



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国电视剧市场分 析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2017-2022年中国电视剧市场分析及投资策略研究报告》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/283367.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

改革开放三十年来，国内电视剧产业已积累了雄厚的软、硬件基础，影视业的发展培养和造就了一批优秀的管理人才和一大批电视剧产业制作人才，同时，一批国有和其它经济成份的影视实体在国内市场的竞争中不断脱颖而出，积累了丰富的市场、制作和管理经验，电视剧产业作品和市场营销的新方式和新观念在改革和探索之后已基本上被接受。

电视剧的产业化进程与电视产业化进程密切相关，一方面是由于电视剧的市场是在电视台的节目经营中最先形成的，另一方面，在当下的中国，电视台作为电视剧的主要播出平台，具有明显的强势和垄断地位，对电视剧产业的发展产生了诸多限制和影响。因此电视产业化对于电视剧的产业化具有明显的推动作用。

近年来，随着人民文化需求水平的不断提高和电视产业化进程的加速，近些年我国电视剧市场的规模不断发展扩大。以电视剧总产量来看，近年来电视剧市场一直处于整体供大于求的局面。每年约有20%的电视剧在摄制完成后就因质量、题材等原因无电视台采购而被市场淘汰，另有约30%的电视剧只能在收视率较低的播出时段播出且销售价格较低。但同时，精品电视剧的供给却一直不能满足市场需求，电视台宁愿重播过往的精品电视剧也不愿采购低质量新剧，这直接导致一些精品电视剧的重播率较高。

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 17

1.1 电视剧行业概述 17

1.1.1 电视剧行业界定 17

（1）电视剧的定义及分类 17

（2）电视剧行业的内涵 17

1.1.2 电视剧行业特点 18

1.1.3 电视剧行业发展历程 19

1.2 电视剧行业监管体系及政策法规 22

1.2.1 行业主管部门 22

| | |
|----------------------|----|
| 1.2.2 行业监管体制 | 23 |
| 1.2.3 行业主要法律法规及政策 | 24 |
| 1.3 电视剧行业发展影响因素分析 | 25 |
| 1.3.1 宏观经济因素分析 | 25 |
| (1) 宏观经济发展情况 | 25 |
| (2) 宏观经济与电视剧行业相关性 | 26 |
| 1.3.2 市场需求因素分析 | 26 |
| (1) 电视剧市场的潜在需求分析 | 26 |
| (2) 电视剧市场的实际需求分析 | 29 |
| (3) 中国电视剧需求市场的评价 | 31 |
| 1.3.3 广播电视传输技术发展分析 | 31 |
| (1) 行业技术活跃程度 | 31 |
| (2) 行业专利增长趋势 | 32 |
| (3) 技术领先企业技术分析 | 33 |
| (4) 目前最热门技术分析 | 34 |
| 1.3.4 新技术影响因素分析 | 35 |
| (1) 新数字媒体的时代特征 | 35 |
| (2) 数字电视技术的影响 | 36 |
| 第2章 国外电视剧行业发展动向与趋势分析 | 38 |
| 2.1 全球电视剧市场发展状况与趋势 | 38 |
| 2.1.1 全球所有节目类型分析 | 38 |
| 2.1.2 全球人均收视时间分析 | 39 |
| 2.1.3 全球电视剧竞争格局分析 | 39 |
| (1) 美剧和英剧占据主体地位 | 40 |
| (2) 意、韩等剧具有局部影响力 | 40 |
| 2.1.4 全球电视剧发展趋势分析 | 40 |
| 2.2 美国电视剧市场发展分析 | 41 |
| 2.2.1 美国电视剧市场概况 | 41 |
| (1) 美国电视剧发展概述 | 41 |
| (2) 美国电视剧主要类型 | 41 |
| (3) 美国电视剧产量与结构 | 42 |
| 2.2.2 美国电视剧市场格局 | 43 |

| | |
|--------------------------|----|
| 2.2.3 美国电视剧产业链特征 | 44 |
| 2.2.4 美国电视剧市场规模与盈利模式 | 45 |
| (1) 美国电视剧市场规模 | 45 |
| (2) 美国电视剧盈利模式 | 45 |
| 2.2.5 2015年美国电视剧特征分析 | 46 |
| 2.3 加拿大电视剧市场发展分析 | 47 |
| 2.3.1 英、法语收视差异分析 | 47 |
| (1) 英、法语区收视差异明显 | 47 |
| (2) 英、法语区的巨大差异由来已久 | 48 |
| 2.3.2 加拿大电视剧市场概况 | 49 |
| (1) 英语区本土电视剧深受美剧挤压 | 49 |
| (2) 法语区本土电视剧自得其乐 | 50 |
| 2.3.3 加拿大对电视剧的投入与收获 | 51 |
| (1) 电视剧是制作最昂贵的节目类型 | 51 |
| (2) 本土电视剧的表现可圈可点 | 52 |
| (3) 以特色在国际市场赢得一席之地 | 53 |
| 2.4 韩国电视剧市场发展分析 | 54 |
| 2.4.1 韩国电视剧发展概况 | 54 |
| (1) 韩国电视剧制作机构 | 54 |
| (2) 韩国电视剧产量分析 | 54 |
| (3) 韩剧类型与播出特点 | 55 |
| 2.4.2 2015年度韩剧收视top10分析 | 56 |
| 2.4.3 2015年韩国电视剧特征分析 | 57 |
| 2.4.4 韩剧《面包王金卓求》案例分析 | 57 |
| 2.5 日本电视剧市场发展分析 | 58 |
| 2.5.1 日本电视产业概述 | 58 |
| 2.5.2 日剧类型与播出特点 | 59 |
| 2.5.3 2015年日剧年度收视top10分析 | 60 |
| 2.5.4 近年日本电视剧特征分析 | 61 |
| 第3章 中国电视剧产业链及行业发展分析 | 62 |
| 3.1 中国电视剧行业产业链分析 | 62 |
| 3.1.1 电视剧行业产业链 | 62 |

- (1) 电视剧行业产业链简介 62
- (2) 产业链上游发展分析 62
- 1) 剧本及编剧状况 63
- 2) 制片机构状况 63
- (3) 产业链下游发展分析 65
- 1) 电视产业发展情况 65
- 2) 音像出版发展情况 67
- 3) 新媒体发展情况 70
- 3.1.2 中国、美国、香港电视剧产业链比较分析 74
- (1) 产业链上游——电视剧制作播出模式比较 74
- 1) 制播方式比较 74
- 2) 内容结构比较 75
- 3) 制作主体比较 76
- 4) 版权机制比较 76
- (2) 产业链中游——电视剧经营销售模式比较 76
- 1) 分销渠道比较 76
- 2) 经营模式比较 77
- 3) 营销模式比较 77
- (3) 产业链下游——电视剧的衍生产品比较 78
- 3.1.3 电视剧行业盈利模式分析 78
- (1) 电视剧产业价值链构成 78
- (2) 电视剧行业盈利模式 80
- 3.2 中国电视剧行业发展状况 81
- 3.2.1 电视剧行业发展规模 81
- 3.2.2 电视剧行业进口情况 81
- (1) 进口剧播放情况 81
- (2) 进口剧题材类型 82
- (3) 进口剧收视情况 82
- 3.2.3 电视剧行业竞争格局 82
- (1) 频道收视份额两极化 82
- (2) 强势频道垄断化格局 83
- (3) 电视剧制作机构高度分散 84

- (4) 行业新进入者不断涌现 85
- 3.2.4 电视剧行业现存问题解析 85
 - (1) 产业创新动力不足 85
 - (2) 行业资本泡沫多 86
 - (3) 电视剧出口不力 86
- 3.3 中国电视剧行业发展趋势分析 87
 - 3.3.1 价格泡沫渐消, 供给渐趋理性 87
 - 3.3.2 电视剧播出份额受综艺节目影响有限 87
 - 3.3.3 "独播化"推升优质电视剧需求 90
 - 3.3.4 优质电视剧价格上涨趋势仍将持续 91
 - 3.3.5 优质剧与普通剧价格差距持续扩大 91
 - 3.3.6 国内定制剧将占据主流市场 92
- 第4章 中国电视剧制作与发行情况分析 94
 - 4.1 中国电视剧剧本题材分析 94
 - 4.1.1 电视剧剧本题材数量 94
 - (1) 当代剧 94
 - (2) 现代剧 94
 - (3) 近代剧 95
 - (4) 古代剧 95
 - (5) 重大剧 96
 - 4.1.2 热播题材电视剧成功因素分析 96
 - (1) 谍战剧 96
 - (2) 军旅题材剧 97
 - (3) 族群迁徙剧 98
 - (4) 社会伦理剧 98
 - (5) 青春偶像剧 99
 - 4.1.3 我国电视剧创作特征分析 99
 - 4.2 中国电视剧融资分析 100
 - 4.2.1 电视剧融资环境分析 100
 - 4.2.2 电视剧融资特点分析 101
 - 4.2.3 电视剧融资渠道与方式 101
 - 4.2.4 电视剧融资规模分析 102

| | |
|---------------------------|-----|
| 4.2.5 电视剧融资策略分析 | 102 |
| 4.3 中国电视剧生产制作分析 | 103 |
| 4.3.1 电视剧生产情况综述 | 103 |
| (1) 制作机构数量 | 103 |
| (2) 年度申报剧目 | 103 |
| (3) 年度完成剧目 | 104 |
| (4) 主要题材比例 | 105 |
| 4.3.2 电视剧生产历年对比分析 | 105 |
| (1) 制作机构数量对比 | 105 |
| (2) 申报剧目对比 | 106 |
| (3) 完成剧目对比 | 107 |
| (4) 主要题材对比 | 108 |
| 4.3.3 我国电视剧生产特征分析 | 108 |
| (1) 产量回升, 集数达历史新高 | 109 |
| (2) 生产成本提高, 进入亿元大片时代 | 109 |
| (3) 定制剧影响产业布局, 台企合作考验生存本领 | 109 |
| 4.4 中国电视剧发行分析 | 109 |
| 4.4.1 电视剧发行方式 | 109 |
| 4.4.2 电视剧的两次发行 | 110 |
| 4.4.3 电视剧的四级发行市场 | 111 |
| 4.4.4 新媒体环境开创电视剧发行的新渠道 | 111 |
| (1) 电视剧经电视台和网络同步或跟从播出 | 112 |
| (2) 电视剧经网络走红后电视台再次播映 | 112 |
| (3) 电视剧以互联网作为播放的首映平台 | 112 |
| (4) 互联网网站直接投拍***剧 | 113 |
| 4.4.5 国产电视剧网络发行模式的前景探讨 | 113 |
| (1) 网络发行的优势 | 113 |
| (2) 有待解决的问题 | 114 |
| 第5章 中国电视剧播出、收视与收入调研分析 | 115 |
| 5.1 中国电视剧播出分析 | 115 |
| 5.1.1 电视剧播出大势盘点 | 115 |
| (1) 播出份额 | 115 |

- (2) 资源使用率 117
- 5.1.2 各级频道电视剧播出份额对比 118
- 5.1.3 不同类型电视剧播出份额变化 119
 - (1) 主力剧目类型分析 119
 - (2) 央视偏好剧型分析 121
 - (3) 省卫视偏好剧型分析 121
 - (4) 省地面频道偏好剧型分析 122
 - (5) 城市频道偏好剧型分析 122
- 5.1.4 我国电视剧播出特征分析 123
 - (1) 电视剧是立台之本 123
 - (2) 主要题材"播出王" 124
 - (3) 省卫视偏好播出剧目 124
 - (4) 省卫视热播类型同质化 127
- 5.1.5 2015年卫视黄金档拟播电视剧 128
- 5.2 中国电视剧收视分析 132
 - 5.2.1 电视剧收视总量分析 132
 - 5.2.2 各级频道电视剧收视份额对比 134
 - 5.2.3 不同类型电视剧收视情况对比 136
 - 5.2.4 各类节目收视量历年对比分析 137
 - 5.2.5 电视剧收视贡献分析 139
 - 5.2.6 电视剧主要观众状况 140
 - (1) 电视剧观众性别结构 140
 - (2) 电视剧观众年龄结构 141
 - (3) 电视剧观众学历结构 141
 - (4) 电视剧观众职业结构 142
 - (5) 电视剧观众收入结构 142
 - 5.2.7 电视剧收视率top10分析 143
 - (1) 央视年度内地剧收视top10 143
 - (2) 省卫视年度内地剧收视top10 144
 - 5.2.8 热播优质电视剧特征分析 145
 - (1) 各级频道热播剧收视表现 145
 - (2) 优秀热播剧特征案例分析 148

- 1) 制作方分析 148
- 2) 受众分析 148
- 3) 传播方式分析 148
- 4) 成功元素总结 149
- 5.3 中国电视剧收入分析 149
 - 5.3.1 电视剧版权收入分析 149
 - (1) 电视剧电视台版权收入 150
 - (2) 电视剧网络版权收入 150
 - (3) 电视剧版权收入预测 151
 - 5.3.2 电视剧广告分析 152
 - (1) 电视广告收入规模 152
 - (2) 电视剧广告收入份额 153
 - (3) 电视剧广告投放形式 153
 - (4) 电视剧广告发展趋势 153
 - 5.3.3 电视剧相关产业开发分析 155
 - (1) 纵向开发 155
 - 1) 版权销售 155
 - 2) 影视基地 156
 - (2) 横向开发 156
 - 1) 旅游业 156
 - 2) 文化教育产业 157
 - 3) 服装化妆品行业 159
- 第6章 中国电视剧行业热点专题分析 160
 - 6.1 中国网站影视剧发展分析 160
 - 6.1.1 中国视频网民状况概述 160
 - (1) 视频网民人数 160
 - (2) 视频网民结构 160
 - (3) 网民最关注视频类型 162
 - (4) 网民最关注电视剧分析 163
 - 6.1.2 主要视频网站影视剧策略 164
 - (1) 腾讯 165
 - (2) 搜狐 165

- (3) 优酷 166
- (4) 奇艺网 166
- (5) 乐视网 166
- (6) pptv 167
- 6.1.3 网站影视剧盈利模式分析 167
 - (1) 广告模式 167
 - (2) 用户付费模式 (b2c) 169
 - (3) 版权营销模式 (b2b) 171
 - (4) 视频增值服务模式 172
- 6.1.4 网络自制剧分析 172
 - (1) 网络自制剧的缘起 172
 - (2) 近年主要网络自制剧 173
 - (3) 网络自制剧基本盈利模式：整合营销 173
 - (4) 网络自制剧趋势分析 174
- 6.1.5 网站影视剧与传统电视剧收视对比 174
 - (1) 双屏用户热播电视剧收看方式 174
 - (2) 不同年龄段双屏用户热播剧收看方式 175
 - (3) 不同学历双屏用户热播剧收看方式 176
 - (4) 双屏选择影响因素 176
- 6.2 中国制播分离制度分析 178
 - 6.2.1 制播分离政策环境分析 178
 - 6.2.2 制播分离模式分析 179
 - (1) 栏目承包制 179
 - (2) 节目购买型 180
 - (3) 全频道的制播分离 180
 - (4) 整体的制播分离型 181
 - 6.2.3 制播分离的重要性解析 181
 - 6.2.4 制播分离成功案例分析 181
 - (1) 体制内分离：上海文广转企改制 181
 - (2) 体制外分离：《中国***》 182
 - 6.2.5 电视剧制播分离现存问题 183
 - 6.2.6 制播分离发展前景分析 183

| | |
|-------------------------|-----|
| 6.3 中国三网融合对电视剧的影响分析 | 185 |
| 6.3.1 三网融合概述 | 185 |
| (1) 三网融合定义及涉及领域 | 185 |
| (2) 三网融合包含四要素分析 | 185 |
| (3) 发展三网融合的积极意义 | 186 |
| 6.3.2 三网融合对电视剧的影响分析 | 186 |
| (1) 三网融合背景下民营电视剧的版权分析 | 186 |
| (2) 三网融合有利于电视剧的发展 | 187 |
| (3) 三网融合对视频运营模式的影响 | 187 |
| 6.3.3 三网融合进展分析 | 188 |
| (1) 运营商加大投资力度 | 189 |
| (2) 三网融合用户数量取得突破 | 189 |
| (3) 各地区试点与实施方案 | 189 |
| 6.4 "三限令"对中国电视剧行业的影响 | 190 |
| 6.4.1 "限播令"对电视剧行业的影响分析 | 190 |
| (1) "限播令"颁发背景 | 191 |
| (2) "限播令"主要内容 | 191 |
| (3) "限播令"对电视剧行业的影响 | 191 |
| 6.4.2 "限娱令"对电视剧行业的影响分析 | 192 |
| (1) "限娱令"颁发背景 | 192 |
| (2) "限娱令"主要内容 | 193 |
| (3) "限娱令"对电视剧行业的影响 | 193 |
| 6.4.3 "限广令"对电视剧行业的影响分析 | 194 |
| (1) "限广令"颁发背景 | 194 |
| (2) "限广令"主要内容 | 195 |
| (3) "限广令"对电视剧行业的影响 | 195 |
| 6.5 优酷土豆合并概况与影响分析 | 196 |
| 6.5.1 优酷土豆合并事件综述 | 196 |
| 6.5.2 优酷土豆合并影响分析 | 196 |
| 第7章 中国电视剧领先制作机构经营情况分析 | 198 |
| 7.1 中国电视剧制作机构总体概况 | 198 |
| 7.2 中国电视剧领先民营制作机构经营情况分析 | 199 |

7.2.1 浙江华策影视股份有限公司 199

(1) 企业发展简况分析 199

(2) 企业电视剧制作分析 200

(3) 企业运营情况分析 200

1) 企业主要经济指标分析 200

2) 企业盈利能力分析 201

3) 企业运营能力分析 201

4) 企业偿债能力分析 202

5) 企业发展能力分析 202

(4) 企业组织架构分析 203

(5) 企业运营模式分析 206

(6) 企业经营优劣势分析 210

(7) 企业发展战略分析 211

(8) 企业投资兼并与重组分析 212

(9) 企业最新发展动向 212

7.2.2 华谊兄弟传媒股份有限公司 213

(1) 企业发展简况分析 213

(2) 企业电视剧制作分析 214

(3) 企业运营情况分析 214

1) 企业主要经济指标分析 214

2) 企业盈利能力分析 215

3) 企业运营能力分析 215

4) 企业偿债能力分析 216

5) 企业发展能力分析 217

(4) 企业组织架构分析 217

(5) 企业运营模式分析 220

(6) 企业经营优劣势分析 221

(7) 企业发展战略分析 221

(8) 企业投资兼并与重组分析 222

(9) 企业最新发展动向 222

7.2.3 中视传媒股份有限公司 223

(1) 企业发展简况分析 223

- (2) 企业电视剧制作分析 224
- (3) 企业运营情况分析 225
- 1) 企业主要经济指标分析 225
- 2) 企业盈利能力分析 225
- 3) 企业运营能力分析 226
- 4) 企业偿债能力分析 226
- 5) 企业发展能力分析 227
- (4) 企业经营优劣势分析 228
- (5) 企业发展战略分析 228
- (6) 企业最新发展动向 228
- 7.2.4 北京光线传媒股份有限公司 229
- (1) 企业发展简况分析 229
- (2) 企业电视剧制作分析 230
- (3) 企业运营情况分析 230
- 1) 企业主要经济指标分析 230
- 2) 企业盈利能力分析 231
- 3) 企业运营能力分析 231
- 4) 企业偿债能力分析 232
- 5) 企业发展能力分析 233
- (4) 企业组织架构分析 233
- (5) 企业运营模式分析 236
- (6) 企业经营优劣势分析 237
- (7) 企业发展战略分析 238
- (8) 企业投资兼并与重组分析 238
- (9) 企业最新发展动向 238
- 7.2.5 海润影视集团有限公司 239
- (1) 企业发展简况分析 239
- (2) 企业经营情况分析 239
- (3) 企业电视剧制作分析 240
- (4) 企业经营优劣势分析 240
- (5) 企业最新发展动向 240
- 7.2.6 北京小马奔腾壹影视文化发展有限公司 241

- (1) 企业发展简况分析 241
- (2) 企业经营情况分析 241
- (3) 企业电视剧制作分析 241
- (4) 企业经营优劣势分析 242
- 7.2.7 北京慈文影视制作有限公司 242
 - (1) 企业发展简况分析 242
 - (2) 企业经营情况分析 243
 - (3) 企业电视剧制作分析 243
 - (4) 企业经营优劣势分析 243
- 7.2.8 金英马影视文化股份有限公司 244
 - (1) 企业发展简况分析 244
 - (2) 企业经营情况分析 244
 - (3) 企业组织架构分析 244
 - (4) 企业电视剧制作分析 245
 - (5) 企业经营优劣势分析 246
 - (6) 企业最新发展动向 246
- 7.2.9 北京荣信达影视艺术有限公司 246
 - (1) 企业发展简况分析 246
 - (2) 企业经营情况分析 247
 - (3) 企业组织架构分析 247
 - (4) 企业电视剧制作分析 247
 - (5) 企业经营优劣势分析 248
- 7.2.10 广东强视影业传媒有限公司 248
 - (1) 企业发展简况分析 248
 - (2) 企业电视剧制作分析 249
 - (3) 企业经营优劣势分析 250
 - (4) 企业最新发展动向 250
- 7.2.11 上海唐人电影制作有限公司 250
 - (1) 企业发展简况分析 250
 - (2) 企业组织架构分析 251
 - (3) 企业电视剧制作分析 251
 - (4) 企业经营优劣势分析 251

7.3 中国电视剧主要国有制作机构经营情况分析 252

7.3.1 中国电视剧制作中心有限责任公司 252

- (1) 企业发展简况分析 252
- (2) 企业经营情况分析 252
- (3) 企业组织架构分析 253
- (4) 企业电视剧制作分析 253
- (5) 企业经营优劣势分析 254
- (6) 企业最新发展动向 254

7.3.2 中国国际电视总公司 255

- (1) 企业发展简况分析 255
- (2) 企业经营情况分析 255
- (3) 企业组织架构分析 256
- (4) 企业电视剧制作分析 256
- (5) 企业经营优劣势分析 256
- (6) 企业最新发展动向 257

7.3.3 湖南经视文化传播有限公司 257

- (1) 企业发展简况分析 257
- (2) 企业经营情况分析 258
- (3) 企业电视剧制作分析 258
- (4) 企业经营优劣势分析 258
- (5) 企业最新发展动向 258

7.3.4 大连天歌传媒股份有限公司 259

- (1) 企业发展简况分析 259
- (2) 企业经营情况分析 259
- (3) 企业组织架构分析 259
- (4) 企业电视剧制作分析 260
- (5) 企业经营优劣势分析 261

7.3.5 上海电影(集团)有限公司 261

- (1) 企业发展简况分析 261
- (2) 企业经营情况分析 262
- (3) 企业电视剧制作分析 262
- (4) 企业经营优劣势分析 262

7.3.6 北京紫禁城影业有限责任公司 263

- (1) 企业发展简况分析 263
- (2) 企业经营情况分析 263
- (3) 企业电视剧制作分析 263
- (4) 企业经营优劣势分析 264
- (5) 企业最新发展动向 264

7.3.7 珠江电影制片有限公司 264

- (1) 企业发展简况分析 264
- (2) 企业经营情况分析 265
- (3) 企业电视剧制作分析 265
- (4) 企业经营优劣势分析 265

第8章 中国电视剧主要播放平台经营分析 266

8.1 中国电视剧播放平台总体概况 266

8.2 中国主要电视台经营情况分析 266

8.2.1 中央电视台 266

- (1) 企业发展简况分析 266
- (2) 企业经营情况分析 267
- (3) 企业组织架构分析 267
- (4) 企业电视剧播放频道分析 268
- (5) 企业电视剧收视分析 269
- (6) 企业最新发展动向 272

8.2.2 山东电视台 272

- (1) 企业发展简况分析 272
- (2) 企业经营情况分析 273
- (3) 企业电视剧播放频道分析 274
- (4) 企业电视剧收视分析 274

8.3 中国电视剧主要网络平台经营情况分析 286

8.3.1 乐视网信息技术(北京)股份有限公司(乐视网) 286

- (1) 企业发展简况分析 286
- (2) 企业运营情况分析 287
- 1) 主要经济指标分析 287
- 2) 企业盈利能力分析 288

- 3) 企业运营能力分析 289
- 4) 企业偿债能力分析 289
- 5) 企业发展能力分析 290
 - (3) 乐视网电视剧播放分析 290
 - (4) 企业经营优劣势分析 291
 - (5) 企业投资兼并与重组分析 291
 - (6) 企业最新发展动向 292
- 8.3.2 百度在线网络技术(北京)有限公司(奇艺网) 292
 - (1) 企业发展简况分析 292
 - (2) 企业运营情况分析 293
 - 1) 利润分析 293
 - 2) 资产负债分析 293
 - 3) 现金流量分析 294
 - 4) 主要指标分析 294
 - (3) 奇艺网电视剧播放分析 295
 - (4) 企业经营优劣势分析 295
 - (5) 企业投资兼并与重组分析 296
 - (6) 企业最新发展动向 296
- 第9章 中国电视剧行业发展前景与投资分析 319
 - 9.1 中国电视剧行业发展前景分析 319
 - 9.1.1 电视剧行业发展驱动因素 319
 - (1) 政策利好 319
 - (2) 文化消费增长 320
 - (3) 市场竞争日益规范 321
 - (4) 三网融合的推动 321
 - (5) 新技术应用带来机遇 321
 - (6) 海外市场拓宽盈利渠道 321
 - 9.1.2 电视剧行业发展阻碍因素 322
 - (1) 盗版冲击 322
 - (2) 国际市场竞争冲击 322
 - (3) 资金瓶颈限制 322
 - 9.1.3 电视剧行业发展前景预测 322

- (1) 电视剧制作企业收入具有前瞻性 322
- (2) 电视剧交易额增长具有稳定性 324
- (3) 一线卫视电视剧采购规模仍将扩大 325
- 9.2 中国电视剧行业投资特性分析 326
 - 9.2.1 电视剧行业发展壁垒 326
 - 9.2.2 电视剧行业市场供求分析 327
 - (1) 整体供大于求 327
 - (2) 需求呈增加趋势 327
 - (3) 精品剧供不应求 328
 - 9.2.3 电视剧行业利润水平分析 328
 - (1) 成本分析 328
 - (2) 收入分析 328
 - 9.2.4 电视剧行业投资风险分析 329
 - (1) 政策监管风险 329
 - (2) 税收政策风险 330
 - (3) 竞争加剧风险 330
 - (4) 知识产权纠纷风险 330
 - (5) 联合投资制作风险 330
 - (6) 安全生产的风险 331
- 9.3 中国电视剧行业投资机会与投资建议 331
 - 9.3.1 电视剧行业投资价值分析 331
 - (1) 电视剧需求空间巨大 331
 - (2) 电视剧投入回报率较高 332
 - (3) 行业具备中长期投资价值 333
 - 9.3.2 电视剧行业投资机会分析 334
 - (1) 精品剧投资机会大 334
 - (2) 卫视黄金档存投资机会 336
 - (3) 新媒体电视剧投资机会 336
 - 9.3.3 电视剧行业投资建议 337
 - (1) 择机上市 337
 - (2) 投资定制剧 338
 - (3) 投资精品剧 338

(4) 投资新媒体播放平台 338

图表目录：

图表1：电视剧的分类（按剧集长短及题材） 17

图表2：电视剧行业的特点分析 18

图表3：电视剧行业初创阶段的特点分析 19

图表4：电视剧行业萌芽阶段的特点分析 20

图表5：电视剧行业发展阶段的特点分析 20

图表6：电视剧行业逐步成熟阶段的特点分析 21

图表7：2008-2015年国产电视剧数量变化（单位：部，集） 21

图表8：电视剧行业主管部门职能简介 22

图表9：电视剧行业主要监管体制简介 23

图表10：中国电视剧行业主要法律法规和政策 24

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/283367.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。