



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国电视剧产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2017-2022年中国电视剧产业发展现状及市场监测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/282140.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

随着互联网用户和移动端用户数量猛增，网络视频的地位也逐渐上升，据数据，网络视频在网络应用中已经超过网络游戏和网络文学。数据显示，2014年网络剧数量达205部，集数达到1200集的规模。2015年网络剧全年播放量达274.5亿，较2014年的123亿增长了1.1倍，总部数达379部，同比增加85%，总集数达5008集，同比增加了72%。2015年网络剧产业称井喷态势发展。相较而言传统电视剧市场经历了2012年的快速增长后逐步回归平稳，保持在年增长20%左右。 2010-2014年中国电视剧市场规模及其增速

2015年网络剧形式爆发，2015年共有9部网络剧播放量超过10亿次，过亿次播放量的剧集达到51部，全年累计播放量达229亿次。

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1章：国外电视剧行业发展动向与趋势分析

1.1 全球电视剧市场发展状况与趋势

1.1.1 全球电视剧发展概况简述

1.1.2 全球电视剧竞争格局分析

（1）美剧和英剧占据主体地位

（2）意、韩等剧具有局部影响力

1.1.3 全球电视剧发展趋势分析

1.2 美国电视剧市场发展分析

1.2.1 美国电视剧市场概况

（1）美国电视剧发展概述

（2）美国电视剧主要类型

（3）美国电视剧产量与结构

1.2.2 美国电视剧市场格局

1.2.3 美国电视剧产业链特征

1.2.4 美国电视剧市场规模与盈利模式

- (1) 美国电视剧市场规模
- (2) 美国电视剧盈利模式
- 1.2.5 美国电视剧发展趋势分析
- 1.3 英国电视剧市场发展分析
 - 1.3.1 英国电视剧发展概况
 - 1.3.2 英国电视剧市场格局
 - 1.3.3 英国电视剧产业链特征
 - 1.3.4 英国电视剧盈利模式
 - 1.3.5 英国电视剧发展趋势分析
- 1.4 韩国电视剧市场发展分析
 - 1.4.1 韩国电视剧发展概况
 - (1) 韩国电视剧制作机构
 - (2) 韩国电视剧产量分析
 - (3) 韩剧类型与播出特点
 - 1.4.2 韩剧收视TOP10分析
 - 1.4.3 韩国电视剧特征分析
 - 1.4.4 韩国电视剧发展趋势分析
- 1.5 日本电视剧市场发展分析
 - 1.5.1 日本电视产业概述
 - 1.5.2 日剧类型与播出特点
 - 1.5.3 日剧年度收视TOP10分析
 - 1.5.4 日本电视剧发展趋势分析

第2章：中国电视剧行业运营模式及发展状况分析

- 2.1 中国电视剧行业运营模式分析
 - 2.1.1 电视剧行业产业链分析
 - (1) 电视剧行业产业链简介
 - (2) 产业链上游发展分析
 - 1) 剧本及编剧状况
 - 2) 制片机构状况
 - (3) 产业链下游发展分析
 - 1) 电视产业发展情况

2009 年以来，我国电视剧产量扭转了多年来电视剧生产仅追求数量增长的局面，开始步入以质取胜的阶段，生产供大于求的局面得到了初步扭转。据电总局公布的数据，2015 年，我国生产完成并获得《国产电视剧发行许可证》的电视剧达 395 部、16,540 集。比 2014 年电视剧总部数减少 34 部，但集数增加了 557 集，每部的长度在增加。从绝对生产量来看，数量没有减少，质量明显提升，2015 年中国电视剧产量依然是持续增长的一年。2006 年至 2015 年，我国生产完成并获许可的电视剧数量情况如下图所示： 2006-2015 年我国电视剧产量

2) 音像出版发展情况

3) 新媒体发展情况

2.1.2 国内外电视剧运营模式比较分析

(1) 产业链上游——电视剧制作播出模式比较

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) 产业链中游——电视剧经营销售模式比较

1) 分销渠道比较

2) 经营模式比较

3) 营销模式比较

(3) 产业链下游——电视剧的衍生产品比较

2.1.3 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

2.2 中国电视剧行业发展状况

2.2.1 电视剧行业发展规模

2.2.2 电视剧行业进口情况

(1) 进口剧播放情况

(2) 进口剧题材类型

(3) 进口剧收视情况

2.2.3 电视剧行业竞争格局

(1) 行业整体竞争格局

(2) 频道内部竞争格局

(3) 电视剧制作机构高度分散

(4) 行业新进入者不断涌现

2.2.4 电视剧行业现存问题解析

(1) 行业资本泡沫多

(2) 电视剧出口不力

2.3 中国电视剧行业发展趋势分析

2.3.1 价格泡沫渐消，供给渐趋理性

2.3.2 电视剧播出份额受综艺节目影响有限

2.3.3 "独播化"推升优质电视剧需求

2.3.4 优质电视剧价格上涨趋势仍将持续

2.3.5 优质剧与普通剧价格差距持续扩大

2.3.6 国内定制剧将占据主流市场

第3章：中国电视剧制作与发行状况分析

3.1 中国电视剧剧本题材分析

3.1.1 电视剧剧本题材数量

(1) 各类题材数量

(2) 题材分布特点分析

3.1.2 热播题材电视剧成功因素分析

(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

3.1.3 我国电视剧创作特征分析

3.2 中国电视剧生产制作分析

3.2.1 电视剧生产情况综述

(1) 制作机构数量

(2) 年度申报剧目

(3) 年度完成剧目

(4) 主要题材比例

3.2.2 电视剧生产历年对比分析

- (1) 制作机构数量对比
- (2) 申报剧目对比
- (3) 完成剧目对比
- (4) 主要题材对比

3.2.3 我国电视剧生产特征分析

- (1) 产量下降，质量要求更高
- (2) 生产成本提高，进入亿元大片时代
- (3) 定制剧影响产业布局，台企合作考验生存本领

3.3 中国电视剧发行分析

3.3.1 电视剧发行方式

3.3.2 电视剧的两次发行

3.3.3 电视剧的四级发行市场

3.3.4 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

3.3.5 国产电视剧网络发行模式的前景探讨

- (1) 网络发行的优势
- (2) 有待解决的问题

第4章：中国电视剧播出、收视与收入调研分析

4.1 中国电视剧播出分析

4.1.1 电视剧播出大势盘点

- (1) 播出份额
- (2) 资源使用率

4.1.2 各级频道电视剧播出份额对比

4.1.3 不同类型电视剧播出份额变化

- (1) 主力剧目类型分析
- (2) 省卫视偏好剧型分析
- (3) 省地面频道偏好剧型分析
- (4) 城市频道偏好剧型分析

4.1.4 我国电视剧播出特征分析

- (1) 电视剧是立台之本
- (2) 主要题材"播出王"
- (3) 省卫视偏好播出剧目
- (4) 省卫视热播类型同质化

4.1.5 各卫视黄金档播出电视剧

4.2 中国电视剧收视分析

4.2.1 电视剧收视总量分析

4.2.2 各级频道电视剧收视份额对比

- (1) 全国整体情况
- (2) 中央级频道情况
- (3) 综合性省卫视情况
- (4) 地面频道情况

4.2.3 不同类型电视剧收视情况对比

4.2.4 各类节目收视量历年对比分析

4.2.5 电视剧收视贡献分析

4.2.6 电视剧主要观众状况

- (1) 电视剧观众性别及年龄结构
- (2) 不同频道电视剧观众结构
- (3) 不同年龄电视剧观众收视时间

4.2.7 电视剧收视率TOP10分析

- (1) 央视年度内地剧收视TOP10
- (2) 省卫视年度内地剧收视TOP10

4.3 中国电视剧收入分析

4.3.1 电视剧版权收入分析

- (1) 电视剧电视台版权收入
- (2) 电视剧网络版权收入
- (3) 电视剧版权收入总量

4.3.2 电视剧广告分析

- (1) 电视广告收入规模
- (2) 电视剧广告收入份额
- (3) 电视剧广告投放形式

(4) 电视剧广告发展趋势

- 1) 电视剧广告资源稀缺性显现
- 2) 电视剧广告市场份额保持稳定
- 3) 电视剧采购成本占广告收入比重有提升空间

4.3.3 电视剧衍生产品开发分析

(1) 纵向开发

- 1) 版权销售
- 2) 影视基地

(2) 横向开发

- 1) 旅游业
- 2) 文化教育产业
- 3) 服装化妆品行业

第5章：中国电视剧领先制作企业经营情况分析

5.1 中国电视剧制作企业总体概况

5.2 中国电视剧领先民营制作企业经营情况分析

5.2.1 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) 企业经营优劣势分析

5.2.2 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) 企业经营优劣势分析

5.2.3 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) 企业经营优劣势分析

5.2.4 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) 企业经营优劣势分析

5.2.5 海润影视制作有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

5.2.6 北京慈文影视制作有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

5.3 中国电视剧主要国有制作企业经营情况分析

5.3.1 中国电视剧制作中心有限责任公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

5.3.2 中国国际电视总公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

5.3.3 湖南经视文化传播有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

5.3.4 大连天歌传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

5.3.5 上海电影（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) 企业经营优劣势分析

5.3.6 北京紫禁城影业有限责任公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第6章：中国电视剧主要播放平台经营分析

6.1 中国电视剧播放平台总体概况

6.2 中国主要电视台经营情况分析

6.2.1 中央电视台

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业电视剧播放频道分析

(5) 企业电视剧收视分析

6.2.2 浙江电视台

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业电视剧播放频道分析

(4) 企业电视剧收视分析

6.2.3 湖南电视台

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业电视剧播放频道分析

(4) 企业电视剧收视分析

6.2.4 江苏电视台

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业电视剧播放频道分析

(4) 企业电视剧收视分析

6.2.5 上海电视台

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业电视剧播放频道分析

(4) 企业电视剧收视分析

6.2.6 北京电视台

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业电视剧播放频道分析
- (4) 企业电视剧收视分析

6.3 中国电视剧主要网络平台经营情况分析

6.3.1 乐视网信息技术（北京）股份有限公司（乐视网）

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
- (3) 乐视网电视剧播放分析
- (4) 企业经营优劣势分析
- (5) 企业投资兼并与重组分析
- (6) 企业最新发展动向

6.3.2 百度在线网络技术（北京）有限公司（奇艺网）

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
 - 1) 利润分析
 - 2) 资产负债分析
 - 3) 现金流量分析
 - 4) 主要指标分析
- (3) 奇艺网电视剧播放分析
- (4) 企业经营优劣势分析
- (5) 企业最新发展动向

6.3.3 腾讯控股有限公司（QQlive）

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
 - 1) 主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) QQlive电视剧播放分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业投资兼并与重组分析

6.3.4 优酷土豆股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业运营情况分析

1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

4) 主要指标分析

5) 网站电视剧播放分析

1、1优酷网

2、2土豆网

6) 企业经营优劣势分析

7) 企业最新发展动向

6.3.5 北京暴风科技股份有限公司（暴风影音）

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 暴风影音电视剧播放分析

(4) 企业经营优劣势分析

6.3.6 上海聚力传媒技术有限公司（PPTV）

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) PPTV电视剧播放分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向分析

6.3.7 深圳市迅雷网络技术有限公司（迅雷看看）

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 迅雷看看电视剧播放分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向分析

第7章：中国电视剧行业发展前景与投资分析(AK WZY)

7.1 中国电视剧行业发展前景分析

7.1.1 电视剧行业发展驱动因素

(1) 政策利好

(2) 文化消费增长

(3) 市场竞争日益规范

(4) 新技术应用带来机遇

(5) 海外市场拓宽盈利渠道

7.1.2 电视剧行业发展阻碍因素

(1) 盗版冲击

(2) 国际市场竞争冲击

(3) 资金瓶颈限制

7.1.3 电视剧行业发展前景预测

(1) 电视剧制作企业收入具有前瞻性

1) 电视剧需求量持续上升

2) 盈利模式决定电视剧制作企业收入具备前瞻性和稳定性

(2) 电视剧交易额增长具有稳定性

(3) 一线卫视电视剧采购规模仍将扩大

7.2 中国网络电视剧发展分析

7.2.1 中国视频网民状况概述

(1) 视频网民规模

(2) 视频网民结构

1) 性别结构

2) 学历结构

3) 年龄结构

4) 收入结构

(3) 网民最关注视频类型

(4) 网民最关注电视剧分析

7.2.2 主要视频网站影视剧策略

(1) 腾讯

(2) 搜狐

(3) 优酷土豆

(4) 奇艺网

(5) 乐视网

(6) PPTV

7.2.3 网络电视剧盈利模式分析

(1) 广告模式

(2) 用户付费模式 (B2C)

1) 网络视频用户付费使用比率

2) 网络视频用户付费使用频率

3) 网络视频用户付费模式

4) 网络视频用户费用支出

(3) 版权营销模式 (B2B)

(4) 视频增值服务模式

7.2.4 网络自制剧分析

(1) 网络自制剧的缘起

(2) 近年主要网络自制剧

(3) 网络自制剧基本盈利模式：整合营销

(4) 网络自制剧趋势分析

7.2.5 网络电视剧与传统电视剧收视对比

(1) 双屏用户热播电视剧收看方式

(2) 不同年龄段双屏用户热播剧收看方式

(3) 不同学历双屏用户热播剧收看方式

(4) 双屏选择影响因素

7.3 中国电视剧行业投资机会与投资建议

7.3.1 电视剧行业投资价值分析

- (1) 电视剧需求空间巨大
- (2) 电视剧投入回报率较高
- (3) 行业具备中长期投资价值

7.3.2 电视剧行业投资机会分析

- (1) 精品剧投资机会大
- (2) 卫视黄金档存投资机会
- (3) 网络电视剧投资机会

7.3.3 电视剧行业投资建议

部分图表目录：

图表1：全球电视剧发展现状概况

图表2：全球电视剧发展趋势分析

图表3：美国电视剧主要类型

图表4：美国电视剧播出量和结构（单位：集，%）

图表5：美国电视剧制作市场结构（单位：%）

图表6：美国热播电视剧集出品方情况

图表7：美国收视率排名前十名剧目

图表8：美国电视剧主要盈利模式

图表9：美国电视剧特征分析

图表10：韩国电视剧主要类型与播出特点

图表11：韩国三大电视机构电视剧收视率TOP10（单位：% ，集）

图表12：韩国部分穿越剧一览表

图表13：韩国电视剧发展趋势

图表14：日本电视市场规模（单位：个，万户，亿日元，%）

图表15：日本电视媒体构造图

图表16：日本电视剧收视排行TOP10（单位：%）

图表17：数字媒体时代的电视剧行业产业链结构图

图表18：我国电视剧行业剧本及编剧状况

图表19：2010-2015年各类题材电视剧的编播比重（单位：%）

图表20：80城市所播电视剧编剧的题材创作数量分布（全天）（单位：%）

图表21：80城市所播电视剧编剧的题材创作情况（全天）（单位：部，%）

图表22：进入80城市各地收视率前20名的电视剧各题材编剧分布（单位：%）
图表23：各题材进入80城市各地收视率前20名部数最多的电视剧编剧（单位：部）
图表24：进入80城市各地收视率前20名的电视剧编剧涉猎题材范围（单位：部）
图表25：进入80城市各地收视率前20名的电视剧编剧分布情况（单位：%）
图表26：进入80城市各地收视率前20名的电视剧编剧入围部数分布情况（单位：部，%）
图表27：进入80城市各地收视率前20名频次较高的电视剧编剧（单位：部）
图表28：国内电视剧制作机构分类
图表29：截至2015年底中国电视剧制作机构数量（单位：家）
图表30：2000-2015年全国电视台数量统计（单位：座）
图表31：2006-2015年中国电视产业规模变化趋势（单位：亿元，%）
图表32：2006-2015年中国有线电视网收入及变化（单位：亿元，%）
图表33：2006年以来中国音像制品发行总金额及增长率（单位：亿元，%）
图表34：中国录音制品出版情况（单位：种，亿盒/张，亿元，%）
图表35：中国录像制品出版情况（单位：种，亿盒/张，亿元，%）
更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/282140.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。