

2024-2030年中国网络剧行业前景展望与发展前景报告

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

《2024-2030年中国网络剧行业前景展望与发展前景报告》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/202310/412604.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

网络剧指的是以互联网为核心播出平台的连续剧，由在线视频媒体自制或与专业影视公司联合制作，再投放到各大在线视频网站播出，用户观看网络剧的媒介也十分丰富，包括电脑、手机、平板等。而随着市场的发展，互联网与电视台同播的现象也逐渐频繁，将通过电视台和网络全渠道播放的形式称之为网台联动剧，即广义网络剧的范围。

网络剧以在线视频平台制作为核心，专业影视制作公司逐步进入市场。网络剧一开始多以工作室、独立制片人或在在线视频企业自制形式出品，这一模式往往受制于在线视频企业投入资源限制，因此初期网络剧市场规模相对较低。随着网络剧市场潜力的逐渐打开，吸引了专业和实力雄厚的影视公司参与出品，与在线视频平台联合制作，投资规模逐渐扩大、制作团队趋于专业化，形成网络剧生产、推广、发行的完整产业链。

2021年共上线网剧266部，与2020年的268部作品数量相比保持了比较平稳的发展状态，在疫情持续笼罩的大环境下，生产力以及制作水准均较为稳定。同时，呈现出古装题材作品剪热度高、甜宠题材不断进化、生活流元素贯穿各类题材成常态；“起飞”的短剧稳定发展，微短剧成长、短视频平台“新战地”；“优质内容依旧匮乏”成视频平台战略部署关键难题；网剧备案作品数量远超电视剧，主力地位日益巩固等新特点与趋势。

目前网络剧处于快速发展阶段，虽然具备题材丰富、手法新颖的特征，但仍存在制作粗糙、部分题材把关能力明显不足、呈现低俗化倾向等问题。2020年2月，国家广播电视总局下发了《进一步加强电视剧网络剧创作生产管理有关工作的通知》，针对电视剧、网剧备案审查流程、电视剧“注水”、演员“天价片酬”等行业痼疾，推出了明确的新要求和新举措。在网络影视剧内容审核日趋严谨形势下，投资方、制作方更需“关注内容本身”，网络影视剧“野蛮生长”时代已“一去不复返”。2022年5月30日，国家广播电视总局发布《广播电视和网络视听领域经纪机构管理办法》的通知，办法于2022年6月30日起施行，《办法》规范广播电视和网络视听领域经纪活动，加强经纪机构、经纪人员管理，明确经纪机构、经纪人员的权利和义务，保障广播电视和网络视听行业健康有序发展。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国网络剧行业前景展望与发展前景报告》共十三章。首先介绍了网络剧产业相关概述，并对中国网络剧产业发展基础进行分析；接着具体分析了国际网络剧产业发展状况及经验借鉴，并对中国网络剧市场进行具体分析；随后，报告对中国网络剧文学内容市场、网络剧制作市场、网络剧渠道市场及网络剧衍生市场进行详细深入分析，并着重分析了中国网络剧市场营销状况。最后，报告分析了重点企业网络剧发展状况及网

络剧产业投资潜力及风险警示，并对网络剧产业发展前景及未来趋势进行科学的预测。

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、中企顾问网、中企顾问网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。您或贵单位若想对网络剧产业有个系统深入的了解、或者想投资网络剧相关市场，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 网络剧相关概述

1.1 网络剧产业概念及特征

1.1.1 网络剧的定义

1.1.2 网络剧的特征

1.2 网络剧与传统电视剧的比较优势

1.2.1 内容优势

1.2.2 平台优势

1.2.3 制作成本优势

1.3 网络剧产业发展历程

1.3.1 孕育期

1.3.2 突破期

1.3.3 爆发期

1.4 网络剧产业链分析

1.4.1 产业链概述

1.4.2 制作端

1.4.3 渠道端

1.4.4 衍生市场

第二章 2021-2023年国际网络剧产业分析及经验借鉴

2.1 2021-2023年国际网络剧产业发展状况

2.1.1 网络剧制作的主体

2.1.2 网剧制作竞争格局

2.1.3 网剧制作商业价值

2.2 2021-2023年美国网络剧产业发展分析

- 2.2.1 网络剧发展历程
- 2.2.2 网络剧市场现状
- 2.2.3 网络剧成功经验
- 2.2.4 运营商发展经验
- 2.3 2021-2023年韩国网络剧产业发展分析
 - 2.3.1 网络剧制作特点
 - 2.3.2 网络剧发展模式
 - 2.3.3 网络剧市场现状
 - 2.3.4 网剧衍生市场亮点

第三章 2021-2023年中国网络剧产业发展驱动因素分析

- 3.1 文化影视产业政策加码
 - 3.1.1 文化产业迎发展良机
 - 3.1.2 文化产业发展机遇
 - 3.1.3 促进文化产业消费
 - 3.1.4 影视产业促进政策
- 3.2 经济发展迎来更开放的消费人群
 - 3.2.1 服务业发展迅速
 - 3.2.2 可支配收入提升
 - 3.2.3 现代消费成新动力
 - 3.2.4 宏观经济发展趋势
- 3.3 新生代进击年轻态开启
 - 3.3.1 90、00后文娱消费崛起
 - 3.3.2 互联网付费习惯养成
 - 3.3.3 粉丝经济效应助推
- 3.4 技术发展拉动观剧需求
 - 3.4.1 互联网渗透率提升
 - 3.4.2 移动技术发展推动
 - 3.4.3 网络共享重构连接
 - 3.4.4 大数据引导网剧方向
- 3.5 网络剧监管日益趋严
 - 3.5.1 “一剧两星”政策助推

- 3.5.2 网络剧监管政策变迁
- 3.5.3 网络剧监管政策动态
- 3.5.4 网剧监管成果

第四章 2021-2023年中国网络剧产业深度分析

4.1 2021-2023年中国网络剧产业发展综述

- 4.1.1 网络剧内在动力
- 4.1.2 网络剧题材新颖
- 4.1.3 盈利模式多样化

4.2 2021-2023年中国网络剧产业发展现状

- 4.2.1 网络剧产业现状
- 4.2.2 网络剧产业特点
- 4.2.3 网络剧数量分析
- 4.2.4 网络剧类型分析

4.3 2021-2023年中国网络剧产业发展模式分析

- 4.3.1 全产业链运营
- 4.3.2 网络付费模式
- 4.3.3 版权输出模式
- 4.3.4 内容定制模式
- 4.3.5 IP孵化模式
- 4.3.6 模式创新方向

4.4 中国网络剧产业发展存在的问题分析

- 4.4.1 同质化的严重
- 4.4.2 质量参差不齐
- 4.4.3 题材过于集中
- 4.4.4 广告制作粗糙

4.5 中国网络剧产业发展策略分析

- 4.5.1 精品化内容制作
- 4.5.2 大众文化风格路线
- 4.5.3 提升制作技术路线
- 4.5.4 确定标准评估路线
- 4.5.5 创新发展模式路线

4.5.6 其他发展策略分析

第五章 2021-2023年中国网络剧市场现状分析

5.1 2021-2023年中国网络剧市场受众分析

5.1.1 用户对比分析

5.1.2 内容对比分析

5.1.3 需求及偏好分析

5.1.4 行为及渠道分析

5.2 2021-2023年中国网络剧市场热度分析

5.2.1 点击量排行分析

5.2.2 投资与开发热度

5.2.3 平台运营分析

5.3 2021-2023年中国网剧IP价值对比分析

5.3.1 电影类IP价值

5.3.2 电视剧IP价值

5.3.3 网络剧IP价值

5.3.4 IP稳定性对比

5.4 2021-2023年中国网络剧剧二代市场发展分析

5.4.1 剧二代数量分析

5.4.2 剧二代结构分类

5.4.3 剧二代版权来源

5.4.4 剧二代题材统计

5.4.5 各大平台表现

5.4.6 经典剧二代分析

第六章 2021-2023年中国网络剧内容市场发展分析

6.1 2021-2023年中国网络文学市场发展综述

6.1.1 网络文学综况

6.1.2 网络文学发展历程

6.1.3 网络文学发展背景

6.2 2021-2023年中国网络文学市场发展现状

6.2.1 2020年网络文学版权价值提升

- 6.2.2 2021年网络文学市场运行现状
- 6.2.3 2022年网络文学企业发展动态
- 6.3 2021-2023年中国网络文学市场发展模式分析
 - 6.3.1 市场初期运营模式
 - 6.3.2 行业全版权运营模式
 - 6.3.3 全版权运营模式分析
- 6.4 2021-2023年中国网络文学市场竞争分析
 - 6.4.1 市场竞争现状
 - 6.4.2 PC端竞争格局
 - 6.4.3 移动端竞争格局

第七章 2021-2023年中国网络剧制作市场全面分析

- 7.1 2021-2023年中国网络剧制作市场格局分析
 - 7.1.1 网络剧竞争主体
 - 7.1.2 制作端竞争分析
 - 7.1.3 网络剧市场格局
 - 7.1.4 制作主体市场份额
- 7.2 2021-2023年传统影视公司网络剧市场分析
 - 7.2.1 传统影视公司优势
 - 7.2.2 网络剧制作数量
 - 7.2.3 布局发展方向
- 7.3 2021-2023年视频网站网络剧制作市场分析
 - 7.3.1 BAT网络巨头布局
 - 7.3.2 优酷土豆网剧战略
 - 7.3.3 爱奇艺网剧布局
 - 7.3.4 腾讯视频网剧战略
 - 7.3.5 搜狐视频网剧精品化
 - 7.3.6 乐视锁定网剧细分市场
- 7.4 2021-2023年新兴影视公司网络剧制作市场分析
 - 7.4.1 市场主体分析
 - 7.4.2 PGC内容制作

第八章 2021-2023年中国网络剧渠道市场综合分析

8.1 2021-2023年中国网络剧渠道市场综述

8.1.1 发行渠道分析

8.1.2 渠道盈利模式

8.1.3 渠道端竞争格局

8.2 2021-2023年中国在线视频市场发展分析

8.2.1 在线视频行业规模

8.2.2 视频网站盈利模式

8.2.3 在线视频用户付费

8.2.4 在线视频竞争格局

8.3 2021-2023年中国电视台市场发展分析

8.3.1 传统电视台优势渐失

8.3.2 网剧反输电视台

8.3.3 网剧进台突破点

8.3.4 网台合作模式分析

第九章 2021-2023年中国网络剧衍生市场深度分析

9.1 2021-2023年中国网络剧衍生市场发展现状

9.1.1 市场发展综述

9.1.2 网剧变现模式

9.1.3 网剧多渠道变现

9.2 2021-2023年中国网络剧电影市场发展分析

9.2.1 网剧衍生大电影市场现状

9.2.2 网剧大电影市场规模

9.2.3 互联网电影市场崛起

9.2.4 掘金网络大电影市场

9.3 2021-2023年中国网络剧游戏市场发展分析

9.3.1 网剧游戏联动市场

9.3.2 台影游联动新模式

9.3.3 网剧改编手游现状

9.4 2021-2023年中国商业定制网络剧市场发展分析

9.4.1 市场发展现状

- 9.4.2 行业分布状况
- 9.4.3 与传统电视广告对比
- 9.4.4 品牌分布分析
- 9.4.5 播放平台分析
- 9.4.6 制作平台分析
- 9.5 2021-2023年中国网络剧电商合作发展分析
 - 9.5.1 网剧电商合作现状
 - 9.5.2 网剧电商营销主体
 - 9.5.3 网剧创新电商营销
- 9.6 2021-2023年中国网络剧其他衍生市场发展分析
 - 9.6.1 综艺节目衍生网剧
 - 9.6.2 泛二次元网剧市场
 - 9.6.3 网剧衍生番外市场

第十章 2021-2023年中国网络剧产业营销分析

- 10.1 2021-2023年中国网络剧营销内容分析
 - 10.1.1 营销方式对比
 - 10.1.2 网络剧营销优势
 - 10.1.3 网络剧营销方式
- 10.2 2021-2023年中国网络剧营销案例分析
 - 10.2.1 《万万没想到》
 - 10.2.2 《盗墓笔记》
 - 10.2.3 《花千骨番外篇》
 - 10.2.4 《太子妃升职记》
 - 10.2.5 《老九门》
 - 10.2.6 《无间道》
 - 10.2.7 《卧底》
- 10.3 2021-2023年中国在线视频企业创新营销产品案例分析
 - 10.3.1 爱奇艺
 - 10.3.2 合一集团
 - 10.3.3 乐视
- 10.4 中国网络剧产业营销策略分析

- 10.4.1 网络剧营销战略
- 10.4.2 网络剧传播策略
- 10.4.3 影视跨界营销策略

第十一章 2020-2023年中国网络剧产业重点企业综合分析

11.1 慈文传媒股份有限公司

- 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
- 11.1.5 核心竞争力分析
- 11.1.6 公司发展战略
- 11.1.7 未来前景展望

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
- 11.2.5 核心竞争力分析
- 11.2.6 公司发展战略
- 11.2.7 未来前景展望

11.3 江苏鹿港文化股份有限公司

- 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
- 11.3.5 核心竞争力分析
- 11.3.6 公司发展战略
- 11.3.7 未来前景展望

11.4 骅威文化股份有限公司

- 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
- 11.4.5 核心竞争力分析
- 11.4.6 公司发展战略
- 11.4.7 未来前景展望
- 11.5 唐人影视
 - 11.5.1 企业基本信息简介
 - 11.5.2 主营业务和产品分析
 - 11.5.3 企业营收状况分析
 - 11.5.4 企业竞争优势分析
 - 11.5.5 未来发展规划

第十二章 2021-2023年中国网络剧产业投资潜力分析及风险预警

- 12.1 2021-2023年中国传媒影视行业投融资状况
 - 12.1.1 海外影视并购总额
 - 12.1.2 国内影视并购状况
 - 12.1.3 行业投资并购特征
 - 12.1.4 众筹成为融资主流
- 12.2 2021-2023年中国网络剧市场投融资分析
 - 12.2.1 网剧市场投资总额
 - 12.2.2 网剧市场投资态势
 - 12.2.3 网剧专项基金成立
- 12.3 2021-2023年中国网剧市场投资热点分析
 - 12.3.1 网络剧投资方向
 - 12.3.2 产业链投资机会
 - 12.3.3 网络剧内容投资
 - 12.3.4 网剧内容投资热点
- 12.4 中国网络剧产业投资风险分析
 - 12.4.1 政策监管风险
 - 12.4.2 影视剧适销性风险
 - 12.4.3 网络剧开发不达预期
 - 12.4.4 单部作品盈利不确定性

第十三章 2024-2030年中国网络剧产业发展前景及趋势分析

13.1 网络剧产业发展趋势分析

13.1.1 网络剧发展趋势

13.1.2 网络剧内容趋势

13.1.3 网络剧监管趋势

13.1.4 网络剧营销趋势

13.2 网络剧产业发展前景分析

13.2.1 网络剧市场前景

13.2.2 在线视频市场前景

13.2.3 网剧IP开发运营前景

13.3 对2024-2030年中国网络剧产业预测分析

13.3.1 对中国网络剧产业发展因素分析

13.3.2 对2024-2030年中国网络剧总体市场规模预测

13.3.3 对2024-2030年中国网络剧版权内容市场规模预测

13.3.4 对2024-2030年中国网络剧改编电影市场规模预测

13.3.5 对2024-2030年中国网络剧改编游戏市场规模预测

图表目录

图表 网络剧与传统电视剧不同点分析

图表 网络剧发展历程

图表 网络剧产业链介绍

图表 网络剧衍生市场产业链

图表 国外主要视频网站网络剧数量

图表 2014-2021年国内生产总值及其增长速度

图表 2014-2021年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2021年居民人均可支配收入平均数与中位数

图表 2021年居民人均消费支出及构成

图表 2021年居民人均消费支出及构成

图表 按收入登记分城镇居民家庭平均每人全年文教娱乐现金消费支出占总现金消费支出百分比

图表 全国网民各年龄段人数占比

图表 80、90后对各类新闻的关注度对比

图表 2015-2021年网络视频/手机网络视频用户规模及使用率

图表 2010-2021年中国互联网用户的人均每周上网时长

图表 2005-2021年中国互联网用户数量及其渗透率

图表 1995-2021年中美互联网渗透率对比分析

图表 2015-2021年中国网民年龄结构

图表 中国互联网用户按年龄层的分布

图表 2021年中国互联网各类娱乐应用的用户规模

图表 2009-2021年中国互联网各类娱乐应用的用户渗透率

图表 2011-2021年广电总局针对电视剧的政策

图表 2012-2021年相关部门对网络内容的政策概览

图表 2012-2021年影视剧内容整顿情况

图表 《电视剧内容制作通则》中对电视剧内容的禁止类型

图表 《网络出版服务管理规定》主要看点

图表 2021年上线的网络剧热门IP改编情况

图表 网络剧“反哺”生态体系

图表 2021年网络剧题材分布

图表 网络剧产业链各环节盈利和成本来源

图表 2015-2021年在播网剧数量及播放量

图表 2021年TOP20播放量网剧的类型分布

图表 2021年热门网剧重点题材分布

图表 2021年网络剧单日最高播放量

图表 《王万没想到》IP全产业链布局一览

图表 网络剧受众年龄结构分布

图表 网络剧受众性别结构分析

图表 网络剧与电视剧网络观影年龄对比分析

图表 中国网络剧与电视剧网络用户学历对比

图表 中国网络剧与电视剧网络用户家庭月收入对比

图表 中网络剧与电视剧网络用户个人月收入对比

图表 中国网络剧与电视剧网络用户职业对比分析

图表 网络剧用户地区分布

图表 中国在线视频PC端不同类别传统电视剧视频播放覆盖人数对比

图表 中国在线视频PC端不同类别网络剧视频播放覆盖人数对比

图表 观众希望观看的网络剧类型

图表 网络剧要素Kano模型分析

图表 网络剧要素Kano模型分析

图表 观众收看网络剧的频率分布

图表 观众收看网络剧的时间分布

图表 观众通常收看网络剧的时长分布

图表 观众能接受的最长网络剧时间

图表 观众通常收看网络剧习惯

图表 观众通常收看网络剧渠道分布

图表 观众通常获取网络剧信息的渠道

图表 女性观众希望观看的网络剧类型

图表 男性观众希望观看的网络剧类型

图表 网络剧系列剧数量分布

图表 网络剧系列剧按结构分类播放情况

图表 网络剧系列剧分题材来源播放量

图表 网络剧系列剧各类题材播放量

图表 网络剧系列剧单剧平均播放量

图表 不同风格类型系列剧播放量

图表 不同时间题材系列剧播放量

图表 TOP20系列网剧平台总播放量及出品系列剧

图表 TOP10系列剧分季播放情况

图表 暗黑者1及暗黑者2单季播放量

图表 《屌丝男士》系列剧单季播放量

图表 《极品女士》系列剧单季播放量

图表 《万万没想到》系列剧单季播放量

图表 《灵魂摆渡》系列剧单季播放量

图表 《废柴兄弟》单季播放量

图表 《我的老师是传奇》单季播放量

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/412604.html>