

2015-2020年中国纪录片行业分析与投资趋势研究报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2015-2020年中国纪录片行业分析与投资趋势研究报告》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.chinairr.org/report/R13/R1303/201501/16-175639.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

纪录片是以真实生活为创作素材，以真人真事为表现对象，以不能虚构情节、不能用演员扮演、不能任意改换地点环境、不能变更生活进程为其基本特性。在人类影像发展史上，纪录片作为一种独特的艺术形式，试图寻求对现实世界的关照与摹写，把人类自身的发展和与自然的抗争以影像的形式再现或表现于世，它对于生活的逼真的批判性与尖锐性更给人类在高速发展的历程中以反思空间。

2013年中国播出纪录片约70000小时，其中首播节目约18000小时（只计算专业频道和卫视频道）。生产纪录片约11000多小时，其中纪录片作品大约1200小时，纪实栏目产品约9800小时。这一年，纪录片作品和纪实栏目显示出不同的发展趋向。中国纪录片产业由萌芽期进入高速发展期。2010年以来，3年市场总收入从10亿元增长到近23亿元，增长率为128%。纪录片专业频道公司化运作全面启动，民间力量迅猛崛起，市场化的制作体系正在形成。然而，2013年纪录片精品短缺，人才危机，版权交易价格远远低于市场价值，市场机制尚待完善。

2013年全球纪录片产业发展迅速，美国探索频道已在224个国家和地区落地，空中俯瞰台湾的纪录电影《看见台湾》创造了两亿新台币的票房奇迹。BBC蓝筹大片是其顶级纪录片品牌，也是其公共服务价值的体现。从2012年开始，CCTV-9成为BBC的重要合作伙伴，连续播出了《非洲》《改变地球的一代人》等4部大片，引发BBC信托基金会的不安。央视纪录频道成功地实现了中国文化国际传播，《超级工程》《春晚》《舌尖上的中国》等纪录片精品在英美主流电视频道播出，节目传播已经扩展到60多个国家和地区，在东南亚销售价格进入第一梯队，与美国探索、国家地理频道等知名品牌相近。2013年的海外销售额是纪录频道成立之前的248%。

本研究咨询报告由中国产业研究报告网领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、国家新闻出版广电总局、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布和提供的大量资料。对我国纪录片行业作了详尽深入的分析，是企业进行市场研究工作时不可或缺的重要参考资料，同时也可作为金融机构进行信贷分析、证券分析、投资分析等研究工作时的参考依据。

第一章 纪录片行业发展概述

1.1 行业相关概念

1.1.1 纪录片产业定义

1.1.2 纪录片产业分类

- 1.1.3 纪录片产业的外延及其所隶属的大行业
- 1.2 纪录片产业产品与服务
 - 1.2.1 纪录片产业主要业态
 - 1.2.2 纪录片产业组织形式
 - 1.2.3 纪录片产品种类与生产数量
- 1.3 纪录片产业投资特性分析
 - 1.3.1 纪录片产业赢利性
 - 1.3.2 纪录片产业成长性
 - 1.3.3 纪录片产业风险性
 - 1.3.4 纪录片业进入壁垒
- 1.4 纪录片业现行管理体制分析
 - 1.4.1 现行管理体制制约纪录片业的发展
 - 1.4.2 影视协会在市场管理中的作用
 - 1.4.3 对纪录片行业行政管理体制改革的建议

第二章 全球纪录片市场发展分析

- 2.1 2013年全球纪录片市场分析
 - 2.1.1 2013年全球纪录片市场回顾
 - 2.1.2 2013年全球纪录片市场环境
 - 2.1.3 2013年全球纪录片格局分析
 - 2.1.4 2013年全球纪录片行业发展分析
- 2.2 2014年全球纪录片市场分析
 - 2.2.1 2014年全球纪录片需求分析
 - 2.2.2 2014年全球纪录片行业发展分析
 - 2.2.3 2014年全球纪录片市场环境
 - 2.2.4 2014年中外纪录片市场对比
- 2.3 主要国家地区纪录片市场分析
 - 2.3.1 2013-2014年美国纪录片市场分析
 - 2.3.2 2013-2014年欧洲纪录片市场分析
 - 2.3.3 2013-2014年日本纪录片市场分析
 - 2.3.4 2013-2014年韩国纪录片市场分析

第三章 我国纪录片行业发展现状

3.1 纪录片市场的发展情况

3.1.1 纪录片市场的发展现状

3.1.2 我国纪录片业产业体系情况

3.1.3 中国纪录片行业面临的困难局面

3.1.4 关于纪录片行业产业链的分析

3.1.5 2014年纪录片市场新情况

3.1.6 2014年转型中的纪录片产业市场发展情况

3.1.7 纪录片市场外的利润增长点分析

3.2 2013-2014年纪录片业发展情况分析

3.2.1 2012年纪录片行业发展情况分析

3.2.2 2013年纪录片行业发展情况分析

3.2.3 2014年纪录片行业发展特点分析

3.2.4 2014年纪录片行业发展趋势

3.3 纪录片的供需分析

3.3.1 纪录片市场的需求情况

3.3.2 纪录片产品需求影响因素

3.3.3 纪录片产品供给的要素

3.3.4 我国纪录片产品供给情况

3.4 中国纪录片的问题和危机

3.4.1 当前纪录片市场面临的主要问题

3.4.2 纪录片出版社面临的结构性困局

3.4.3 纪录片产业的发展的危机

3.5 中国纪录片产业发展的机遇和建议

3.5.1 我国纪录片产业的机遇

3.5.2 我国纪录片行业发展的建议

第四章 我国纪录片市场发展研究

4.1 2014年我国纪录片市场发展研究

4.2 2014年我国纪录片市场情况

4.3 2014年我国纪录片市场结构分析

4.3.1 2014年我国纪录片市场结构现状

4.3.2 2014年我国纪录片市场结构分析

4.3.3 2014年我国纪录片市场结构发展

第五章 纪录片行业经济运行分析

5.1 2013-2014年纪录片产量分析

5.1.1 2013年纪录片产量分析

5.1.2 2014年纪录片产量分析

5.2 2013-2014年纪录片播出时长分析

5.2.1 2013年纪录片播出时长分析

5.2.2 2014年纪录片播出时长分析

5.3 2013-2014年我国纪录片行业绩效分析

5.3.1 2013-2014年行业规模情况

5.3.2 2013-2014年行业盈利能力

5.3.3 2013-2014年行业经营发展能力

5.3.4 2013-2014年行业偿债能力分析

第六章 中国纪录片产业消费者行为调研

6.1 消费者题材偏好调研

6.1.1 不同性别纪录片题材偏好调研

6.1.2 不同年龄纪录片题材偏好调研

(1) 20岁以下纪录片题材偏好调研

(2) 20-40岁纪录片题材偏好调研

(3) 40岁以上纪录片题材偏好调研

6.2 消费者行为习惯调研

6.2.1 不同性别观众结构调研

(1) 男性观众结构调研

(2) 女性观众结构调研

6.2.2 不同年龄观众结构调研

(1) 观众结构调研总体情况

(2) 15-24岁观众结构调研

(3) 25-39岁观众结构调研

(4) 40-50岁观众结构调研

6.2.3 观众消费频次调研

- (1) 不同性别观众消费频次调研
- (2) 不同年龄观众消费频次调研
- (3) 不同职业观众消费频次调研
- (4) 不同学历观众消费频次调研

6.2.4 观众选择纪录片因由调研

6.2.5 观众观看纪录片的途径调研

第七章 中国新媒体对纪录片产业的影响分析

7.1 中国新媒体发展分析

7.1.1 新媒体定义

7.1.2 新媒体特点分析

7.1.3 新媒体发展分析

- (1) 手机发展分析
- (2) IPTV发展分析
- (3) 数字电视发展分析
- (4) 移动电视发展分析

7.1.4 新媒体在产业中的应用

7.2 中国新媒体的发展对纪录片产业的影响

7.2.1 新媒体给纪录片产业带来的机遇

- (1) 有助于杜绝盗版门槛
- (2) 降低了纪录片的播放门槛
- (3) 引领中国纪录片产业新发展
- (4) 纪录片发行的重要渠道

7.2.2 新媒体给纪录片产业带来的挑战

- (1) 盈利模式尚在摸索
- (2) 扰乱新媒体的电影市场
- (3) 对产业的运营管理提出挑战

第六章 中国纪录片成功案例分析

6.1 《舌尖上的中国》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

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 《人与自然》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

6.2.6 节目成功经验借鉴

6.3 《探索发现》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

6.3.6 节目成功经验借鉴

6.4 《天网》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

6.4.6 节目成功经验借鉴

6.5 《经典创奇》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

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

6.5.6 节目成功经验借鉴

第七章 纪录片单位竞争策略分析

7.1 纪录片市场竞争策略分析

7.1.1 2014年纪录片市场增长潜力分析

7.1.2 2014年纪录片主要潜力产品分析

7.1.3 现有纪录片产品竞争策略分析

7.1.4 潜力纪录片品种竞争策略选择

7.2 纪录片企业竞争策略分析

7.2.1 2015-2020年纪录片竞争格局展望

7.2.2 2015-2020年纪录片竞争策略分析

第八章 纪录片行业发展趋势分析

8.1 我国纪录片行业前景与机遇分析

8.1.1 我国纪录片行业发展前景

8.1.2 我国纪录片发展机遇分析

8.1.3 2015年纪录片的发展机遇分析

8.2 2015-2020年中国纪录片市场趋势分析

- 8.2.1 2015-2020年纪录片市场趋势总结
- 8.2.2 2015-2020年纪录片发展趋势分析
- 8.2.3 2015-2020年纪录片市场发展空间
- 8.2.4 2015-2020年纪录片产业政策趋向
- 8.2.5 2015-2020年纪录片技术革新趋势
- 8.2.6 2015-2020年纪录片价格走势分析

第九章 未来纪录片行业发展预测

- 9.1 未来纪录片需求与消费预测
 - 9.1.1 2015-2020年纪录片消费预测
 - 9.1.2 2015-2020年纪录片市场规模预测
- 9.2 2015-2020年中国纪录片行业供需预测
 - 9.2.1 2015-2020年中国纪录片供给预测
 - 9.2.2 2015-2020年中国纪录片需求预测
 - 9.2.3 2015-2020年中国纪录片供需平衡预测

第十章 研究结论和建议

- 10.1 研究结论
- 10.2 建议

图表目录

- 图表：2013-2014年中国播出纪录片时长分析
- 图表：2013-2014年中国播出纪录片时长（首播节目）分析
- 图表：2013-2014年中国生产纪录片时长分析
- 图表：2013-2014年中国纪录片总收入分析
- 图表：2013-2014年我国国内生产总值情况
- 图表：2013-2014年国内生产总值及增长速度
- 图表：2013-2014年新建商品房情况
- 图表：2013-2014年城镇就业情况
- 图表：2013-2014年城镇新增就业人数
- 图表：2013-2014年国家外汇储备及增长速度
- 图表：2013-2014年公共财政收入及增长速度

图表：2014年国内生产总值情况

图表：2014年社会消费品零售总额

图表：2014年社会消费品零售总额（按经营单位分）

图表：2014年社会消费品零售总额（按经营单位分）

图表：2013-2014年全国消费价格涨幅

图表：2013-2014年居民消费价格涨幅

图表：2013-2014年全国消费价格涨幅

图表：猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况

图表：中国纪录片男性观众年龄占比

图表：中国纪录片女性观众年龄占比

图表：中国纪录片观众年龄占比

图表：中国纪录片不同性别观众每月消费频次

图表：中国纪录片不同年龄段观众每月消费频次

图表：中国纪录片不同职业观众每月消费频次

图表：2015-2020年中国生产纪录片时长预测

图表：2015-2020年中国纪录片总收入预测略……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1303/201501/16-175639.html>