



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国电视剧产业发展现状及市场监测

一、调研说明

《2016-2022年中国电视剧产业发展现状及市场监测》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/278589.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

根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》（GB/T 4754-2011），电视剧制作与发行业务属于“R86 广播、电视、电影和影视录音制作业”大类下的“R8630 电影和影视节目制作”和“R8640 电影和影视节目发行”。根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，电视剧制作与发行业务所属行业为“R文化、体育和娱乐业”大类下的“R86 广播、电视、电影和影视录音制作业”。

我国电视剧产业从上世纪 90 年代兴起，最初是由各电视台内部团队使用自有资金制作。2005 年，国务院出台了《关于非公有资本进入文化产业的若干决定》，鼓励非公有资本进入电影电视剧制作发行行业，同时，我国经济快速发展，城镇居民可支配收入的增加和娱乐消费占比提升驱动娱乐消费规模快速扩张，电视剧行业由此进入高速发展期。2009 年，国家广电总局发布了《关于认真做好广播电视制播分离改革的意见》，明确“制播分离应从实际出发，采取多种形式”的制播分离改革的方式。由此，越来越多的民营资本参与到电视剧制作的市场中来。国家政策对民营资本逐步放开、对文化产业不断进行改革，推动了我国电视剧产业的发展和市场化进程。根据相关统计及预测，我国电视剧市场总规模由 2010 年的 62 亿元增至 2014 年的 130 亿元。2009-2015 年我国生产完成并获得《国产电视剧发行许可证》的电视剧部数和集数统计

2009-2015 年我国持有《广播电视节目制作经营许可证》及《电视剧制作许可证（甲种）》的机构数量统计

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：中国电视剧行业发展综述

1.1 电视剧行业概述

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

1.1.3 电视剧行业发展历程

1.2 电视剧行业监管体系及政策法规

1.2.1 行业主管部门

1.2.2 行业监管体制

1.2.3 行业主要法律法规及政策

近年来，国内针对电视剧行业监管的主要法律、法规和产业政策如下：

序号	法律、法规及政策名称	制定机构	生效时间
1	广播电视节目制作经营管理规定	广电总局	2004
2	中外合作制作电视剧管理规定	广电总局	2004
3	国务院关于非公有资本进入文化产业的若干决定	国务院	2005年4月
4	文化产业振兴规划	国务院办公厅	2009
4	关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见	中央宣传部、中国人民银行、财政部、文化部、广电总局、新闻出版总署、银监会、证监会、保监会	2010年3月
5	著作权法	全国人大常委会	2010
6	电视剧内容管理规定	广电总局	2010年7月
7	广播影视知识产权战略实施意见	广电总局	2010年11月
8	关于鼓励和引导民间资本进入文化领域的实施意见	文化部	2012年6月
9	关于推进文化强市建设的若干政策意见	中共海宁市委、海宁市人民政府	2013年1月
10	电视剧拍摄制作备案公示管理办法	广电总局	2013年12月
11	关于进一步促进影视产业发展意见的通知	海宁市人民政府办公室	2014年2月
12	"一剧两星"	广电总局	2014年4月

1.3 电视剧行业发展影响因素分析

1.3.1 宏观经济因素分析

(1) 宏观经济发展情况

(2) 宏观经济与电视剧行业相关性

1.3.2 市场需求因素分析

(1) 电视剧市场的潜在需求分析

(2) 电视剧市场的实际需求分析

(3) 中国电视剧需求市场的评价

1.3.3 广播电视技术发展分析

(1) 行业专利申请数量

(2) 行业专利公开数量

(3) 行业专利类型分析

(4) 技术领先企业分析

(5) 行业热门技术分析

1.3.4 新技术影响因素分析

(1) 新数字媒体的时代特征

(2) 数字电视技术的影响

第2章：国外电视剧行业发展动向与趋势分析

2.1 全球电视剧市场发展状况与趋势

2.1.1 全球所有节目类型分析

2.1.2 全球人均收视时间分析

2.1.3 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

2.1.4 全球电视剧发展趋势分析

2.2 美国电视剧市场发展分析

2.2.1 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

2.2.2 美国电视剧市场格局

2.2.3 美国电视剧产业链特征

2.2.4 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

2.2.5 美国电视剧特征分析

2.3 加拿大电视剧市场发展分析

2.3.1 英、法语收视差异分析

(1) 英、法语区收视差异明显

(2) 英、法语区的巨大差异由来已久

2.3.2 加拿大电视剧市场概况

(1) 英语区本土电视剧深受美剧挤压

(2) 法语区本土电视剧自得其乐

2.3.3 加拿大对电视剧的投入与收获

- (1) 电视剧是制作最昂贵的节目类型
- (2) 本土电视剧的表现可圈可点
- (3) 以特色在国际市场赢得一席之地

2.4 韩国电视剧市场发展分析

2.4.1 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

2.4.2 韩剧收视TOP10分析

2.4.3 韩国电视剧特征分析

2.4.4 韩剧《面包王金卓求》案例分析

2.5 日本电视剧市场发展分析

2.5.1 日本电视产业概述

2.5.2 日剧类型与播出特点

2.5.3 日剧年度收视TOP10分析

2.5.4 近年日本电视剧特征分析

第3章：中国电视剧产业链及行业发展分析

3.1 中国电视剧行业产业链分析

3.1.1 电视剧行业产业链

- (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
 - 2) 音像出版发展情况
 - 3) 新媒体发展情况

3.1.2 中国、美国、香港电视剧产业链比较分析

- (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

3.1.3 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

3.2 中国电视剧行业发展状况

3.2.1 电视剧行业发展规模

3.2.2 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

3.2.3 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

3.2.4 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

3.3 中国电视剧行业发展趋势分析

3.3.1 价格泡沫渐消，供给渐趋理性

3.3.2 电视剧播出份额受综艺节目影响有限

3.3.3 "独播化"推升优质电视剧需求

3.3.4 优质电视剧价格上涨趋势仍将持续

3.3.5 优质剧与普通剧价格差距持续扩大

3.3.6 国内定制剧将占据主流市场

第4章：中国电视剧制作与发行情况分析

4.1 中国电视剧剧本题材分析

4.1.1 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

4.1.2 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

4.1.3 我国电视剧创作特征分析

4.2 中国电视剧融资分析

4.2.1 电视剧融资环境分析

4.2.2 电视剧融资特点分析

4.2.3 电视剧融资渠道与方式

4.2.4 电视剧融资规模分析

4.2.5 电视剧融资策略分析

4.3 中国电视剧生产制作分析

4.3.1 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

4.3.2 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

4.3.3 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

4.4 中国电视剧发行分析

4.4.1 电视剧发行方式

4.4.2 电视剧的两次发行

4.4.3 电视剧的四级发行市场

4.4.4 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

4.4.5 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5章：中国电视剧播出、收视与收入调研分析

5.1 中国电视剧播出分析

5.1.1 电视剧播出大势盘点

- (1) 播出份额
- (2) 资源使用率

5.1.2 各级频道电视剧播出份额对比

5.1.3 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

5.1.4 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

5.1.5 各卫视黄金档播出电视剧

5.2 中国电视剧收视分析

5.2.1 电视剧收视总量分析

5.2.2 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

5.2.3 不同类型电视剧收视情况对比

5.2.4 各类节目收视量历年对比分析

5.2.5 电视剧收视贡献分析

5.2.6 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

5.2.7 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

5.2.8 热播优质电视剧特征分析

- (1) 各级频道热播剧收视表现
- (2) 优秀热播剧特征案例分析

1) 制作方分析

2) 受众分析

3) 传播方式分析

4) 成功元素总结

5.3 中国电视剧收入分析

5.3.1 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) 电视剧版权收入预测

5.3.2 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

5.3.3 电视剧相关产业开发分析

(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6章：中国电视剧行业热点专题分析

6.1 中国网络电视剧发展分析

6.1.1 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

6.1.2 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

6.1.3 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

6.1.4 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

6.1.5 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

6.2 中国制播分离制度分析

6.2.1 制播分离政策环境分析

6.2.2 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

6.2.3 制播分离的重要性解析

6.2.4 制播分离成功案例分析

(1) 体制内分离：上海文广转企改制

(2) 体制外分离：《中国好声音》

6.2.5 电视剧制播分离现存问题

6.2.6 制播分离发展前景分析

(1) 美国

(2) 韩国

6.3 中国三网融合对电视剧的影响分析

6.3.1 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) 发展三网融合积极意义

6.3.2 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

(2) 三网融合有利于电视剧的发展

(3) 三网融合对视频运营模式的影响

6.3.3 三网融合进展分析

(1) 运营商加大投资力度

(2) 三网融合用户数量取得突破

(3) 各地区试点与实施方案

6.4 "三限令"对中国电视剧行业的影响

6.4.1 "限播令"对电视剧行业的影响分析

(1) "限播令"颁发背景

(2) "限播令"主要内容

(3) "限播令"对电视剧行业的影响

6.4.2 "限娱令"对电视剧行业的影响分析

(1) "限娱令"颁发背景

(2) "限娱令"主要内容

(3) "限娱令"对电视剧行业的影响

6.4.3 "限广令"对电视剧行业的影响分析

(1) "限广令"颁发背景

(2) "限广令"主要内容

(3) "限广令"对电视剧行业的影响

6.5 优酷土豆合并概况与影响分析

6.5.1 优酷土豆合并事件综述

6.5.2 优酷土豆合并影响分析

第7章：中国电视剧领先制作机构经营情况分析

7.1 中国电视剧制作机构总体概况

7.2 中国电视剧领先民营制作机构经营情况分析

7.2.1 浙江华策影视股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业电视剧制作分析

(3) 企业运营情况分析

1) 企业主要经济指标分析

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

(4) 企业组织架构分析

(5) 企业运营模式分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业发展战略分析

(8) 企业投资兼并与重组分析

(9) 企业最新发展动向

7.2.2 华谊兄弟传媒股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业电视剧制作分析

(3) 企业运营情况分析

1) 企业主要经济指标分析

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

(4) 企业组织架构分析

(5) 企业运营模式分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业发展战略分析

(8) 企业投资兼并与重组分析

(9) 企业最新发展动向

7.2.3 中视传媒股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业电视剧制作分析

(3) 企业运营情况分析

1) 企业主要经济指标分析

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

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业发展战略分析

(6) 企业最新发展动向

7.2.4 北京光线传媒股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业电视剧制作分析

(3) 企业运营情况分析

1) 企业主要经济指标分析

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

(4) 企业组织架构分析

(5) 企业运营模式分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业发展战略分析

(8) 企业投资兼并与重组分析

7.2.5 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

7.2.6 北京小马奔腾壹影视文化发展有限公司

(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

7.2.7 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) 企业电视剧制作分析

(4) 企业经营优劣势分析

7.2.8 金英马影视文化股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业电视剧制作分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

7.2.9 北京荣信达影视艺术有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业电视剧制作分析

(5) 企业经营优劣势分析

7.2.10 广东强视影业传媒有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业电视剧制作分析

(3) 企业经营优劣势分析

(4) 企业最新发展动向

7.2.11 上海唐人电影制作有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业组织架构分析

(3) 企业电视剧制作分析

(4) 企业经营优劣势分析

7.3 中国电视剧主要国有制作机构经营情况分析

7.3.1 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) 企业组织架构分析

(4) 企业电视剧制作分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

7.3.2 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) 企业组织架构分析

(4) 企业电视剧制作分析

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

7.3.3 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) 企业电视剧制作分析

(4) 企业经营优劣势分析

7.3.4 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) 企业组织架构分析

(4) 企业电视剧制作分析

(5) 企业经营优劣势分析

7.3.5 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) 企业电视剧制作分析

(4) 企业经营优劣势分析

7.3.6 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

7.3.7 珠江电影制片有限公司

(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

第8章：中国电视剧主要播放平台经营分析

8.1 中国电视剧播放平台总体概况

8.2 中国主要电视台经营情况分析

8.2.1 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

8.2.2 山东电视台

(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

8.2.3 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

8.2.4 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

8.2.5 安徽电视台

- (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

8.2.6 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

8.2.7 四川电视台

- (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

8.2.8 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

8.2.9 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

8.3 中国电视剧主要网络平台经营情况分析

8.3.1 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

8.3.2 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

8.3.3 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

8.3.4 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

优酷网

土豆网

6) 企业经营优劣势分析

7) 企业最新发展动向

8.3.5 激动网络有限公司（激动网）

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 激动网电视剧播放分析

(4) 企业经营优劣势分析

8.3.6 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

8.3.7 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

8.3.8 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

(3) 暴风影音电视剧播放分析

(4) 企业经营优劣势分析

8.3.9 上海众源网络有限公司 (PPStream)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) PPStream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9章：中国电视剧行业发展前景与投资分析(AK WZY)

9.1 中国电视剧行业发展前景分析

9.1.1 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) 三网融合的推动

(5) 新技术应用带来机遇

(6) 海外市场拓宽盈利渠道

9.1.2 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

9.1.3 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

9.2 中国电视剧行业投资特性分析

9.2.1 电视剧行业发展壁垒

9.2.2 电视剧行业市场供求分析

(1) 整体供大于求

(2) 需求呈增加趋势

(3) 精品剧供不应求

9.2.3 电视剧行业利润水平分析

(1) 成本分析

(2) 收入分析

9.2.4 电视剧行业投资风险分析

(1) 政策监管风险

(2) 税收政策风险

(3) 竞争加剧风险

(4) 知识产权纠纷风险

(5) 联合投资制作风险

(6) 安全生产的风险

9.3 中国电视剧行业投资机会与投资建议

9.3.1 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

9.3.2 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) 新媒体电视剧投资机会

9.3.3 电视剧行业投资建议

(1) 择机上市

(2) 投资定制剧

(3) 投资精品剧

(4) 投资新媒体播放平台

图表目录:

图表1：电视剧的分类（按剧集长短及题材）

图表2：电视剧行业的特点分析

图表3：电视剧行业初创阶段的特点分析

图表4：电视剧行业萌芽阶段的特点分析

图表5：电视剧行业发展阶段的特点分析

图表6：电视剧行业逐步成熟阶段的特点分析

图表7：国产电视剧数量变化（单位：部，集）

图表8：电视剧行业主管部门职能简介

图表9：电视剧行业主要监管体制简介

图表10：中国电视剧行业主要法律法规和政策

图表11：中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表12：2015年中国经济发展情况预测（单位：%）

图表13：中国电视综合人口覆盖率及变化（单位：%）

图表14：我国电视剧观众免费频道消费形式简析

图表15：网络视频用户数及使用率（单位：万人，%）

图表16：中国电视剧需求市场的评价

图表17：截至2015年广播电视相关专利申请量变化图（单位：件）

图表18：截至2015年中国广播电视相关专利公开数量变化图（单位：件）

图表19：截至2015年中国广播电视相关专利类型构成图（单位：%）

图表20：截至2015年中国广播电视相关专利主要申请人排名前十名和数量（单位：件）

图表21：截至2015年中国广播电视相关专利技术构成表（单位：件）

图表22：新数字媒体时代下的电视产品

图表23：数字电视技术对电视剧行业的影响分析

图表24：全球主要电视节目类型收视率变化对比（单位：%）

图表25：全球人均收视时间历年变化（单位：分钟）

图表26：全球电视剧发展趋势分析

图表27：美国电视剧主要类型

图表28：美国电视剧播出量和结构（单位：集，%）

图表29：美国电视剧制作市场结构（单位：%）

图表30：美国热播电视剧集出品方情况

图表31：美国收视率排名前十名剧目

图表32：美国电视剧主要盈利模式

图表33：美国电视剧特征分析

图表34：加拿大英语和外国英语电视节目全天收视份额对比（单位：%）

图表35：加拿大英语和外国英语电视节目黄金时段收视份额对比（单位：%）

图表36：加拿大法语和外国法语电视节目全天收视份额对比（单位：%）

图表37：加拿大法语和外国法语电视节目黄金时段收视份额对比（单位：%）

图表38：加拿大英语电视节目收视排行（单位：人）

图表39：加拿大英语区本土电视剧和外国英语电视剧全天收视份额对比（单位：%）

图表40：加拿大英语区本土电视剧和外国英语电视剧黄金时段收视份额对比（单位：%）

图表41：加拿大法语区本土电视剧和外国电视剧全天收视份额对比（单位：%）

图表42：加拿大法语区本土电视剧和外国电视剧黄金时段收视份额对比（单位：%）

图表43：加拿大英语区电视节目制作成本统计（单位：千加元/小时）

图表44：加拿大法语区电视节目制作成本统计（单位：千加元/小时）

图表45：加拿大电视剧海外播出情况统计

图表46：韩国电视剧主要类型与播出特点

图表47：韩国三大电视机构电视剧收视率TOP10（单位：% ，集）

图表48：韩国部分穿越剧一览表

图表49：韩剧《面包王金卓求》成功因素分析

图表50：日本电视市场规模（单位：个，万户，亿日元，%）

图表51：日本电视媒体构造图

图表52：日本电视剧收视排行TOP10（单位：%）

图表53：数字媒体时代的电视剧行业产业链结构图

图表54：我国电视剧行业剧本及编剧状况

图表55：各类题材电视剧的编播比重（单位：%）

图表56：80城市所播电视剧编剧的题材创作数量分布（全天）（单位：%）

图表57：80城市所播电视剧编剧的题材创作情况（全天）（单位：部，%）

图表58：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59：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60：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61：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62：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63：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64：国内电视剧制作机构分类

图表65：中国电视剧制作机构数量（单位：家）

图表66：全国电视台数量统计（单位：座）

图表67：中国电视产业规模变化趋势（单位：亿元，%）

图表68：中国有线电视网收入及变化（单位：亿元，%）

图表69：2006年以来中国音像制品发行总金额及增长率（单位：亿元，%）

图表70：中国录音制品出版情况（单位：种，亿盒/张，亿元，%）

图表71：中国录像制品出版情况（单位：种，亿盒/张，亿元，%）

图表72：中国电子出版物出版情况（单位：种，万张，亿元，%）

图表73：中国音像出版进出口情况（单位：万盒/张，万美元，%）

图表74：中国音像出版业版权贸易情况（单位：种）

图表75：我国网民规模与互联网普及率（单位：万人，%）

图表76：2006-2016年中国网络经济市场规模及预测（单位：亿元，%）

图表77：2006-2016年中国网络广告市场规模及预测（单位：亿元，%）

图表78：中国网民对各类网络应用的使用率（单位：万人，%）

图表79：我国手机网民规模及占网民比例（单位：万人，%）

图表80：中国网民上网设备变化情况（单位：%）

图表81：中国手机网络视频用户数及使用率（单位：万人，%）

图表82：中国、美国、香港电视剧制播方式比较

图表83：中国、美国电视剧内容结构比较

图表84：中国、美国、香港电视剧制作主体比较

图表85：中国、美国电视剧分销渠道比较

图表86：中国、美国、香港电视剧经营模式比较

图表87：中国、美国、香港电视剧营销模式比较

图表88：中国、美国、香港电视剧衍生产品比较

图表89：数字媒体时代电视剧产业价值链重构图

图表90：我国电视剧行业各营收主体盈利模式分析

图表91：电视剧交易额及获准发行新剧数量（单位：亿元，部）

图表92：80城市主要产地电视剧播出比重（全天）（单位：%）

图表93：中国各级频道市场份额（单位：%）

图表94：各级频道市场份额对比（单位：%）

图表95：各级频道不同年龄段观众市场份额对比（单位：%）

图表96：各级频道全天收视率走势对比（单位：%）

图表97：中央台各频道收视份额贡献（单位：%）

图表98：中央台各频道市场份额年度变化（单位：%）

图表99：省级卫视市场份额对比（71大中城市，不包括动画卫视）（单位：%）

图表100：省级地面频道晚间在本省市场份额（18:00-24:00）（单位：%）

图表101：省级地面频道在本省晚间市场份额年度变化（单位：%）
图表102：117个地级市晚间市场份额（18:00-24:00）（单位：%）
图表103：省会城市台晚间市场份额（18:00-24:00）（单位：%）
图表104：国内电视剧制作机构产量占比及收入占比情况（单位：部，集，亿元，%）
图表105：近年涌入影视剧制作行业的各类机构
图表106：全国拍摄制作电视剧备案公示（单位：集，部）
图表107：湖南卫视周六不同时段5秒广告刊例价（单位：元）
图表108：广东卫视周六不同时段5秒广告刊例价（单位：元）
图表109：排名前十的电视剧与综艺节目收视率比较（单位：%）
图表110：美国电视节目广告收入排行（单位：万美元/30分钟）
图表111：2007年以来电视剧播出及审批发行统计（单位：部，集，遍）
图表112：省级卫视电视剧收视率占比情况（单位：%）
图表113：2007年以来部分热播剧单集售价（不含网络版权收入）（单位：万元）
图表114：2009-2015年优质剧与普通剧价格差距情况及预测（单位：万/集，倍）
图表115：生产完成的电视剧主要题材数量（单位：部，集）
图表116：生产完成的电视剧主要题材对比（单位：%）
图表117：近年热播谍战剧成功因素分析
图表118：近年热播社会伦理剧分类
图表119：近年热播社会伦理剧成功因素分析
图表120：近年我国电视剧题材特征分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/278589.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提供专业投资咨询报告、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。