

# 2022-2028年中国电视剧市场全景调查与投资战略报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国电视剧市场全景调查与投资战略报告》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/202208/314559.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

电视剧（TVplay; teleplay; TV drama; TV serial;）一种专为在电视上播映的演剧形式。它兼容电影、戏剧、文学、音乐、舞蹈、绘画、造型等现代艺术诸元素，是一种适应电视广播特点、融合舞台和电影艺术的表现方法而形成的现代艺术样式。一般分单本剧和系列剧（电视影集）。电视剧是随着电视广播事业的诞生而发展起来的，在这幕后有一定的推动作用致使一些电视剧网站孕育而生，比较典型的分类电视剧在线观看网站很受大众的喜爱。生活中，电视剧的定义已经狭义化，仅指电视剧集系列，而非其他形式。“电视剧”的概念是中国特有的，在美国称“电视戏剧”，在苏联称“电视故事片”，在日本称“电视小说”。

电视剧（又称为剧集、电视戏剧节目、电视戏剧或电视系列剧）是一种适应电视广播特点、融合舞台和电影艺术的表现方法而形成的艺术样式。一般分单元剧和连续剧，利用电视技术制作并通过电视网放映。电视发明后不断普及，最后改变大家对艺术欣赏的方式。电视剧的播放平台一般叫剧场。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国电视剧市场全景调查与投资战略报告》共十三章。首先介绍了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 电视剧产业概述

#### 1.1 电视剧的概念解析

##### 1.1.1 电视剧的基本定义

##### 1.1.2 电视剧产业的定义

##### 1.1.3 电视剧的生命周期

##### 1.1.4 电视剧上下游行业构成情况

#### 1.2 电视剧的分类情况

- 1.2.1 电视剧的基本类型
- 1.2.2 电视剧题材按年代分类
- 1.2.3 电视剧题材按内容分类
- 1.3 电视剧行业的特点简述
  - 1.3.1 娱乐性和教育性
  - 1.3.2 经营模式特殊
  - 1.3.3 制作机构区域性集中
  - 1.3.4 与电影行业的比较分析

## 第二章 2016-2020年国际电视剧产业发展分析

- 2.1 2016-2020年国际电视剧产业总体概况
  - 2.1.1 全球电视剧市场的分类情况
  - 2.1.2 全球电视剧产业的变化趋势
  - 2.1.3 全球电视剧迈入“网络时代”
  - 2.1.4 全球电视剧行业发展态势
  - 2.1.5 全球电视剧制作的国际化合作
- 2.2 美国
  - 2.2.1 美国电视剧的种类
  - 2.2.2 美国电视剧市场的利益主体分析
  - 2.2.3 美国电视剧产业化运作分析
  - 2.2.4 美国电视剧产业的发展态势
  - 2.2.5 美国电视剧市场热点动态
  - 2.2.6 美国电视剧营销模式和售卖模式
  - 2.2.7 美国电视剧的内容策略分析
  - 2.2.8 美国电视剧题材与观众口味的变迁
  - 2.2.9 美国在线电视剧点播市场
- 2.3 韩国
  - 2.3.1 韩国电视剧产业的运作机制分析
  - 2.3.2 韩国电视剧产业政策的推动作用
  - 2.3.3 韩国电视剧产业的发展特点
  - 2.3.4 2018年韩国电视剧市场回顾
  - 2.3.5 2019年韩国电视剧市场分析

- 2.3.6 2020年韩国电视剧市场分析
- 2.3.7 韩国电视剧的新媒体布局分析
- 2.3.8 韩国高收视率电视剧成功要素分析
- 2.3.9 韩国电视剧受众策略解析
- 2.3.10 韩国电视剧产业的成功经验
- 2.4 日本
  - 2.4.1 日本电视剧制作与播映模式剖析
  - 2.4.2 日本电视剧制作走向衰退轨道
  - 2.4.3 日本电视剧收视状况分析
  - 2.4.4 日本电视剧行业重视衍生品开发
- 2.5 台湾
  - 2.5.1 台湾偶像剧的发展轨迹分析
  - 2.5.2 台湾偶像剧的生产与销售模式
  - 2.5.3 台湾电视剧市场步入落寞时代
  - 2.5.4 台湾电视剧市场大陆剧地位提升
  - 2.5.5 台湾本土电视剧面临发展瓶颈
- 2.6 香港
  - 2.6.1 香港电视剧产业的发展演变
  - 2.6.2 香港电视剧产业面临挑战
  - 2.6.3 香港电视剧产业发展动向
  - 2.6.4 香港电视剧丧失竞争力的原因
  - 2.6.5 香港电视剧产业的发展策略探讨
  - 2.6.6 香港电视剧经营及版权保护经验借鉴分析

### 第三章 2016-2020年中国电视剧产业发展综况

- 3.1 中国电视剧产业发展概况
  - 3.1.1 中国电视剧市场的发展历程
  - 3.1.2 中国电视剧行业发展进入新时期
  - 3.1.3 中国电视剧市场的五大派系分析
  - 3.1.4 中国电视剧衍生产业开发现状
- 3.2 2016-2020年中国电视剧市场分析
  - 3.2.1 中国电视剧行业状况回顾

- 3.2.2 中国电视剧市场热点分析
- 3.2.3 中国电视剧市场发展现状
- 3.2.4 中国电视剧行业发展特点
- 3.3 2016-2020年新媒体时代电视剧产业的发展
  - 3.3.1 新媒体与电视剧产业的融合进程
  - 3.3.2 新媒体时代电视剧行业的融合特征
  - 3.3.3 视频网站加速进军电视剧产业
  - 3.3.4 电视剧网络版权价格走向理性
  - 3.3.5 新媒体时代电视剧产业的创新思路
- 3.4 国内外电视剧产业链的比较及借鉴
  - 3.4.1 上游电视剧制作模式的比较
  - 3.4.2 中游电视剧营销模式的比较
  - 3.4.3 下游电视剧衍生产品的比较
  - 3.4.4 中国电视剧产业链基本完形
- 3.5 中国电视剧的国际化发展研究
  - 3.5.1 国产电视剧在海外市场发展概况
  - 3.5.2 世界各国对中国电视剧的偏好分析
  - 3.5.3 中国电视剧输出存在的问题分析
  - 3.5.4 国产电视剧进军海外市场的策略
  - 3.5.5 国产电视剧海外市场发行销售对策
- 3.6 中国电视剧行业管理状况分析
  - 3.6.1 我国电视剧行业管理现状
  - 3.6.2 我国电视剧行业管理的实际效应
  - 3.6.3 我国电视剧行业管理模式存在的弊端
  - 3.6.4 产业化背景下我国电视剧行业管理路径的构建
- 3.7 2016-2020年重点区域电视剧产业的发展
  - 3.7.1 浙江省
  - 3.7.2 江苏省
  - 3.7.3 山东省
  - 3.7.4 广东省
  - 3.7.5 上海市
  - 3.7.6 吉林省

- 3.7.7 江西省
- 3.8 中国电视剧产业存在的问题分析
  - 3.8.1 中国电视剧产业面临的主要问题
  - 3.8.2 我国电视剧行业的泡沫破裂危机
  - 3.8.3 电视剧产业各环节发展中的问题
  - 3.8.4 电视剧产业价值链体系存在的不足
  - 3.8.5 中国电视剧市场面临的现实困境
  - 3.8.6 我国亟待提升电视剧质量
  - 3.8.7 国产电视剧市场面临隐忧
- 3.9 中国电视剧产业发展的对策探讨
  - 3.9.1 我国电视剧产业的出路
  - 3.9.2 促进电视剧产业发展的政策建议
  - 3.9.3 新时期电视剧产业的发展策略
  - 3.9.4 提升中国电视剧品质的建议
  - 3.9.5 电视剧产业化健康发展的关键要素
  - 3.9.6 电视剧内容产业创新路径选择

#### 第四章 2016-2020年中国电视剧市场热点专题分析

- 4.1 电视剧的制播模式研究
  - 4.1.1 中国电视剧的三种制播模式
  - 4.1.2 电视剧制播体制的演变分析
  - 4.1.3 “制播分离”模式存在的问题解析
  - 4.1.4 “制播合作”模式的优点及前景
  - 4.1.5 “二元制播”模式的可行性思考
- 4.2 电视剧市场的“翻拍风”研究
  - 4.2.1 翻拍电视剧的主要类型
  - 4.2.2 电视剧翻拍热产生的原因解析
  - 4.2.3 电视剧过度翻拍产生的问题
  - 4.2.4 解决翻拍剧问题的策略探讨
- 4.3 独播剧、自制剧及定制剧发展分析
  - 4.3.1 我国电视剧行业进入独播时代
  - 4.3.2 我国电视台自制剧发展状况

- 4.3.3 我国网络自制剧发展状况
- 4.3.4 定制剧逐渐步入快速发展时期
- 4.4 中国电视剧演员片酬疯涨现象分析
  - 4.4.1 国内电视剧演员片酬高涨现象
  - 4.4.2 片酬高涨给行业带来的负面影响
  - 4.4.3 演员片酬疯涨的成因剖析
  - 4.4.4 解决演员片酬疯涨问题的对策

## 第五章 2016-2020年电视剧的制作与发行分析

- 5.1 电视剧剧本的策划与创作介绍
  - 5.1.1 剧本策划的概念
  - 5.1.2 剧本的题材类型
  - 5.1.3 剧本策划的三大因素
  - 5.1.4 剧本策划的主要工作
  - 5.1.5 剧本的版权及权益
  - 5.1.6 剧本合同的注意细节
- 5.2 电视剧剧本来源分析
  - 5.2.1 原著剧本
  - 5.2.2 网络小说
  - 5.2.3 网络游戏
  - 5.2.4 热门电影
- 5.3 2016-2020年电视剧生产制作情况
  - 5.3.1 2018年电视剧生产制作状况
  - 5.3.2 2019年电视剧生产制作状况
  - 5.3.3 2020年电视剧生产制作状况
- 5.4 2016-2020年中国热播电视剧题材分析
  - 5.4.1 革命历史题材
  - 5.4.2 英模题材
  - 5.4.3 献礼剧
  - 5.4.4 家庭剧
  - 5.4.5 青春剧
  - 5.4.6 行业剧



- 5.4.7 古装剧
- 5.4.8 谍战剧
- 5.4.9 军旅剧
- 5.4.10 抗战题材
- 5.4.11 民族题材
- 5.5 中国电视剧的发行分析
  - 5.5.1 电视剧的基本发行方式
  - 5.5.2 电视剧的两次发行介绍
  - 5.5.3 电视剧的四级发行市场
  - 5.5.4 电视剧发行许可证申报流程
- 5.6 电视剧市场交易分析
  - 5.6.1 电视剧直销模式
  - 5.6.2 电视剧分销方式
  - 5.6.3 新型交易模式
  - 5.6.4 民营影视企业的交易方式
- 5.7 网络时代电视剧的发行模式探讨
  - 5.7.1 传统模式下的发行弊端分析
  - 5.7.2 现行主要网络发行模式浅析
  - 5.7.3 电视剧网络发行模式前景透析

## 第六章 2016-2020年电视剧的播出与收视分析

- 6.1 2016-2020年电视剧播出与收视状况分析
  - 6.1.1 电视剧播出与收视状况
  - 6.1.2 电视剧播出与收视特点
  - 6.1.3 我国电视剧收视率的隐忧
- 6.2 2020年电视剧播出和收视状况分析
  - 6.2.1 电视剧播出状况分析
  - 6.2.2 电视剧播出市场特征
  - 6.2.3 电视剧收视状况分析
- 6.3 宫廷剧的播出与收视研究
  - 6.3.1 播出平台分布
  - 6.3.2 观众特征分析

- 6.3.3 收视走势分析
- 6.3.4 整体竞争力分析
- 6.4 电视剧季播模式发展探究
  - 6.4.1 “季播”的概念及优点
  - 6.4.2 本土电视剧“季播”的现状
  - 6.4.3 本土电视剧“季播”的问题
  - 6.4.4 我国电视剧季播机制改革策略

## 第七章 2016-2020年电视剧市场的营销分析

- 7.1 电视剧的相关营销理论
  - 7.1.1 4P理论
  - 7.1.2 4C理论
  - 7.1.3 蓝海战略和长尾理论
- 7.2 2016-2020年中国电视剧市场营销分析
  - 7.2.1 电视剧市场营销的环境与形势
  - 7.2.2 我国电视剧营销的基本态势
  - 7.2.3 我国电视剧市场营销战精彩纷呈
  - 7.2.4 我国电视剧市场营销新策略分析
  - 7.2.5 我国电视剧的网络营销分析
  - 7.2.6 中国电视剧营销中的问题
- 7.3 电视剧的典型营销模式解析
  - 7.3.1 360度营销
  - 7.3.2 整合营销
  - 7.3.3 “借船出海”营销
  - 7.3.4 首播营销
  - 7.3.5 口碑营销
  - 7.3.6 病毒式营销
- 7.4 4P营销在电视剧市场中的运用分析
  - 7.4.1 4P理论适用电视剧营销
  - 7.4.2 4P营销在电视剧市场的发展
  - 7.4.3 国内电视台的4P营销实践
- 7.5 电视剧的营销策略探讨

- 7.5.1 电视剧营销的要点及思路分析
- 7.5.2 国产剧网络营销的创新策略
- 7.5.3 新媒体时代电视剧的营销对策
- 7.5.4 我国民营电视剧的营销路径
- 7.6 重点省级卫视电视剧营销方案
  - 7.6.1 江苏卫视
  - 7.6.2 湖南卫视
  - 7.6.3 东方卫视
  - 7.6.4 安徽卫视
- 7.7 电视剧市场营销趋势
  - 7.7.1 跨平台营销将引领我国电视剧市场
  - 7.7.2 我国电视剧营销的未来方向

## 第八章 2016-2020年电视剧市场的竞争分析

- 8.1 中美电视剧产业的竞争力评析
  - 8.1.1 同行业内的竞争能力
  - 8.1.2 潜在竞争者的进入能力
  - 8.1.3 替代品的替代能力
  - 8.1.4 客户的讨价还价能力
  - 8.1.5 供应商的讨价还价能力
- 8.2 中国电视剧制作领域竞争状况
  - 8.2.1 电视剧制作行业总体竞争格局
  - 8.2.2 重点电视剧制作机构市场份额
  - 8.2.3 电视剧制作领域的不规范竞争现象
  - 8.2.4 电视剧制作企业的竞争策略
  - 8.2.5 未来电视剧制作行业竞争形势
- 8.3 中国电视剧播出平台竞争状况
  - 8.3.1 省级卫视电视剧的竞争形态
  - 8.3.2 各级频道电视剧的竞争特点
  - 8.3.3 省卫视收视竞争更倚重电视剧
  - 8.3.4 视频网站与卫视频道电视剧竞争状况
  - 8.3.5 竞争格局嬗变下省级卫视电视剧独播策略分析

## 8.4 电视台的电视剧市场竞争战略探索

### 8.4.1 重点实施独播剧战略

### 8.4.2 自制剧外销及与其他台合作

### 8.4.3 创新营销方案并加大广告植入

### 8.4.4 探索微剧模式打造新掘金点

### 8.4.5 与视频网站携手合作寻求共赢

## 第九章 2016-2020年电视剧产业的盈利分析

### 9.1 电视剧的商业特性浅析

#### 9.1.1 品质特性

#### 9.1.2 边际成本特性

#### 9.1.3 产品衍生功能

#### 9.1.4 成本与效益的关系

### 9.2 电视剧的盈利渠道分析

#### 9.2.1 电视剧创造的产品及其赢利方式

#### 9.2.2 电视剧的近期效益与长远效益

#### 9.2.3 国产电视剧盈利创新渠道探索

### 9.3 电视剧制作中的广告植入分析

#### 9.3.1 国产电视剧植入广告的发展现状

#### 9.3.2 国产电视剧植入广告的镜头表现

#### 9.3.3 国产电视剧植入式广告的主要问题

#### 9.3.4 国产电视剧植入式广告的策略建议

#### 9.3.5 国产电视剧植入式广告的发展契机

### 9.4 电视剧衍生产业开发思路探索

#### 9.4.1 书报刊与电子出版物发行

#### 9.4.2 广播与电影服务

#### 9.4.3 文艺创作及表演服务

#### 9.4.4 互联网信息服务

#### 9.4.5 旅游及娱乐文化服务

#### 9.4.6 文化产品出租与拍卖服务

#### 9.4.7 文化用品生产

#### 9.4.8 版权服务

## 第十章 电视剧产业的投融资分析

### 10.1 电视剧行业投资概况

#### 10.1.1 行业投资环境

#### 10.1.2 行业投资现状

#### 10.1.3 行业投资机遇

#### 10.1.4 行业投资价值

### 10.2 电视剧项目融资的基本概述

#### 10.2.1 融资环境

#### 10.2.2 融资特点

#### 10.2.3 融资渠道和方式

#### 10.2.4 融资策略

### 10.3 电视剧行业融资新趋势分析

#### 10.3.1 股权融资

#### 10.3.2 无形资产融资

#### 10.3.3 产业内融资

#### 10.3.4 政府融资

### 10.4 电视剧无形资产融资模式

#### 10.4.1 信用融资

#### 10.4.2 广告融资

#### 10.4.3 版权融资

### 10.5 电视剧产业内融资模式

#### 10.5.1 媒介预购融资

#### 10.5.2 独播买断融资

#### 10.5.3 定制剧融资

### 10.6 电视剧行业投资风险及建议

#### 10.6.1 行业进入壁垒分析

#### 10.6.2 投资风险及其原因

#### 10.6.3 投资风险规避策略

#### 10.6.4 电视剧投资需专业

## 第十一章 电视剧行业重点企业分析

- 11.1 华谊兄弟传媒股份有限公司
  - 11.1.1 企业发展概况
  - 11.1.2 经营效益分析
  - 11.1.3 业务经营分析
  - 11.1.4 财务状况分析
- 11.2 浙江华策影视股份有限公司
  - 11.2.1 企业发展概况
  - 11.2.2 经营效益分析
  - 11.2.3 业务经营分析
  - 11.2.4 财务状况分析
- 11.3 北京华录百纳影视股份有限公司
  - 11.3.1 企业发展概况
  - 11.3.2 经营效益分析
  - 11.3.3 业务经营分析
  - 11.3.4 财务状况分析
- 11.4 中视传媒股份有限公司
  - 11.4.1 企业发展概况
  - 11.4.2 经营效益分析
  - 11.4.3 业务经营分析
  - 11.4.4 财务状况分析
- 11.5 北京光线传媒股份有限公司
  - 11.5.1 企业发展概况
  - 11.5.2 经营效益分析
  - 11.5.3 业务经营分析
  - 11.5.4 财务状况分析
- 11.6 海润影视制作有限公司
  - 11.6.1 企业发展概况
  - 11.6.2 电视剧业务发展分析
  - 11.6.3 电视剧业务经营现状
  - 11.6.4 电视剧业务发展优势

## 第十二章 中国电视剧产业的前景及趋势预测

- 12.1 中国电视剧产业发展前景展望
  - 12.1.1 电视剧行业面临的机遇分析
  - 12.1.2 中国电视剧行业空间广阔
  - 12.1.3 我国电视剧市场前景光明
- 12.2 2022-2028年中国电视剧产业规模预测
  - 12.2.1 电视剧产业总体发展形势预判
  - 12.2.2 2022-2028年电视剧市场规模预测
  - 12.2.3 2022-2028年电视剧行业产量预测
- 12.3 中国电视剧产业发展趋势及方向
  - 12.3.1 电视剧内容制作环节的结构变化趋势
  - 12.3.2 电视剧生产制作模式发展方向分析
  - 12.3.3 未来中国电视剧产业发展形势预测
  - 12.3.4 电视剧行业利润水平的发展趋势
  - 12.3.5 国产电视剧“民族性建构”成大势所趋

### 第十三章 2016-2020年电视剧产业政策监管环境分析（）

- 13.1 电视剧行业的主管部门
  - 13.1.1 中共中央宣传部
  - 13.1.2 国家新闻出版广电总局
- 13.2 电视剧的市场管理制度分析
  - 13.2.1 电视剧市场的国家基础
  - 13.2.2 电视剧市场的管理制度
  - 13.2.3 电视剧的市场调节
  - 13.2.4 电视剧的市场准入
  - 13.2.5 电视剧市场的管理改革
- 13.3 2016-2020年电视剧行业重点监管政策解读
  - 13.3.1 三网融合对电视剧版权交易的影响透析
  - 13.3.2 上星综合频道管理政策给电视剧产业带来利好
  - 13.3.3 境外影视剧引进和播出新政发布
  - 13.3.4 电视剧拍摄制作备案公示管理办法出台
  - 13.3.5 “加强版限娱令”正式实施
  - 13.3.6 卫视黄金时段电视剧播出方式调整

- 13.3.7 广电总局要求限制劣迹艺人作品
- 13.3.8 我国海外剧引进将更趋严格化
- 13.4 电视剧广告监管政策研究
  - 13.4.1 国外对电视剧广告的限制政策
  - 13.4.2 我国发布的电视剧广告监管政策
  - 13.4.3 电视剧广告播出管理政策的影响透析
- 13.5 电视剧行业相关政策法规
  - 13.5.1 电视剧管理规定
  - 13.5.2 电视剧内容管理规定
  - 13.5.3 中外合作制作电视剧管理规定
  - 13.5.4 国产电视剧备案公示报备程序
  - 13.5.5 电视剧拍摄制作备案公示管理办法
  - 13.5.6 关于进一步加强和改进境外影视剧引进和播出管理的通知

## 部分图表目录

- 图表 美国电视剧产业三大参与者利益格局图
- 图表 美国电视剧市场播出阶段利益格局图
- 图表 收视率超过40%的韩剧TOP10
- 图表 日剧高收视率排行榜
- 图表 中、美、TVB电视剧制作模式（产业链上游）比较
- 图表 中、美、TVB电视剧分销体系与营销模式（产业链中游）比较
- 图表 电视剧产业价值链的一般构成
- 图表 当前中国电视剧产业价值链架构图
- 图表 电视剧的零售模式
- 图表 民营影视企业电视剧交易方式
- 图表 2016-2020年我国取得广播电视节目制作经营许可证的制作机构数量
- 图表 2016-2020年获得发行许可证数量排名的制作机构产量占比
- 图表 我国电视剧制作机构分类
- 图表 2016-2020年各级频道电视剧收视份额
- 图表 2016-2020年中央级频道全天各时段电视剧人均收视量
- 图表 2016-2020年省级上星频道各时段电视剧收视量分布
- 图表 2016-2020年各题材电视剧播出比重



图表 2020年各级频道各类节目收播比重

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202208/314559.html>