2020-2026年中国电视剧市场深度评估与投资前景预测报告

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

《2020-2026年中国电视剧市场深度评估与投资前景预测报告》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/202007/175738.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

2017年电视剧甲种制作许可证机构数量下降；2010-2017年电视剧备案总数年复合增速4.5%，整体趋于稳定；电视剧发行数量下降，发行率逐年递减。2010-2017年电视剧制作许可证（甲种）机构

2017年纯网剧整体上线数量295部，同比下降15%；总播放量1631.3亿次，同比增长83%，平均单部作品点击量大幅提升；2017年排名前十纯网剧合计点击量463亿次，同比增长23%。2015年-2017年纯网剧上线数量（部）

中企顾问网发布的《2020-2026年中国电视剧市场深度评估与投资前景预测报告》共七章。首先介绍了中国电视剧行业市场发展环境、电视剧整体运行态势等，接着分析了中国电视剧行业市场运行的现状，然后介绍了电视剧市场竞争格局。随后，报告对电视剧做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国电视剧行业发展趋势与投资预测。您若想对电视剧产业有个系统的了解或者想投资中国电视剧行业，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.一章中国电视剧行业发展背景
1.1 电视剧行业的界定
1.1.1 电视剧行业界定
（1）电视剧的定义及分类
（2）电视剧行业的内涵
1.1.2 电视剧行业特点
（1）具有娱乐性和教育性双重属性
（2）经营模式特殊
（3）电视剧制作机构区域性集中
（4）电视剧行业不具明显的季节性和周期性
1.1.3 电视剧行业发展历程
（1）初创阶段（1955年-1965年）
（2）停滞阶段（1966年-1977年）

（3）萌芽阶段（1978年-1989年）
（4）发展阶段（1990年-2003年）
（5）逐步成熟阶段（2004年至今）
1.2 电视剧行业监管体系
1.2.1 行业主管部门
（1）中共中央宣传部
（2）国家广播电影电视总局
1.2.2 行业监管体制
（1）电视剧经营许可制度
（2）电视剧备案公示和摄制行政许可
（3）电视剧内容审查许可
（4）电视剧播出审查
1.2.3 行业主要法律法规及政策
1.3 电视剧行业影响因素分析
1.3.1 电视剧行业内部影响因素分析
（1）电视剧生产制作因素分析
1）剧本及编剧状况
2）制片机构状况
（2）电视剧市场经营模式分析
1）供求状况
2）发行销售
3）盈利模式
（3）电视剧播出渠道分析
1）中国特色的电视台垄断地位
2）多元化播出平台的影响分析
1.3.2 电视剧行业外部影响因素分析
（1）需求因素分析
1）潜在观众需求
2）实际购买力和购买欲望
3）中国电视剧需求市场的评价
（2）产业融资因素分析
1）融资规模分析

2）融资渠道及体制
（3）新技术影响因素分析
1）新数字媒体的时代特征
2）数字付费电视的影响

第二章中国电视剧行业发展分析
2.1 全球电视剧市场发展状况
2.1.1 全球电视剧市场分析
（1）全球所有节目类型分析
（2）全球人均收视时间分析
（3）全球性影响的电视剧分析
（4）区域性影响的电视剧分析
（5）本国性影响的电视剧分析
（6）国际电视剧业发展趋势分析
2.1.2 美国电视剧市场发展分析
（1）美国电视剧市场概况
（2）美国电视剧盈利模式
（3）美国电视剧最新动向
2.1.3 韩国电视剧市场发展分析
（1）2016年韩国电视剧发展概况
（2）韩剧年度收视TOP10分析
（3）案例分析：《面包王金卓求》的成功秘诀
2.1.4 加拿大电视剧市场发展分析
（1）英、法语收视差异分析
（2）2018加拿大电视剧市场概况
（3）加拿大对电视剧的投入与收获
2.1.5 日本电视剧市场发展分析
（1）日本电视产业概述
（2）日剧年度收视TOP10分析
2.2 中国电视剧行业产业链分析
2.2.1 电视剧行业产业链
（1）电视剧行业产业链结构

（2）电视剧上游行业情况及其影响
（3）电视剧下游行业情况及其影响
2.2.2 大陆、美国、香港电视剧产业链比较分析
（1）电视剧生产制作模式比较
1）制播方式比较
2）内容结构比较
3）制作主体比较
4）版权机制比较
（2）电视剧营销模式比较
1）分销渠道比较
2）节目播出方式比较
3）节目经营比较
4）节目售卖比较
（3）电视剧的衍生产品比较
2.2.3 电视剧行业盈利模式分析
（1）电视剧产业价值链构成
（2）电视剧行业盈利模式
2.3 中国电视剧行业发展状况
2.3.1 电视剧行业发展现状2010-2017年电视剧备案及获准发行数量情况
（1）电视剧行业规模分析
（2）电视剧交易额分析
2.3.2 电视剧行业市场集中度分析
2.3.3 电视剧行业存在问题解析
（1）产能过剩，收视时长和观众量下降
（2）资本过热，电视剧创新不足
（3）电视剧行业泡沫多
（4）电视剧出口不力
2.3.4 优质电视剧拥有广阔市场空间
（1）电视剧播出份额受综艺节目影响有限
（2）“独播化”推升优质电视剧需求
1）播出环节格局演变趋势
2）卫视具有推进“独播化”的意愿

3）优质电视剧播出需求有3-4倍的增长空间
（3）优质电视剧价格上涨趋势仍将持续
2.3.5 自制剧与定制剧分析
（1）自制剧、独播剧与定制剧的概念
（2）国内自制剧分析
（3）定制剧与自制剧的现状
（4）国内定制剧将占据主流
2.3.6 电视剧行业发展趋势分析
（1）电视剧将步入卖方市场
（2）电视剧走向整合播出
（3）电视剧资源正成为电视频道影响力的分水岭
（4）电视剧已进入多媒体传播时代
（5）电视剧进入大片时代
（6）电视台将越来越深入地介入电视剧生产
（7）现实题材电视剧将大行其道

第三章中国电视剧制作与发行分析
3.1 中国电视剧剧本策划分析
3.1.1 电视剧剧本策划概述
3.1.2 2018年电视剧剧本题材分析
（1）当代剧
（2）现代剧
（3）近代剧
（4）古代剧
（5）重大剧
3.1.3 近年来我国热播电视剧题材分析
（1）谍战剧
（2）军旅题材剧
（3）族群迁徙剧
（4）社会伦理剧
（5）青春偶像剧
3.1.4 2018年我国电视剧创作特征分析

（1）现实家庭情感剧
（2）名著改编
（3）类型化电视剧
3.2 中国电视剧融资分析
3.2.1 电视剧融资环境分析
3.2.2 电视剧融资特点分析
（1）融资目标明确
（2）方式灵活多样
（3）高风险高回报
3.2.3 电视剧融资渠道与方式
（1）向金融机构贷款
（2）股票融资
（3）向社会募集资金
（4）与电视台合作
（5）政府融资
3.2.4 电视剧融资策略分析
3.3 中国电视剧生产制作分析
3.3.1 电视剧生产情况综述
（1）年度申报剧目
（2）年度完成剧目
（3）主要题材比例
（4）制作机构数量
3.3.2 电视剧生产历年对比分析
（1）申报剧目五年对比
（2）完成剧目五年对比
（3）制作机构数量历年对比
3.3.3 2018年我国电视剧生产特征分析
3.4 中国电视剧发行分析
3.4.1 电视剧发行方式
（1）自主发行
（2）委托发行
3.4.2 电视剧的两次发行

3.4.3 电视剧的四级发行市场
3.4.4 传统模式下国产电视剧的发行弊端
（1）官方意识形态掌控播放内容
（2）“刻板审查”制度导致资源浪费
（3）固定插播广告引起受众流失
3.4.5 新媒体环境开创电视剧发行的新渠道
（1）电视剧经电视台和网络同步或跟从播出
（2）电视剧经网络走红后电视台再次播映
（3）电视剧以互联网作为播放的首映平台
（4）互联网网站直接投拍网络电视剧
3.4.6 国产电视剧网络发行模式的前景探讨

第四章中国电视剧播出、收视与收入分析
4.1 中国电视剧播出分析
4.1.1 电视剧十年播出大势盘点
（1）播出份额
（2）收视份额
（3）资源使用率
4.1.2 中央、省卫视电视剧播出比重五年对比分析
4.1.3 中央、省上星、省地面、城市台电视剧市场占有五年对比分析
（1）省卫视市场占有分析
（2）央视市场占有分析
（3）省级地面频道市场占有分析
4.1.4 不同类型电视剧播出比重历年变化观察
（1）当今主力剧目类型分析
（2）央视偏好剧型分析
（3）省卫视偏好剧型分析
（4）省地面频道偏好剧型分析
（5）城市频道偏好剧型分析
4.1.5 2018年我国电视剧播出特征分析
4.2 中国电视剧收视分析
4.2.1 2018年度电视剧收视总量分析

4.2.2 各类节目收视量十年对比分析
4.2.3 电视剧主要观众状况
（1）电视剧是女性剧
（2）电视剧是中年剧
（3）电视剧是低学历观众剧
（4）电视剧是退休者之重要寄托
（5）电视剧是低收入者的重要娱乐方式
（6）电视剧观众集中度高于平均水平，广告价值高
4.2.4 2018年度电视剧TOP10分析
（1）央视年度内地剧收视TOP
（2）省级卫视年度内地剧收视TOP
（3）年度引进剧收视TOP
（4）年度电视剧播出频道收视TOP
4.2.5 优质电视剧分析
（1）优质电视剧的标准
（2）优质电视剧的生产
（3）优质电视剧的传播
（4）培育优质电视剧的建议
4.2.6 热播优质电视剧特征分析
4.3 中国电视剧收入分析
4.3.1 电视剧销售收入分析
（1）电视剧播出版权收入
（2）电视剧网络版权收入
4.3.2 电视剧广告分析
（1）电视剧广告收入
（2）电视剧广告市场份额
（3）电视剧广告投放形式
（4）电视剧广告发展趋势
4.3.3 电视剧相关产业开发分析
（1）纵向开发
1）版权销售
2）音像出版业

3）影视基地
（2）横向开发
1）旅游业
2）服装化妆品行业
3）文化教育产业

第五章中国电视剧行业热点专题分析
5.1 中国制播分离制度分析
5.1.1 制播分离政策环境分析
（1）电视剧制播机制摸索阶段（1986年-1994年）
（2）有所限制但不乏鼓励探索阶段（1995年-1999年）
（3）制播分离实践谨慎探索的一年（2000年）
（4）广播电视产业和体制整合、转型的关键时期（2001年-2009年）
（5）指导制播分离具体实施阶段（2016年至今）
5.1.2 制播分离模式分析
（1）栏目承包制
（2）节目购买型
（3）全频道的制播分离
（4）整体的制播分离型
5.1.3 制播分离的现状分析
（1）制播分离的重要性解析
（2）制播分离体制存在的问题
5.2 中国三网融合对电视剧的影响分析
5.2.1 三网融合概述
（1）三网融合定义及涉及领域
（2）三网融合包含四要素分析
（3）发展三网融合的积极意义
（4）三网融合受益方分析
5.2.2 三网融合对电视剧的影响分析
（1）三网融合背景下民营电视剧的版权分析
1）版权交易现状分析
2）版权交易困境分析

3）版权管理分析
（2）三网融合利于电视剧的发展
5.2.3 2018年以来三网融合进展分析
（1）三网融合的阶段性目标确定
（2）第.一批三网融合试点地区（城市）名单公布
（3）《关于加强三网融合试点地区IPTV集成播控平台建设有关问题的通知》
（4）北京三网融合试点方案获批
（5）首批12个试点地区启动“双向进入”申报
5.3 中国网络电视剧发展分析
5.3.1 中国视频网民状况概述
（1）视频网民人数
（2）视频网民结构
（3）网民最关注视频类型
（4）2016年度网民最关注电视剧分析
（5）2013/2016年网民最关注电视剧对比分析
1）网络观剧人数上升
2）家庭伦理、都市情感题材最受欢迎
3）战争、谍战剧关注度明显下降
4）热闹剧网台同步播出成常态
5.3.2 网络电视剧盈利模式分析
（1）广告模式
（2）用户付费模式（B2C）
（3）版权营销模式（B2B）
（4）资本层面收益模式
5.3.3 网络自制剧分析
（1）网络自制剧的缘起
（2）2016年度主要网络自制剧
（3）网络自制剧基本盈利模式：整合营销
（4）网络自制剧前景分析
5.3.4 网络电视剧对传统电视剧的冲击

第六章中国电视剧制作机构经营分析

6.1 中国电视剧制作机构总体概况
6.2 中国电视剧民营制作机构经营分析
6.2.1 浙江华策影视股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业电视剧制作分析
（4）企业经营优劣势分析
（5）企业最新发展动向
6.2.2 华谊兄弟传媒股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业电视剧制作分析
（4）企业经营优劣势分析
（5）企业最新发展动向
6.2.3 中视传媒股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业电视剧制作分析
（4）企业经营优劣势分析
（5）企业最新发展动向
6.2.4 北京光线传媒股份有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业电视剧制作分析
（4）企业经营优劣势分析
（5）企业最新发展动向
6.2.5 海润影视集团有限公司
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业电视剧制作分析
（4）企业经营优劣势分析
（5）企业最新发展动向

第七章中国电视剧行业投资分析
7.1 中国电视剧行业投资特性分析
7.1.1 电视剧行业进入壁垒
（1）政策准入壁垒
（2）资源整合壁垒
（3）发行渠道壁垒
（4）品牌效应的无形障碍
7.1.2 电视剧行业市场供求分析
（1）整体供需状况为供大于求
（2）需求呈增加趋势
（3）精品剧供不应求
7.1.3 电视剧行业利润水平分析
7.2 中国电视剧行业发展有利与不利因素分析
7.2.1 电视剧行业有利因素分析
（1）政策支持
（2）物质生活水平的提高带动文化消费增长
（3）电视广告投放量增长促进行业发展
（4）电视台竞争日益市场化
（5）三网融合将带动传媒行业产业链的发展
（6）新技术应用为产业发展带来机遇
（7）海外市场发展空间巨大拓宽行业盈利渠道
7.2.2 电视剧行业不利因素分析
（1）盗版冲击
（2）国际市场竞争冲击
（3）资金瓶颈限制
7.3 中国电视剧行业投资建议
7.3.1 电视剧行业投资概况
（1）2016年度制作资金总量
（2）2016年度电视剧投资特点分析
7.3.2 电视剧行业投资兼并与重组分析
（1）电视剧行业投资兼并与重组事件

（2）电视剧行业投资兼并与重组动向
7.3.3 电视剧行业投资风险分析
（1）政策监管风险
（2）电视剧适销性的风险
（3）侵权盗版风险
（4）受”限播令”影响的风险
（5）税收政策风险
（6）市场竞争加剧风险
（7）知识产权纠纷风险
（8）制作成本上升风险
（9）联合投资制作风险
（10）安全生产的风险
7.3.4 电视剧行业投资建议

图表目录：

图表 1：2018年/2016年全球主要电视节目类型变化对比
图表 2：2013-2018年全球人均收视时间历年变化
图表 3：电视剧行业产业链结构图
图表 4：电视剧行业盈利模式图
图表 5：2013-2018年电视剧制作机构数量统计（单位：家）
图表 6：2013-2018年全国电视台数量统计（单位：家）
图表 7：2013-2018年电视剧交易额及获准发行新剧数量（单位：亿元，部）
图表 8：2018年各种销售渠道电视剧销售额占比情况（单位：%）
图表 9：2018年制作单位获发行许可证数量统计（含合拍剧）（单位：部，集，%）
图表 10：江苏卫视周六不同时段5秒广告刊例价（单位：元）
图表 11：湖南卫视周六不同时段5秒广告刊例价（单位：元）
图表 12：广东卫视周六不同时段5秒广告刊例价（单位：元）
图表 13：云南卫视周六不同时段5秒广告刊例价（单位：元）
图表 14：2013-2018年央视综艺节目、电视剧收播份额变化情况（单位：%）
图表 15：2013-2018年省级卫视综艺节目、电视剧收播份额变化情况（单位：%）
图表 16：2013-2018年综艺节目受监管影响情况不完全统计
图表 17：2016年美国电视节目广告收入排行（单位：万美元/30分钟）

图表 18：2013-2018年全国电视台及频道数量统计（单位：台，套）
图表 19：2013-2018年电视剧收播比重（样本城市）（单位：%）
图表 20：2013-2018年各级频道收视市场份额变化（历年所有样本城市）（单位：%）
图表 21：2018年全国城市卫视频道覆盖率前二十名（单位：%）
图表 22：2018年全国样本城市市场份额前二十名（单位：%）
图表 23：2013-2018年电视剧播出及审批发行统计（单位：部，集，遍）
图表 24：2013-2018年部分热播剧单集售价（不含网络版权收入）（单位：万元）
图表 25：2013-2018年全国电视剧采购支出占电视广告收入比重（单位：亿元，%）
图表 26：2013-2018年中央电视台及部分省级电视台广告收入情况（单位：亿元）
图表 27：2018年电视剧制作机构类型及产量占比情况（单位：%）
图表 28：2018年被外界统计为自制剧的电视剧实际制作方情况
图表 29：2018年不同类型电视剧制作公司盈亏状况（单位：%）

详细请访问：http://www.cction.com/report/202007/175738.html