总市场比重呈现下降态势，其市场份额逐渐被网络综艺节目掠夺，国内网络综艺市场规模占比则逐步扩大。

根据数据显示，2017-2021年我国电视综艺市场规模从450亿元下降至382亿元，市场占比也从74.26%下降至67.73%；而网络类综艺节目市场规模则从2017年的156亿元上涨至2021年的182亿元，市场占比也从25.74%上升至32.27%。

资料来源：公开资料整理

对比电视综艺和网络综艺来看，二者在传播媒介、节目形式及监管方面均有不同。电视综艺主要依靠电视台传播，而网络综艺主要依托互联网，通过视频软件或视频网站传播；节目形式上，电视综艺多为用录制、剪辑后再播出，而网络综艺则是更多的采用全程、无间断拍摄

、全时全景跟踪直播方式。这两点区别也使得电视综艺节目的主动性会更强一些，观众会比较被动，例如，当观众看电视综艺节目时是需要电视台的播放同步跟进，而网络综艺的主动性则完全掌握在观众手里，人们可以用手机、平板或电脑随时随地打开观看已经播出的综艺节目，而且一些采用直播方式的综艺节目还可以更加高效的跟观众互动等。另外，在监管上，国家新闻出版广电总局对于两种节目的监听监管存在着不同，电视台是对广大“人民群众传递意识形态的最为重要的渠道，因此国家广电总局对传统电视媒体播出的电视节目的管制更加严格。

我国电视综艺节目与网络综艺节目对比 对比项 电视综艺 网络综艺 传播媒介
主要依靠电视台传播，如湖南卫视芒果台等。

依托互联网，通过视频软件如腾讯视频、爱奇艺等平台或视频网站传播。 节目形式
多为用录制、剪辑后再播出。 更多的采用全程、不间断拍摄、全时全景跟踪直播方式。

节目监管 国家广电总局对传统电视媒体播出的电视节目的管制更加严格。 国家新闻出版广电总局针对互联网平台的大量门户网站所播出的视听节目的规则力度原则相对比较小。

资料来源：观研天下整理

电视节目的内容需要经过严格审核才能播出，而“限广令”“限歌令”“限娱令”政策的出台，让某些国内电视综艺节目市场规模占比下降。与此同时，各大视频网站纷纷推出自制综艺节目，新颖的题材和更强的互动性，让网络综艺有了更多的发挥空间。而且通过上述对比分析可见，当前网络综艺明显更加迎合当代社会的发展，人们也更加喜欢用手机等移动设备观看综艺节目，因此随着大量专业制作公司加入该赛道，网络综艺市场上也出现了如《奇葩说》《火星情报局》《吐槽大会》《中国有嘻哈》等热门网络综艺。未来随着我国网络影视的继续发展，网络综艺节目将具有比电视综艺节目更大的发展潜力，网络综艺节目市场规模也将会继续扩大。

5、发展趋势

总的来说，目前我国综艺节目行业已经进入逐步平稳发展阶段，在问题艺人、政策监管趋严、以及新冠疫情影响下行业市场规模出现萎缩，但在2021年随着新冠疫情的好转、新题材综艺节目的火爆，以及快手、抖音、B站等短视频平台的入局国内综艺节目市场规模恢复增长。

电视综艺节目来看，近些年来其市场规模呈现下降态势，在2019年其市场规模同比增速更是下降至-10.85%，而且其市场占比也逐步降低。大量同类型节目不断复制，使得电视综艺同质化严重、缺乏创新的问题更为凸显，其发展出现瓶颈。在此背景下，国内电视综艺节目进入了品类拓展期，试图通过创新综艺节目题材等方式破局。

2019年湖南卫视芒果TV推出的原创声音魅力竞演秀节目《声临其境》、益智推理类真人秀节目《密室大逃脱》、2020年湖南卫视芒果TV推出的女团成长综艺节目《乘风破浪的姐姐》等。在电视综艺节目品类不断拓展下，其市场规模萎缩现状有所好转，可以看到2019年-2021年我国电视综艺市场规模同比增速开始上升，从-10.85%增长至2.14%。因此预计未来

我国综艺节目行业产品品类将不断细分。

资料来源：观研天下整理

网络综艺节目来看，其相比电视综艺更加贴近市场，是反应当下年轻人生活的一面镜子，其也凭借着自身优势实现了市场规模和市场份额占比的稳步提升。但是，值得注意的是，网络综艺也开始进入冷静期，节目质量也出现下降。另外，2021年中央宣传部印发的《关于开展文娱领域综合治理工作的通知》中要求持续开展网络综艺节目专项整治工作，使得网络综艺市场规模增速放缓，2020年和2021年其市场规模同比增速较2019年8.97%明显下降。著名综艺作家卢允曾分享，综艺节目从创作角度上有三个层次，且该三个层次是递进式的，越优秀的综艺在保证基础层次的同时所能达到的层次就越高。具体来看，综艺节目的第一层是基于纯娱乐性的欢笑元素，这是综艺节目最基础的元素，早期的游戏性综艺以及很多日本整蛊类综艺都是基于这个层次的；第二层是在娱乐基础上的情感共鸣元素，很多观察体验式综艺都是建立在该层次上的；第三层则是基于前两者之上的国民文化和价值观输出层面的，很多“国民综艺”像《两天一夜》、《无限挑战》等节目是达到该高度。

资料来源：公开资料整理

综艺作为重要的文化娱乐内容，一直是平台和制作企业生产的重点领域，网络综艺的崛起，吸引了更多的网民，分流了电视综艺的观众，创造了更多新就业机会和方向。当前我国网络综艺市场已经进入冷静期，市场监管也趋于严格，且受限于行业人才等因素影响，出现节目质量下降、同质化等问题，这直接影响到行业市场规模的扩容以及行业的健康发展。在经济高度发达的现代，特别是在经历过疫情之后，人们对于情感精神层面的追求愈发强烈，这使得我国综艺节目行业的群众的观感需求发生了变化，简单的纯娱乐性的综艺节目已经无法完全满足观众，而观众观感需求的提升也将倒逼我国综艺质量不断提升，综艺节目也将更多的向着引起观众情感共鸣和国民文化、价值输出迈进。（LQM）

注：上述信息仅供参考，具体内容以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国综艺节目行业现状深度研究与发展前景分析报告（2023-2030年）》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，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。

行业报告是业内企业、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的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国综艺节目行业发展概述

第一节 综艺节目行业发展情况概述

一、综艺节目行业相关定义

二、综艺节目特点分析

三、综艺节目行业基本情况介绍

四、综艺节目行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、综艺节目行业需求主体分析

第二节 中国综艺节目行业生命周期分析

一、综艺节目行业生命周期理论概述

二、综艺节目行业所属的生命周期分析

第三节 综艺节目行业经济指标分析

一、综艺节目行业的赢利性分析

二、综艺节目行业的经济周期分析

三、综艺节目行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球综艺节目行业市场发展现状分析

- 第一节全球综艺节目行业发展历程回顾
- 第二节全球综艺节目行业市场规模与区域分布情况
- 第三节亚洲综艺节目行业地区市场分析
 - 一、亚洲综艺节目行业市场现状分析
 - 二、亚洲综艺节目行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲综艺节目行业市场前景分析
- 第四节北美综艺节目行业地区市场分析
 - 一、北美综艺节目行业市场现状分析
 - 二、北美综艺节目行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美综艺节目行业市场前景分析
- 第五节欧洲综艺节目行业地区市场分析
 - 一、欧洲综艺节目行业市场现状分析
 - 二、欧洲综艺节目行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲综艺节目行业市场前景分析
- 第六节 2023-2030年世界综艺节目行业分布走势预测
- 第七节 2023-2030年全球综艺节目行业市场规模预测

第三章 中国综艺节目行业产业发展环境分析

- 第一节我国宏观经济环境分析
- 第二节我国宏观经济环境对综艺节目行业的影响分析
- 第三节中国综艺节目行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
 - 三、主要行业标准
- 第四节政策环境对综艺节目行业的影响分析
- 第五节中国综艺节目行业产业社会环境分析

第四章 中国综艺节目行业运行情况

- 第一节中国综艺节目行业发展状况情况介绍
 - 一、行业发展历程回顾
 - 二、行业创新情况分析
 - 三、行业发展特点分析
- 第二节中国综艺节目行业市场规模分析
 - 一、影响中国综艺节目行业市场规模的因素
 - 二、中国综艺节目行业市场规模

三、中国综艺节目行业市场规模解析

第三节中国综艺节目行业供应情况分析

一、中国综艺节目行业供应规模

二、中国综艺节目行业供应特点

第四节中国综艺节目行业需求情况分析

一、中国综艺节目行业需求规模

二、中国综艺节目行业需求特点

第五节中国综艺节目行业供需平衡分析

第五章 中国综艺节目行业产业链和细分市场分析

第一节中国综艺节目行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、综艺节目行业产业链图解

第二节中国综艺节目行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对综艺节目行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对综艺节目行业的影响分析

第三节我国综艺节目行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国综艺节目行业市场竞争分析

第一节中国综艺节目行业竞争现状分析

一、中国综艺节目行业竞争格局分析

二、中国综艺节目行业主要品牌分析

第二节中国综艺节目行业集中度分析

一、中国综艺节目行业市场集中度影响因素分析

二、中国综艺节目行业市场集中度分析

第三节中国综艺节目行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国综艺节目行业模型分析

第一节中国综艺节目行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国综艺节目行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国综艺节目行业SWOT分析结论

第三节中国综艺节目行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国综艺节目行业需求特点与动态分析

第一节中国综艺节目行业市场动态情况

第二节中国综艺节目行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节综艺节目行业成本结构分析

第四节综艺节目行业价格影响因素分析

- 一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国综艺节目行业价格现状分析

第六节中国综艺节目行业平均价格走势预测

一、中国综艺节目行业平均价格趋势分析

二、中国综艺节目行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国综艺节目行业所属行业运行数据监测

第一节中国综艺节目行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国综艺节目行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国综艺节目行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国综艺节目行业区域市场现状分析

第一节中国综艺节目行业区域市场规模分析

一、影响综艺节目行业区域市场分布的因素

二、中国综艺节目行业区域市场分布

第二节中国华东地区综艺节目行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区综艺节目行业市场分析

(1) 华东地区综艺节目行业市场规模

(2) 华南地区综艺节目行业市场现状

(3) 华东地区综艺节目行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区综艺节目行业市场分析

(1) 华中地区综艺节目行业市场规模

(2) 华中地区综艺节目行业市场现状

(3) 华中地区综艺节目行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区综艺节目行业市场分析

(1) 华南地区综艺节目行业市场规模

(2) 华南地区综艺节目行业市场现状

(3) 华南地区综艺节目行业市场规模预测

第五节华北地区综艺节目行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区综艺节目行业市场分析

(1) 华北地区综艺节目行业市场规模

(2) 华北地区综艺节目行业市场现状

(3) 华北地区综艺节目行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区综艺节目行业市场分析

(1) 东北地区综艺节目行业市场规模

(2) 东北地区综艺节目行业市场现状

(3) 东北地区综艺节目行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区综艺节目行业市场分析

(1) 西南地区综艺节目行业市场规模

(2) 西南地区综艺节目行业市场现状

(3) 西南地区综艺节目行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区综艺节目行业市场分析
 - (1) 西北地区综艺节目行业市场规模
 - (2) 西北地区综艺节目行业市场现状
 - (3) 西北地区综艺节目行业市场规模预测

第十一章 综艺节目行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第五节 企业

- 一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2023-2030年中国综艺节目行业发展前景分析与预测

第一节 中国综艺节目行业未来发展前景分析

一、综艺节目行业国内投资环境分析

二、中国综艺节目行业市场机会分析

三、中国综艺节目行业投资增速预测

第二节 中国综艺节目行业未来发展趋势预测

第三节中国综艺节目行业规模发展预测

- 一、中国综艺节目行业市场规模预测
 - 二、中国综艺节目行业市场规模增速预测
 - 三、中国综艺节目行业产值规模预测
 - 四、中国综艺节目行业产值增速预测
 - 五、中国综艺节目行业供需情况预测
- ### 第四节中国综艺节目行业盈利走势预测

第十三章 2023-2030年中国综艺节目行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国综艺节目行业进入壁垒分析

- 一、综艺节目行业资金壁垒分析
- 二、综艺节目行业技术壁垒分析
- 三、综艺节目行业人才壁垒分析
- 四、综艺节目行业品牌壁垒分析
- 五、综艺节目行业其他壁垒分析

第二节综艺节目行业风险分析

- 一、综艺节目行业宏观环境风险
- 二、综艺节目行业技术风险
- 三、综艺节目行业竞争风险
- 四、综艺节目行业其他风险

第三节中国综艺节目行业存在的问题

第四节中国综艺节目行业解决问题的策略分析

第十四章 2023-2030年中国综艺节目行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国综艺节目行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国综艺节目行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节综艺节目行业营销策略分析

- 一、综艺节目行业产品策略
- 二、综艺节目行业定价策略
- 三、综艺节目行业渠道策略

四、综艺节目行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202305/634022.html>