中投顾问

2025-2029年
中国综艺节目市场深度调研及投资前景预测报告

中投产业研究院出品

内容简介

综艺节目作为历史较为悠久的电视内容，是独立于电影、电视剧、新闻类节目之外的第四大内容体系。

我国综艺节目已有20年发展历程，经历了综艺晚会、明星游戏、益智游戏、综艺选秀、多元真人秀几大阶段；可以概括为从无到有、从单一到多元、从明星表演到全民参与，并逐渐向海外成熟模式运营看齐的过程。

从全球视角来看，综艺娱乐栏目同其他内容产业一样最初兴起于海外，欧美地区是重要的版权模式发源地，凭借较强的创新及制作能力引领世界潮流，在娱乐全球化的浪潮下，日韩等亚洲国家的电视节目产业也逐渐崛起，在借鉴欧美的成功经验及版权模式的基础上又体现一定的本土创新趋势，这都对我国综艺节目的发展产生深远的影响。

近年来，综艺节目从过去单纯的娱乐内容开始向各个垂直细分领域延伸。因为其可以接纳各种表现形式，相比于电视和电影自由度更高，其内容表现形式更加多样化和专业化。

在我国经济的发展和人们物质需求层次的逐步提高，时尚类综艺节目已经无法满足人们对高品质物质生活的期待。为了满足人们的精神文化需求，必须依赖于新的媒体形式。2019-2021年，中国综艺产量持续收缩，2021年同比下降5.3%。综艺档数从2019年的490档收缩至2021年的428档；网络综艺档数从2019年的245档收缩至2021年215档。

中投产业研究院发布的《2025-2029年中国综艺节目市场深度调研及投资前景预测报告》共十三章。报告首先介绍了综艺节目市场相关概述，其次重点分析了国际综艺节目市场发展状况、中国综艺节目市场发展环境及中国综艺节目市场发展现状；接着报告重点分析了综艺节目制作、电视综艺节目、网络综艺节目、其他综艺节目及综艺节目衍生市场；随后报告详细分析了综艺节目细分市场状况、综艺节目营销状况及综艺节目市场重点企业发展状况，并对综艺节目市场的发展前景及趋势进行预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、中国互联网络信息中心、国家广电总局、商

务部、财政部、中投产业研究院、中投产业研究院市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对综艺节目市场有个系统深入的了解、或者想投资综艺节目相关领域，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录

第一章 综艺节目相关概述
1.1 综艺节目介绍
1.1.1 综艺节目定义
1.1.2 综艺节目属性
1.1.3 综艺节目模式
1.1.4 综艺节目历史
1.2 综艺节目特征分析
1.2.1 周期性
1.2.2 区域性
1.2.3 娱乐性
1.2.4 受众广泛性
1.3 综艺节目产业链分析
1.3.1 制作环节
1.3.2 运营环节
1.3.3 播映环节
1.3.4 衍生环节
第二章 2023-2025年国际综艺节目市场综合分析
2.1 2023-2025年国际综艺节目市场现状
2.1.1 全球综艺市场需求强劲
2.1.2 各地区节目类型多样
2.1.3 市场多元化运营模式
2.2 英国综艺节目市场
2.2.1 制播分离制度建立
2.2.2 市场发展规模分析
2.2.3 综艺节目制作主体

2.2.4 综艺节目优秀案例
2.3 美国综艺节目市场
2.3.1 节目供应渠道
2.3.2 市场收入结构
2.3.3 市场发展现状
2.3.4 市场竞争格局
2.3.5 节目创收能力
2.3.6 节目优秀案例
2.4 韩国综艺节目市场
2.4.1 综艺节目产业链
2.4.2 综艺节目制播合一
2.4.3 综艺节目市场现状
2.4.4 节目制作费用占比
2.4.5 节目对外输出规模
2.4.6 综艺节目优秀案例
2.5 日本综艺节目市场
2.5.1 节目发展特征
2.5.2 市场竞争格局
2.5.3 市场发展模式
第三章 2023-2025年中国综艺节目发展环境分析
3.1 政策环境
3.1.1 行业监管政策
3.1.2 三网融合政策
3.1.3 制播分离政策
3.2 经济环境
3.2.1 文娱消费支出增加
3.2.2 居民人均收入上升

3.2.3 现代消费成新动力
3.3 社会环境
3.3.1 主力收视人群属性
3.3.2 新生代群体文娱消费
3.3.3 互联网付费习惯养成
3.4 技术环境
3.4.1 物联网下文娱消费变主动
3.4.2 大数据使文娱营销更精准
3.4.3 VR技术带动娱乐消费升级
第四章 2023-2025年中国综艺节目市场综合分析
4.1 2023-2025年中国综艺节目市场发展亮点
4.1.1 品牌节目持续创新
4.1.2 播映渠道转型升级
4.1.3 衍生开发强化价值链
4.2 2023-2025年中国综艺节目市场现状
4.2.1 经济效益高
4.2.2 节目种类丰富
4.2.3 新兴节目崛起
4.2.4 室内节目强化
4.2.5 模式原创化
4.3 2023-2025年中国综艺节目收视分析
4.3.1 整体播出与收视状况
4.3.2 综艺节目收视竞争格局
4.3.3 上星频道综艺节目特征
4.3.4 地面频道综艺节目新特征
4.4 2023-2025年中国综艺节目市场竞争分析
4.4.1 一线卫视竞争

4.4.2 节目类别竞争
4.4.3 节目内容竞争
4.4.4 互联网平台竞争
4.4.5 广告产品竞争
4.5 2023-2025年中国综艺节目发展模式
4.5.1 体制内电视台组建企业
4.5.2 网络自制综艺崛起
4.5.3 跨界协作成常态
4.5.4 内容+消费嵌入定制
4.5.5 工作室加盟模式
第五章 2023-2025年中国综艺节目制作环节深度分析
5.1 2023-2025年中国综艺节目制作现状
5.1.1 制作机构数量
5.1.2 制作盈利模式
5.1.3 制作成本结构
5.1.4 制作主体类型
5.2 2023-2025年综艺节目制作环节市场格局
5.2.1 市场竞争主体
5.2.2 市场竞争格局
5.2.3 竞争主体优势
5.2.4 盈利模式探索
5.2.5 市场竞争态势
5.3 2023-2025年影视公司参与综艺节目制作分析
5.3.1 市场驱动因素
5.3.2 产品制作现状
5.3.3 市场参与优势
5.3.4 市场发展趋势

5.4 2023-2025年传统媒体人自主创业分析
5.4.1 市场发展现状
5.4.2 自主创业方向
5.4.3 市场发展前景
第六章 2023-2025年中国网络综艺节目发展分析
6.1 2023-2025年中国网络综艺发展驱动因素
6.1.1 门槛驱动
6.1.2 平台驱动
6.1.3 价值驱动
6.2 2023-2025年中国网络综艺发展概述
6.2.1 网络综艺的兴起
6.2.2 网络综艺价值驱动
6.2.3 网络综艺产业链
6.3 2023-2025年中国网络综艺发展现状
6.3.1 市场进入爆发期
6.3.2 类型全面覆盖
6.3.3 网络播放量升高
6.3.4 视频平台加大投入
6.3.5 广告投资主体多样
6.4 2023-2025年中国视频网站布局综艺节目内容市场
6.4.1 爱奇艺
6.4.2 腾讯视频
6.4.3 优酷土豆
6.4.4 乐视视频
6.4.5 芒果TV
6.5 2023-2025年中国网络综艺新格局
6.5.1 传统综艺趋向互联网

6.5.2 传统电视人积极转型
6.5.3 向产业链上游蔓延
6.5.4 综艺网络化进程加快
6.6 2023-2025年中国网络综艺创新模式探索
6.6.1 电商+网综
6.6.2 综艺+游戏
6.6.3 综艺+电影
6.7 2023-2025年中国网络综艺市场投资要点
6.7.1 内容运营年轻化
6.7.2 优秀制作团队
6.7.3 适应社会主流
6.7.4 大平台支撑
6.7.5 运营宣传突出
6.8 2023-2025年中国网络综艺发展趋势
6.8.1 模式多元化
6.8.2 内容多元化
6.8.3 IP衍生多元化
6.8.4 价值输出多元化
第七章 2023-2025年中国直播综艺节目市场发展分析
7.1 2023-2025年中国直播综艺市场现状
7.1.1 市场发展阶段
7.1.2 市场发展方式
7.1.3 市场发展模式
7.1.4 市场应用现状
7.2 2023-2025年中国直播综艺市场主体分析
7.2.1 网络直播平台
7.2.2 网络视频网站

7.2.3 传统电视媒体
7.3 2023-2025年中国直播综艺市场前景及趋势
7.3.1 市场发展前景
7.3.2 市场发展趋势
7.3.3 市场机遇及挑战
第八章 2023-2025年中国综艺节目细分市场全面分析
8.1 户外真人秀
8.1.1 体验和竞技是主流
8.1.2 节目收视差异大
8.1.3 节目类型多样化
8.2 体育类综艺
8.2.1 体育综艺产业链
8.2.2 体育综艺发展模式
8.2.3 体育综艺发展现状
8.2.4 市场发展存在的问题
8.2.5 体育综艺市场前景
8.3 音乐类综艺
8.3.1 市场发展特征
8.3.2 节目收视状况
8.3.3 市场发展规模
8.3.4 市场合作平台
8.3.5 市场变现价值
8.3.6 市场发展前景
8.4 喜剧类综艺
8.4.1 市场发展模式
8.4.2 市场发展现状
8.4.3 节目核心动力

8.4.4 市场典型案例
8.5 美食类综艺
8.5.1 市场发展现状
8.5.2 节目商业价值
8.5.3 市场发展趋势
8.6 脱口秀综艺
8.6.1 节目发展模式
8.6.2 市场发展特征
8.6.3 市场发展现状
8.7 团体养成类
8.7.1 市场发展现状
8.7.2 市场发展特征
8.7.3 市场发展模式
8.7.4 市场发展前景
8.8 职业体验类
8.8.1 市场发展现状
8.8.2 市场观众集中度
8.8.3 市场发展模式
8.9 情感类综艺
8.9.1 节目收视率状况
8.9.2 市场发展现状
8.9.3 市场排名状况
8.10 亲子类综艺
8.10.1 市场发展概述
8.10.2 行业政策影响
8.10.3 转战网播平台
8.11 其他类型综艺

8.11.1 文化类
8.11.2 演说类
8.11.3 户外旅游类
8.11.4 瘦身真人秀
8.11.5 公益传播类
8.11.6 健康医学科普类
8.11.7 生活常识科益类
第九章 2023-2025年中国综艺节目渠道分析
9.1 2023-2025年卫视综艺节目市场现状
9.1.1 节目数量剧增
9.1.2 主要播出平台
9.1.3 市场竞争格局
9.1.4 收视排名状况
9.2 2023-2025年中国卫视综艺节目竞争分析
9.2.1 浙江卫视
9.2.2 湖南卫视
9.2.3 东方卫视
9.2.4 江苏卫视
9.2.5 北京卫视
9.2.6 深圳卫视
9.2.7 山东卫视
9.2.8 安徽卫视
9.3 2023-2025年中国综艺节目视频网站播放渠道
9.3.1 视频市场份额
9.3.2 节目的播放量
9.3.3 版权引进分析
9.4 2023-2025年中国综艺节目互联网电视播放渠道

9.4.1 终端厂商格局
9.4.2 内容生态布局
9.4.3 市场发展趋势
第十章 2023-2025年中国综艺节目市场营销分析
10.1 2023-2025年中国综艺节目市场营销综述
10.1.1 综艺的营销方式
10.1.2 综艺提升广告收入
10.1.3 综艺营销价值
10.1.4 综艺营销新模式
10.2 2023-2025年中国综艺节目广告冠名分析
10.2.1 一线卫视冠名费疯涨
10.2.2 IP系列化助长冠名费
10.2.3 网络综艺渠道价值提升
10.3 2023-2025年卫视综艺节目广告植入分析
10.3.1 广告植入特征分析
10.3.2 卫视广告植入竞争
10.3.3 衍生节目植入崛起
10.4 2023-2025年中国综艺衍生节目软广告植入分析
10.4.1 热播综艺衍生市场空间
10.4.2 衍生节目广告植入现状
10.4.3 节目广告植入竞争态势
10.5 2023-2025年中国综艺节目营销策略分析
10.5.1 价格策略
10.5.2 渠道策略
10.5.3 推广策略
10.6 2023-2025年新媒体时代综艺节目营销策略分析
10.6.1 大数据精准营销

10.6.2 互联网化营销
10.6.3 微博口碑营销
第十一章 2023-2025年中国综艺节目衍生市场分析
11.1 2023-2025年中国综艺节目衍生品市场概述
11.1.1 艺人品牌开发创新
11.1.2 广告价值深度挖掘
11.1.3 专业衍生公司崛起
11.1.4 跨界开发模式创新
11.2 2023-2025年中国综艺节目衍生品主要形式
11.2.1 发行成片版权
11.2.2 开发衍生节目
11.2.3 开发大电影
11.2.4 开发手机游戏
11.2.5 其它衍生开发
11.3 2023-2025年中国综艺衍生节目市场分析
11.3.1 衍生节目开发法则
11.3.2 衍生节目开发现状
11.3.3 衍生节目竞争现状
11.3.4 衍生节目市场作用
11.4 2023-2025年中国综艺节目大电影市场开发分析
11.4.1 综艺电影票房表现
11.4.2 综艺电影市场现状
11.4.3 综艺电影市场前景
11.5 2023-2025年中国综艺节目手机游戏开发
11.5.1 综艺手游开发现状
11.5.2 综艺手游市场排名
11.5.3 综艺手游市场困境

11.5.4 综艺手游发展策略
第十二章 2022-2025年中国综艺节目市场重点企业分析
12.1 灿星制作
12.1.1 企业基本信息简介
12.1.2 主营业务和产品分析
12.1.3 企业营收状况分析
12.1.4 企业竞争优势分析
12.1.5 未来发展规划
12.2 华录百纳
12.2.1 企业发展概况
12.2.2 经营效益分析
12.2.3 业务经营分析
12.2.4 财务状况分析
12.2.5 核心竞争力分析
12.2.6 公司发展战略
12.2.7 未来前景展望
12.3 光线传媒
12.3.1 企业发展概况
12.3.2 经营效益分析
12.3.3 业务经营分析
12.3.4 财务状况分析
12.3.5 核心竞争力分析
12.3.6 公司发展战略
12.3.7 未来前景展望
12.4 能量传播
12.4.1 企业发展概况
12.4.2 经营效益分析

12.4.3 业务经营分析
12.4.4 财务状况分析
12.4.5 核心竞争力分析
12.4.6 公司发展战略
12.4.7 未来前景展望
12.5 新文化
12.5.1 企业发展概况
12.5.2 经营效益分析
12.5.3 业务经营分析
12.5.4 财务状况分析
12.5.5 核心竞争力分析
12.5.6 公司发展战略
12.5.7 未来前景展望
12.6 华策影视
12.6.1 企业发展概况
12.6.2 经营效益分析
12.6.3 业务经营分析
12.6.4 财务状况分析
12.6.5 核心竞争力分析
12.6.6 公司发展战略
12.6.7 未来前景展望
12.7 浙富控股
12.7.1 企业发展概况
12.7.2 经营效益分析
12.7.3 业务经营分析
12.7.4 财务状况分析
12.7.5 核心竞争力分析

12.7.6 公司发展战略
12.7.7 未来前景展望
12.8 其他企业
12.8.1 天娱传媒
12.8.2 东方风行
12.8.3 欢乐传媒
第十三章 2025-2029年中国综艺节目市场发展前景及趋势分析
13.1 2023-2025年中国文化传媒行业投融资分析
13.1.1 行业融资规模
13.1.2 行业IPO数量
13.1.3 行业并购规模
13.1.4 行业投资机会
13.1.5 综艺节目投资
13.2 2025-2029年中国综艺节目市场发展前景
13.2.1 文娱产业工业化前景
13.2.2 虚拟现实新技术应用
13.2.3 市场横向整合成预期
13.3 2025-2029年中国综艺节目市场发展趋势
13.12.7 类型多元化
13.3.2 内容年轻化
13.3.3 模式原创化
13.4 电视综艺节目模式探索分析
13.4.1 综艺+跨屏互动
13.4.2 综艺+直播
13.4.3 综艺+VR
13.5 中投顾问对2025-2029年综艺节目市场预测分析
13.5.1 中投顾问对中国综艺节目市场发展因素分析

13.5.2 中投顾问对中国综艺节目市场规模预测

图表目录

图表 综艺节目的三种模式
图表 综艺节目发展的五个阶段
图表 综艺节目市场产业链
图表 全球人均电视节目观看时间
图表 2016-2020年全球电视节目行业收入
图表 全球综艺节目市场制播合一型运营模式
图表 全球综艺节目市场制播分离型运营模式
图表 英国电视制度变迁
图表 英国独立制作公司TOP5
图表 《Britain's Got Talent》收视人数
图表 《Britain's Got Talent》收视份额
图表 《X Factor》收视人数
图表 美国各类电视节目广告收入
图表 广播电视和有线电视黄金时段统计-各类型节目占比
图表 美国在线视频广告收看占比——按节目类型
图表 全美主要广播电台节目收视率TOP10
图表 美国著名综艺节目制作及放映信息
图表 美国电视节广告创收能力Top5
图表 《American Idol》收视人数
图表 《The Voice》收视人数
图表 韩国综艺节目产业链
图表 韩国综艺节目发展阶段、主要作品及成功要素
图表 韩国综艺节目基本元素
图表 韩国综艺节目制作主体的变化
图表 韩国流行的综艺节目简介

图表 Running Man 收视率
图表 《爸爸！我们去哪儿？》收视率
图表 日本综艺主要类型及代表作品
图表 日本综艺节目收视率TOP10
图表 日本平均收视率TOP30节目分布
图表 综艺节目行业监管政策
图表 我国娱乐监管条令梳理
图表 中国制播分离改革进程
图表 国内各大卫视制播分离推行情况
图表 全国各类综艺节目收视群体年龄分布
图表 综艺节目收视人群性别分布
图表 综艺节目收视份额与受教育程度
图表 综艺节目收视主力人群从事职业
图表 2012-2022年中国中产阶级群体规模
图表 80、90后对新闻的关注度对比分析
图表 2008-2021年中国网络视频用户规模及其使用率
图表 不同设备收看网络视频内容差异
图表 物联网时代的IP增值方式
图表 热门综艺节目的衍生节目开发情况
图表 热门综艺多维度跨界开发
图表 2021年综艺节目收视率排行榜TOP20
图表 2021年综艺节目类别及代表栏目一览表
图表 2021年综艺节目分布
图表 2011-2021年综艺节目的全年人均收视时长及增幅
图表 2021年综艺节目分月人均收视时长及增幅
图表 2013-2021年综艺节目分周天收视量比较
图表 2013-2021年综艺节目全天分时段收视量对比

图表 2013-2021年各级频道综艺节目收视贡献
图表 2014-2021年各级频道综艺节目播出及收视比重
图表 2021年各年龄段观众在不同级别频道收看综艺节目的分钟数
图表 2021年部分卫视真人秀播出情况
图表 2021年上星频道综艺栏目网络影响力综合指数TOP10
图表 2021年上星综艺栏目视频点击量TOP10
图表 2007-2021年我国获得《广播电视节目制作经营许可证》的机构数量及其增速
图表 2021年综艺节目冠名费TOP10排行榜
图表 2021年冠名费5000万以上节目制作方情况
图表 综艺节目运营模式
图表 中国六大主流综艺节目制作公司及其代表作品
图表 中国主流民营综艺节目制作公司营收及其合作卫星频道
图表 代表性的社会制作公司
图表 蓝色火焰与能量影视综艺节目营收对比
图表 影视公司综艺节目产品情况
图表 全球互联网使用人数
图表 中国互联网行业细分领域VC/PE融资分布
图表 网络综艺产业链
图表 2021年网络自制综艺网络播放量排行榜
图表 2021年各平台强势网络综艺类型及其播放量一览
图表 2021年网络综艺节目播放量TOP10
图表 2021年卫视综艺网络播放量TOP10
图表 2013-2021年网络综艺播放量
图表 主流视频平台版权支出和自制投入规模
图表 电视综艺与网络综艺制作费用对比
图表 2021年爱奇艺自制网络综艺
图表 2021年腾讯视频部分自制网络综艺

图表 2021年优酷土豆部分自制网络综艺
图表 2021年乐视视频部分自制网络综艺
图表 2021年芒果TV部分自制网络综艺
图表 部分电商+网综节目一览
图表 2021年网络综艺节目播放量TOP10
图表 2021年网络综艺节目播放量TOP10
图表 部分网络综艺节目制作成本
图表 2021年卫视播出综艺节目类型
图表 《奔跑吧兄弟4》平均收视率
图表 《全员加速中》分期收视概况（71城市）
图表 《跟着贝尔去冒险》分期收视走势（71城市）
图表 《极限挑战》分期收视率&微博提及次数
图表 各大卫视户外真人秀类综艺节目一览
图表 体育综艺真人秀节目产业链
图表 真人秀综艺节目冠名费排名
图表 基于真人秀IP开发的电影产品票房
图表 我国体育综艺发展历程
图表 部分体育综艺类节目
图表 2010-2025年体育产业产值
图表 2021年部分高收视音乐类真人秀节目播出概况
图表 2021年部分收视较高音乐类选秀节目收视概况（71城市）
图表 2021年全年综艺节目网媒关注度TOP10
图表 2013-2021年热门音乐节目合作平台一览
图表 2014-2021年卫视综艺节目类型
图表 《笑傲江湖》第三季第一期CSM35城收视率
图表 全网传播省级卫视综艺TOP20
图表 2014-2021年美食综艺大盘点

图表 食品品牌节目类型广告投放倾向
图表 2014-2021年各大卫视综艺脱口秀类节目一览
图表 2014-2021年养成类综艺一览
图表 2014-2021年娱乐职业体验类综艺节目一览
图表 五档明星体验类真人秀观众集中度
图表 《我们相爱吧》艺人微博提及次数
图表 《我们相爱吧》艺人组合微博提及次数
图表 2014-2021年各大卫视情感类综艺节目一览
图表 亲子类综艺节目一览
图表 《妈妈是超人》播放量及热度相关数据
图表 《妈妈是超人》、《火星情报局》和《明星大侦探》受众年龄和性别画像
图表 三档明星户外旅游类真人秀分期收视走势
图表 2014-2021年瘦身真人秀类综艺节目一览
图表 2014-2021年公益传播类综艺节目一览
图表 2014-2021年健康医学科普类综艺节目一览
图表 2014-2021年生活常识类综艺节目一览
图表 2009-2021年央视和省级上星频道收视分钟数
图表 2014-2021年综艺节目TOP50卫视占有率
图表 2015-2021年各大卫视收视率排名
图表 2015-2021年各大卫视收视率排名
图表 2021年浙江卫视晚间栏目平均收视排名
图表 浙江卫视牢守周五开辟周四
图表 2021年湖南卫视晚间栏目平均收视率
图表 2021年湖南卫视综艺节目开辟周日综艺
图表 2021年东方卫视晚间栏目平均收视率
图表 东方卫视捍卫周日拓展周六
图表 2021年江苏卫视晚间栏目平均收视率

图表 江苏卫视保守进攻抢占周日
图表 北京卫视发力剧场健康类综艺
图表 深圳卫视推出两大综艺系列以及“有志者”节目群
图表 山东卫视发力文化类节目带
图表 安徽卫视开辟新栏目
图表 电视综艺节目网络播放量TOP10
图表 国内互联网电视部分主要品牌内容合作方、牌照合作方及硬件合作方
图表 传统品牌电视机互联网品牌电视销量
图表 主流视频网站热门自制节目及2016 年自制节目计划
图表 综艺的营销方式
图表 中国广播电视广告收入市场规模
图表 2012-2021年互联网及移动互联网广告市场规模及其增速预测
图表 四大卫视综艺节目冠名费一览表
图表 部分综艺节目冠名费情况
图表 《奔跑吧兄弟》及《中国好声音》冠名费对比
图表 部分网络综艺冠名及合作品牌
图表 植入广告频次和时长
图表 植入广告品牌TOP20
图表 央卫视植入广告厂商数量对比
图表 各季度卫视植入广告厂商数量对比
图表 各季综艺节目数量和总播出期数
图表 部分衍生节目冠名商植入一览
图表 衍生节目植入效果对比分析
图表 四大卫视部分衍生节目植入一览
图表 衍生节目及综艺节目注入类型及时长占比
图表 四大卫视部分衍生节目冠名品牌植入时长及频次
图表 基于大数据的电视综艺节目精准营销框架

图表 灿星制作股权结构
图表 灿星制作产业链
图表 灿星制作过往栏目基本情况
图表 华录百纳历史发展沿革
图表 华录百纳重要子公司构成
图表 华录百纳业务组成
图表 华录百纳/蓝色火焰部分合作伙伴
图表 2019-2022年北京华录百纳影视股份有限公司总资产及净资产规模
图表 2019-2022年北京华录百纳影视股份有限公司营业收入及增速
图表 2019-2022年北京华录百纳影视股份有限公司净利润及增速
图表 2021-2022年北京华录百纳影视股份有限公司营业收入/主营业务分行业、产品、地区
图表 2019-2022年北京华录百纳影视股份有限公司营业利润及营业利润率
图表 2019-2022年北京华录百纳影视股份有限公司净资产收益率
图表 2019-2022年北京华录百纳影视股份有限公司短期偿债能力指标
图表 2019-2022年北京华录百纳影视股份有限公司资产负债率水平
图表 2019-2022年北京华录百纳影视股份有限公司运营能力指标
图表 2019-2022年北京光线传媒股份有限公司总资产及净资产规模
图表 2019-2022年北京光线传媒股份有限公司营业收入及增速
图表 2019-2022年北京光线传媒股份有限公司净利润及增速
图表 2021-2022年北京光线传媒股份有限公司营业收入/主营业务分行业、产品、地区
图表 2019-2022年北京光线传媒股份有限公司营业利润及营业利润率
图表 2019-2022年北京光线传媒股份有限公司净资产收益率
图表 2019-2022年北京光线传媒股份有限公司短期偿债能力指标
图表 2019-2022年北京光线传媒股份有限公司资产负债率水平
图表 2019-2022年北京光线传媒股份有限公司运营能力指标

图表 能量传播自成立以来制作发行的电视节目列表
图表 能量传播核心制作管理成员
图表 能量传播四大制作团队
图表 能量传播品牌综艺收视率
图表 能量传播合作卫视一览
图表 2019-2022年北京能量影视传播股份有限公司总资产及净资产规模
图表 2019-2022年北京能量影视传播股份有限公司营业收入及增速
图表 2019-2022年北京能量影视传播股份有限公司净利润及增速
图表 2021-2022年北京能量影视传播股份有限公司营业收入/主营业务分行业、产品、地区
图表 2019-2022年北京能量影视传播股份有限公司营业利润及营业利润率
图表 2019-2022年北京能量影视传播股份有限公司净资产收益率
图表 2019-2022年北京能量影视传播股份有限公司短期偿债能力指标
图表 2019-2022年北京能量影视传播股份有限公司资产负债率水平
图表 2019-2022年北京能量影视传播股份有限公司运营能力指标
图表 2019-2022年上海新文化传媒集团股份有限公司总资产及净资产规模
图表 2019-2022年上海新文化传媒集团股份有限公司营业收入及增速
图表 2019-2022年上海新文化传媒集团股份有限公司净利润及增速
图表 2021-2022年上海新文化传媒集团股份有限公司营业收入/主营业务分行业、产品、地区
图表 2019-2022年上海新文化传媒集团股份有限公司营业利润及营业利润率
图表 2019-2022年上海新文化传媒集团股份有限公司净资产收益率
图表 2019-2022年上海新文化传媒集团股份有限公司短期偿债能力指标
图表 2019-2022年上海新文化传媒集团股份有限公司资产负债率水平
图表 2019-2022年上海新文化传媒集团股份有限公司运营能力指标
图表 2019-2022年江华策影视股份有限公司总资产及净资产规模
图表 2019-2022年江华策影视股份有限公司营业收入及增速

图表 2019-2022年江华策影视股份有限公司净利润及增速
图表 2021-2022年江华策影视股份有限公司营业收入/主营业务分行业、产品、地区
图表 2019-2022年江华策影视股份有限公司营业利润及营业利润率
图表 2019-2022年江华策影视股份有限公司净资产收益率
图表 2019-2022年江华策影视股份有限公司短期偿债能力指标
图表 2019-2022年江华策影视股份有限公司资产负债率水平
图表 2019-2022年江华策影视股份有限公司运营能力指标
图表 2019-2022年浙富控股集团股份有限公司总资产及净资产规模
图表 2019-2022年浙富控股集团股份有限公司营业收入及增速
图表 2019-2022年浙富控股集团股份有限公司净利润及增速
图表 2021-2022年浙富控股集团股份有限公司营业收入/主营业务分行业、产品、地区
图表 2019-2022年浙富控股集团股份有限公司营业利润及营业利润率
图表 2019-2022年浙富控股集团股份有限公司净资产收益率
图表 2019-2022年浙富控股集团股份有限公司短期偿债能力指标
图表 2019-2022年浙富控股集团股份有限公司资产负债率水平
图表 2019-2022年浙富控股集团股份有限公司运营能力指标
图表 2011-2021年中国文化传媒企业VC/PE融资趋势
图标 2021年国内文化传媒行业细分领域VC/PE融资分布
图表 2015-2021年国内文化传媒企业VC/PE连续融资重点案例
图表 2021年国内文化传媒行业企业重大VC/PE融资案例
图表 2011-2021年中国文化传媒IPO融资规模
图表 2011-2021年国内文化传媒VC/PE机构IPO账面退出回报趋势图
图表 2011-2021年国内文化传媒并购市场宣布交易趋势图
图表 2011-2021年国内文化传媒并购市场完成交易趋势图
图表 2021年国内文化传媒企业重大并购案例
图表 电视节目行业的主要资本事件

图表 电视剧行业市场集中度

图表 中国电影制片发行机构TOP15市场份额

图表 中国电影院线票房集中度

图表 中投顾问对2025-2029年中国综艺节目市场规模预测

公司简介

深圳市中投顾问股份有限公司于2002 年在深圳成立，是中国领先的产业研究与产业战略咨询机构。十多年来，我们一直聚焦在"**产业**"领域，专注于**产业研究、产业规划、产业招商**及产业投资咨询服务。我们是国内**唯一**一家既有深厚的**产业研究**背景，又只专注于**产业投资与产业发展**服务的专业公司。对政府或园区，我们提供从产业规划到产业资源导入的一体化**产业发展咨询解决方案**；对企业，我们提供投资机会研究、投资地点选择、项目规划设计的一体化**产业投资咨询**服务。

十多年来，**深圳市中投顾问股份有限公司**已经为**十多万家**包括**政府机构、银行、研究所、行业协会、咨询公司、集团公司和各类投资公司**在内的单位提供了专业的产业研究报告、项目投资咨询及竞争情报研究服务，并得到客户的广泛认可；主导完成了上千家产业园区或地方政府的产业发展规划编制，协助数百家家地方政府推进招商工作和产业资源导入。

深圳市中投顾问股份有限公司把实践与理论相结合，提出了"空间是躯体，产业才是灵魂"的规划理念；提炼出"建链、补链、抢链、强链"的产业发展思路；总结出落地性极强的"预招商规划法"；提炼出"战术招商上升到战略招商才是破解招商困境关键"的招商工作新思维；归纳出"规划、招商、运营三维一体"的园区发展策略；创新提出城镇化建设要"遵循产城融合，更要注意产城协调"的科学发展模式；等等。

深圳市中投顾问股份有限公司以深厚的产业研究能力为基础，以"**规划+落地**"为服务理念，以"**咨询+资源**"为服务模式，已经成为中国最专业的产业研究咨询服务机构，并力争在未来5 年成为全球领先的产业投资与产业发展服务商。