

# 2021-2027年中国纪录片市场深度研究与前景趋势报告

## 报告目录及图表目录

## 一、报告报价

《2021-2027年中国纪录片市场深度研究与前景趋势报告》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/R03/R0305/202101/11-380818.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](mailto: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

纪录片作为一种独特的艺术形式,试图寻求对真实世界的关照与摹写,在如今越来越娱乐化、平面化的媒体时代,纪录片自身并不具备大众娱乐的属性,而更偏向于精英文化的范畴。这使得纪录片在不经加工和营销等手段的辅助下,利用本身属性很难成为被大众所关注的流行文化产品。

目前进入中国纪录片市场进行投资的资本,大多来自国家机构或国有企业,其资本投入的目的也是公益性的,并不具备直接赢利的目的。这种非市场化的诉求行为也使得纪录片产业整体缺乏商业属性和商业运作机制。

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国纪录片市场深度研究与前景趋势报告》共十二章。首先介绍了中国纪录片行业市场发展环境、纪录片整体运行态势等,接着分析了中国纪录片行业市场运行的现状,然后介绍了纪录片市场竞争格局。随后,报告对纪录片做了重点企业经营状况分析,最后分析了中国纪录片行业发展趋势与投资预测。您若想对纪录片产业有个系统的了解或者想投资中国纪录片行业,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 纪录片行业发展概述

#### 1.1 行业相关概念

##### 1.1.1 纪录片行业定义

##### 1.1.2 纪录片行业分类

##### 1.1.3 纪录片行业的外延及其所隶属的大行业

#### 1.2 纪录片行业产品与服务

##### 1.2.1 纪录片行业主要业态

##### 1.2.2 纪录片行业组织形式

##### 1.2.3 纪录片产品种类与生产数量

#### 1.3 纪录片行业投资特性分析

##### 1.3.1 纪录片行业赢利性

##### 1.3.2 纪录片行业成长性

### 1.3.3 纪录片行业风险性

### 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

## 第二章全球纪录片所属行业市场发展分析

### 2.1 2019年全球纪录片市场分析

#### 2.1.1 2019年全球纪录片市场回顾

#### 2.1.2 2019年全球纪录片市场环境

#### 2.1.3 2019年全球纪录片格局分析

#### 2.1.4 2019年全球纪录片行业发展分析

### 2.2 2019年全球纪录片市场分析

#### 2.2.1 2019年全球纪录片需求分析

#### 2.2.2 2019年全球纪录片行业发展分析

#### 2.2.3 2019年全球纪录片市场环境

#### 2.2.4 2019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 2015-2019年美国纪录片市场分析

#### 2.3.2 2015-2019年欧洲纪录片市场分析

#### 2.3.3 2015-2019年日本纪录片市场分析

#### 2.3.4 2015-2019年韩国纪录片市场分析

## 第三章我国纪录片所属行业发展现状

### 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 2019年纪录片市场新情况

#### 3.1.6 2019年转型中的纪录片所属行业市场发展情况

- 3.1.7 纪录片市场外的利润增长点分析
- 3.2 2015-2019年纪录片业所属行业发展情况分析
  - 3.2.1 2019年纪录片行业发展情况分析
  - 3.2.2 2019年纪录片行业发展情况分析
  - 3.2.3 2019年纪录片行业发展特点分析
  - 3.2.4 2019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 纪录片行业发展的危机
- 3.5 中国纪录片行业发展的机遇和建议
  - 3.5.1 我国纪录片行业的机遇
  - 3.5.2 我国纪录片行业发展的建议

#### 第四章我国纪录片所属行业市场发展研究

- 4.1 2019年我国纪录片市场发展研究
- 4.2 2019年我国纪录片市场情况
- 4.3 2019年我国纪录片市场结构分析
  - 4.3.1 2019年我国纪录片市场结构现状
  - 4.3.2 2019年我国纪录片市场结构分析
  - 4.3.3 2019年我国纪录片市场结构发展

#### 第五章纪录片所属行业经济运行分析

- 5.1 2015-2019年纪录片所属行业产量分析
  - 5.1.1 2019年纪录片产量分析
  - 5.1. 2019年纪录片产量分析
- 5.2 2015-2019年纪录片播出时长分析

- 5.2.1 2019年纪录片播出时长分析
- 5.2.2 2019年纪录片播出时长分析
- 5.3 2015-2019年我国纪录片所属行业绩效分析
  - 5.3.1 2015-2019年所属行业规模情况
  - 5.3.2 2015-2019年所属行业盈利能力
  - 5.3.3 2015-2019年所属行业经营发展能力
  - 5.3.4 2015-2019年所属行业偿债能力分析

## 第六章中国纪录片行业消费者行为调研

- 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行业的影响分析

### 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行业的影响

#### 7.2.1新媒体给纪录片行业带来的机遇

##### (1) 有助于杜绝盗版门槛

##### (2) 降低了纪录片的播放门槛

##### (3) 引领中国纪录片行业新发展

##### (4) 纪录片发行的重要渠道

#### 7.2.2新媒体给纪录片行业带来的挑战

##### (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

## 第八章中国纪录片成功案例分析

### 8.1《舌尖上的中国》深度分析

#### 8.1.1节目概况

##### (1) 节目简介

##### (2) 制作团队简介

#### 8.1.2节目特色分析

##### (1) 内容特色

##### (2) 形式特色

#### 8.1.3节目收视率分析

#### 8.1.4节目受众群体分析

#### 8.1.5节目热播原因分析

## 8.1.6 节目成功经验借鉴

(1) 精确市场定位

(2) 适时传播策略

## 8.2 《人与自然》深度分析

### 8.2.1 节目概况

(1) 节目简介

(2) 制作团队简介

### 8.2.2 节目特色分析

### 8.2.3 节目收视率分析

### 8.2.4 节目受众群体分析

### 8.2.5 节目热播原因分析

### 8.2.6 节目成功经验借鉴

## 8.3 《探索发现》深度分析

### 8.3.1 节目概况

(1) 节目简介

(2) 制作团队简介

### 8.3.2 节目特色分析

### 8.3.3 节目收视率分析

### 8.3.4 节目受众群体分析

### 8.3.5 节目热播原因分析

### 8.3.6 节目成功经验借鉴

## 8.4 《天网》深度分析

### 8.4.1 节目概况

(1) 节目简介

(2) 制作团队简介

### 8.4.2 节目特色分析

### 8.4.3 节目收视率分析

### 8.4.4 节目受众群体分析

### 8.4.5 节目热播原因分析

### 8.4.6 节目成功经验借鉴

## 8.5 《经典创奇》深度分析

### 8.5.1 节目概况



(1) 节目简介

(2) 制作团队简介

8.5.2 节目特色分析

8.5.3 节目收视率分析

8.5.4 节目受众群体分析

8.5.5 节目热播原因分析

8.5.6 节目成功经验借鉴

## 第九章 纪录片单位竞争策略分析

9.1 纪录片市场竞争策略分析

9.1.1 2019年纪录片市场增长潜力分析

9.1.2 2019年纪录片主要潜力产品分析

9.1.3 现有纪录片产品竞争策略分析

9.1.4 潜力纪录片品种竞争策略选择

9.2 纪录片企业竞争策略分析

9.2.1 2021-2027年纪录片竞争格局展望

9.2.2 2021-2027年纪录片竞争策略分析

## 第十章 纪录片行业发展趋势分析

10.1 我国纪录片行业前景与机遇分析

10.1.1 我国纪录片行业发展前景

10.1.2 我国纪录片发展机遇分析

10.1.3 2019年纪录片的发展机遇分析

10.2 2021-2027年中国纪录片市场趋势分析

10.2.1 2015-2019年纪录片市场趋势总结

10.2.2 2021-2027年纪录片发展趋势分析

10.2.3 2021-2027年纪录片市场发展空间

10.2.4 2021-2027年纪录片行业政策趋向

10.2.5 2021-2027年纪录片技术革新趋势

10.2.6 2021-2027年纪录片价格走势分析

## 第十一章 未来纪录片行业发展预测

## 11.1未来纪录片需求与消费预测

### 11.1.1 2021-2027年纪录片消费预测

### 11.1.2 2021-2027年纪录片市场规模预测

## 11.2 2021-2027年中国纪录片行业供需预测

### 11.2.1 2021-2027年中国纪录片供给预测

### 11.2.2 2021-2027年中国纪录片需求预测

### 11.2.3 2021-2027年中国纪录片供需平衡预测

## 第十二章研究结论和建议

### 12.1研究结论

### 12.2建议

## 图表目录：

图表：2015-2019年中国播出纪录片时长分析

图表：2015-2019年中国播出纪录片时长（首播节目）分析

图表：2015-2019年中国生产纪录片时长分析

图表：2015-2019年中国纪录片总收入分析

图表：2015-2019年我国国内生产总值情况

图表：2015-2019年国内生产总值及增长速度

图表：2015-2019年新建商品房情况

图表：2015-2019年城镇就业情况

图表：2015-2019年城镇新增就业人数

图表：2015-2019年国家外汇储备及增长速度

图表：2015-2019年公共财政收入及增长速度

图表：2019年国内生产总值情况

图表：2019年社会消费品零售总额（按经营单位分）

图表：2019年社会消费品零售总额（按经营单位分）

图表：2015-2019年全国消费价格涨幅

图表：2015-2019年居民消费价格涨幅

图表：2015-2019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

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0305/202101/11-380818.html>