



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2018-2024年中国电视剧行业市场运营状况分析及投资规划建设 咨询报告

# 一、调研说明

《2018-2024年中国电视剧行业市场运营状况分析及投资规划建议咨询报告》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/293339.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](mailto: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

报告目录：

第一章 中国电视剧行业发展背景分析 15

第一节 电视剧行业的界定 15

一、电视剧行业界定 15

（一）电视剧的定义 15

（二）电视剧的分类 15

（三）电视剧的涵义 16

二、电视剧行业特点 17

（一）娱乐性和教育性 17

（二）经营模式特殊 17

（三）制作机构区域性集中 17

（四）季节性和周期性分析 17

三、电视剧行业发展历程 18

（一）初创阶段 18

（二）停滞阶段 18

（三）萌芽阶段 19

（四）发展阶段 20

（五）逐步成熟阶段 22

第二节 中国宏观经济环境分析 23

一、中国GDP增长情况分析 23

二、工业经济发展形势分析 24

三、社会固定资产投资分析 26

四、全社会消费品零售总额 27

五、城乡居民收入增长分析 28

六、居民消费价格变化分析 29

七、对外贸易发展形势分析 30

第三节 电视剧行业监管体系分析 30

一、行业主管部门 30

（一）中共中央宣传部 30

（二）国家广播电影电视总局 31

(三) 新闻出版总署和文化部	31
二、行业监管体制	32
(一) 电视剧经营许可制度	32
(二) 电视剧备案公示和摄制行政许可	32
(三) 电视剧内容审查许可	32
(四) 电视剧播出审查	33
三、行业主要法律法规及政策	33
第四节 中国电视剧产业运行社会环境分析	37
一、中国人口规模及结构情况分析	37
二、中国城镇化进程与趋势分析	38
三、居民文化娱乐服务消费情况	38
第五节 电视剧行业技术发展状况分析	39
一、新一代广播电视技术(三网融合)	39
二、数字化、网络化电视进展迅速	39
三、国内广播电视新业态不断涌现	40
第二章 电视剧行业市场发展状况分析	41
第一节 全球电视剧市场发展状况	41
一、全球电视剧市场分析	41
(一) 全球所有节目类型分析	41
(二) 全球性影响的电视剧分析	42
(三) 区域性影响的电视剧分析	43
(四) 本国性影响的电视剧分析	44
二、美国电视剧市场发展分析	45
(一) 美国电视剧产业链分析	45
(二) 美国电视剧盈利模式	45
(三) 美国电视剧播制模式	47
(四) 美国电视剧市场状况	48
三、韩国电视剧市场发展分析	49
(一) 韩国电视剧发展概况	49
(二) 韩国电视剧制播模式	50
(三) 韩剧收视TOP10	51
(四) 《面包王金卓求》的成功秘诀	51

四、英国电视剧市场发展分析	52
(一) 英国电视剧市场概况	52
(二) 英国电视剧发展特点	53
1、深厚的文化依托	53
2、短小精致的剧集	53
3、英国式的冷幽默	54
(三) 英国电视剧代表城市	54
五、日本电视剧市场发展分析	56
(一) 日本电视产业概述	56
(二) 日剧收视TOP10	57
第二节 中国电视剧行业产业链分析	57
一、电视剧行业产业链	57
(一) 电视剧行业产业链结构分析	57
(二) 电视剧上游行业情况及其影响	58
(三) 电视剧下游行业情况及其影响	61
二、大陆、美国、香港电视剧产业链比较分析	61
(一) 电视剧生产制作模式比较	61
1、制播方式比较	61
2、内容结构比较	62
3、制作主体比较	62
4、版权机制比较	63
(二) 电视剧营销模式比较	63
1、分销渠道比较	63
2、节目播出方式比较	63
3、节目经营比较	64
4、节目售卖比较	64
(三) 电视剧的衍生产品比较	65
三、电视剧行业盈利模式分析	65
(一) 电视剧产业价值链构成	65
(二) 电视剧发行收益分析	66
第三节 中国电视剧行业发展状况	68
一、电视剧行业发展现状	68

(一) 电视剧市场总体概况	68
(二) 电视剧行业规模分析	69
二、电视剧行业市场集中度分析	70
三、电视剧行业存在问题解析	70
四、电视剧行业市场价格分析	72
(一) 电视剧市场价格分析	72
1、电视剧定价机制分析	72
2、电视剧市场价值分析	73
3、电视剧价格影响因素	75
(二) 国产电视剧价格分析	76
(三) 国产电视剧价格预测	77
五、自制剧与定制剧分析	78
(一) 自制剧、独播剧与定制剧的概念	78
(二) 自制剧与定制剧优势分析	78
(三) 自制剧与定制剧发展趋势	79
六、电视剧行业发展趋势分析	81
第三章 中国电视剧制作与发行分析	85
第一节 中国电视剧剧本策划分析	85
一、电视剧剧本策划概述	85
(一) 剧本策划的概念	85
(二) 剧本策划三大因素	85
(三) 剧本策划三大工作	86
二、电视剧剧本题材分析	87
(一) 现实剧题材	87
(二) 历史剧题材	88
(三) 重大剧题材	88
三、中国热播电视剧题材分析	89
(一) 历史剧	89
(二) 古装剧	90
(三) 家庭伦理剧	91
(四) 农村题材剧	92
(五) 青春偶像剧	92

四、我国电视剧创作特征分析	94
(一) 国产电视剧情感剧仍唱主调	94
(二) 行业剧：能否专业娱乐两不误	95
(三) 下半年品质剧和大制作扎堆	95
第二节 中国电视剧融资分析	96
一、电视剧融资环境分析	96
二、电视剧融资特点分析	96
(一) 融资目标明确	96
(二) 方式灵活多样	96
(三) 高风险高回报	96
三、电视剧融资渠道与方式	97
(一) 与电视台合作	97
(二) 向社会公司募集资金	97
(三) 广告公司的融资	97
(四) 政府融资	97
(五) 海外融资	97
(六) 其他融资渠道	97
四、电视剧融资策略分析	98
第三节 中国电视剧生产制作	99
一、电视剧生产情况综述	99
(一) 申报剧目分析	99
(二) 完成剧目分析	99
(三) 剧目题材结构	100
(四) 制作机构数量	101
二、电视剧生产特征	102
三、电视剧生产企业情况	106
(一) 主要企业	106
(二) 市场份额	107
第四节 中国电视剧发行分析	108
一、电视剧发行方式	108
(一) 自主发行	108
(二) 委托发行	109

二、电视剧的两次发行	109
三、电视剧的四级发行市场	110
四、传统模式下国产电视剧发行弊端	110
(一) 官方意识形态掌控播放内容	110
(二) "刻板审查"制度导致资源浪费	111
(三) 固定插播广告引起受众流失	111
五、新媒体环境下电视剧发行新渠道	111
(一) 电视剧经电视台和网络同步或跟从播出	111
(二) 电视剧经网络走红后电视台再次播映	112
(三) 电视剧以互联网作为播放的首映平台	112
(四) 互联网网站直接投拍网络电视剧	112
六、国产电视剧网络发行模式分析	113
(一) 网络发行的优势	113
(二) 有待解决的问题	114
第四章 中国电视剧播出、收视与收入分析	116
第一节 中国电视剧播出分析	116
一、电视剧播出大势盘点	116
(一) 播出份额	116
(二) 资源使用率	116
二、电视剧平台播出比重对比分析	117
三、中国电视剧播出特征	117
四、2017年最新电视剧上映情况	118
第二节 中国电视剧收视分析	119
一、收视总量变化及特点	119
二、各频道收视对比分析	119
三、各类节目收视比重	120
四、电视剧受众情况分析	121
(一) 韩剧：帅气欧巴+时尚装扮成全少女"爱美之心"	121
(二) 美剧：剧情丰富百无禁忌"高冷"战术攻占精英受众	122
(三) 国产剧：家庭伦理笼络大妈偶像古装青少年最爱	123
五、年度电视剧TOP10分析	124
(一) 年度内地剧收视TOP10	124



(二) 年度美剧收视TOP10	125
六、优质电视剧分析	126
(一) 优质电视剧标准分析	126
(二) 优质电视剧生产分析	127
(三) 优质电视剧传播分析	128
(四) 培育优质电视剧建议	128
七、热播优质电视剧特征分析	132
第三节 中国电视剧收入分析	132
一、电视剧销售收入分析	132
(一) 电视剧播出版权收入	132
(二) 电视剧网络版权收入	133
二、电视剧广告分析	135
(一) 电视剧广告收入	135
(二) 电视剧广告市场份额	135
(三) 电视剧广告投放形式	135
三、电视剧相关产业开发分析	136
(一) 纵向开发	136
1、版权销售	136
2、音像出版业	137
3、影视基地	137
(二) 横向开发	138
1、旅游业	138
2、产品出租拍卖行业	138
3、文化用品产业	139
第五章 中国电视剧行业热点专题分析	140
第一节 中国制播分离制度分析	140
一、制播分离政策环境分析	140
(一) 电视剧制播机制摸索阶段	140
(二) 有所限制但不乏鼓励探索阶段	141
(三) 制播分离实践谨慎探索的一年	142
(四) 广播电视产业和体制整合、转型的关键时期	143
(五) 指导制播分离具体实施阶段	144

二、制播分离模式分析	145
(一) 栏目承包制	145
(二) 节目购买型	145
(三) 全频道的制播分离	145
(四) 整体的制播分离型	146
三、制播分离的现状分析	146
(一) 制播分离的重要性解析	146
(二) 电视剧行业制播分离体制存在的问题	147
(三) 制播分离的改革与发展趋势	148
第二节 三网融合对电视剧的影响	149
一、三网融合概述	149
(一) 三网融合定义及涉及领域	149
(二) 三网融合包含四要素分析	150
(三) 发展三网融合的积极意义	150
(四) 三网融合受益方分析	150
二、三网融合对电视剧的影响分析	151
(一) 三网融合背景下民营电视剧的版权分析	151
1、版权交易现状分析	151
2、版权交易困境分析	153
3、版权管理分析	155
(二) 三网融合趋势下电视剧创作思路分析	155
1、结合收视方式,调整叙事方式	156
2、坚持内容为王,追求文化至上	160
三、三网融合进展分析	162
(一) 运营商需要转型	162
(二) 三网融合市场规模	163
(三) 三网融合最新进展	164
第三节 中国网络电视剧发展分析	164
一、中国网络视频市场发展状况	164
(一) 视频网民人数	164
(二) 视频网民结构	165
1、性别结构	165

2、	年龄结构	166
3、	学历结构	167
4、	收入结构	167
(三)	主要视频网站竞争格局	168
(四)	网络视频节目内容偏好	169
1、	不同终端收看的内容差异	169
2、	热播剧的收看情况分析	170
3、	网络自制节目/内容的兴趣度	171
(五)	网络视频行业发展趋势	172
二、	中国网络剧发展现状分析	172
(一)	现状对比	172
1、	覆盖人数	172
2、	播放时长	173
(二)	用户对比	174
1、	性别/婚姻结构	174
2、	年龄结构分析	174
3、	学历结构分析	175
4、	收入结构分析	176
5、	职业结构分析	177
6、	地区结构分析	178
(三)	内容对比	179
三、	中国网络剧未来发展趋势分析	180
(一)	专业化将带动网络剧“质&量齐升”	180
(二)	数据运用将丰富灵活网络剧内容产出	181
(三)	网络剧营销市场规模将迎来快速增长	181
四、	网络电视剧对传统电视剧的冲击	183
第六章	中国电视剧制作机构经营分析	184
第一节	上海新文化传媒集团股份有限公司	184
一、	企业基本情况分析	184
二、	企业经营情况分析	184
三、	企业经济指标分析	185
四、	企业盈利能力分析	185

五、企业偿债能力分析	186
六、企业运营能力分析	186
七、企业成本费用分析	186
第二节 浙江华策影视股份有限公司	187
一、企业基本情况分析	187
二、企业经营情况分析	187
三、企业经济指标分析	188
四、企业盈利能力分析	189
五、企业偿债能力分析	189
六、企业运营能力分析	190
七、企业成本费用分析	190
第三节 华谊兄弟传媒股份有限公司	191
一、企业基本情况分析	191
二、企业经营情况分析	191
三、企业经济指标分析	193
四、企业盈利能力分析	193
五、企业偿债能力分析	193
六、企业运营能力分析	194
七、企业成本费用分析	194
第四节 北京华录百纳影视股份有限公司	195
一、企业基本情况分析	195
二、企业经营情况分析	196
三、企业经济指标分析	197
四、企业盈利能力分析	197
五、企业偿债能力分析	197
六、企业运营能力分析	198
七、企业成本费用分析	198
第五节 北京光线传媒股份有限公司	199
一、企业基本情况分析	199
二、企业经营情况分析	199
三、企业经济指标分析	200
四、企业盈利能力分析	201

五、企业偿债能力分析	201
六、企业运营能力分析	201
七、企业成本费用分析	202
第六节 中视传媒股份有限公司	203
一、企业基本情况分析	203
二、企业经营情况分析	203
三、企业经济指标分析	204
四、企业盈利能力分析	205
五、企业偿债能力分析	205
六、企业运营能力分析	206
七、企业成本费用分析	206
第七节 湖南电广传媒股份有限公司	207
一、企业基本情况分析	207
二、企业经营情况分析	207
三、企业经济指标分析	208
四、企业盈利能力分析	209
五、企业偿债能力分析	209
六、企业运营能力分析	209
七、企业成本费用分析	210
第八节 幸福蓝海影视文化集团股份有限公司	211
一、企业发展基本情况	211
二、企业主营产品分析	211
三、企业产品产量分析	212
四、企业经营情况分析	212
五、企业竞争优势分析	213
六、企业发展战略分析	214
第九节 新丽传媒股份有限公司	214
一、企业发展基本情况	214
二、企业主营产品分析	215
三、企业产品产量分析	215
四、企业经营情况分析	216
五、企业竞争优势分析	216

六、企业发展战略分析	217
第十节 千乘影视股份有限公司	218
一、企业发展基本情况	218
二、企业主营产品分析	219
三、企业产品产量分析	219
四、企业经营情况分析	219
五、企业竞争优势分析	220
六、企业发展战略分析	221
第七章 2018-2024年中国电视剧行业投资及前景预测分析	223
第一节 中国电视剧行业投资特性分析	223
一、电视剧行业进入壁垒	223
（一）政策壁垒	223
（二）资源整合壁垒	223
（三）资金壁垒	224
（四）品牌效应壁垒	224
二、电视剧行业市场供求分析	224
（一）整体供需状况为供大于求	225
（二）卫视竞争加剧优秀电视剧争夺	225
三、电视剧行业利润水平分析	226
第二节 中国电视剧行业发展有利与不利因素分析	227
一、电视剧行业有利因素分析	227
（一）产业政策支持	227
（二）社会经济发展提供发展空间	228
（三）下游电视台广告收入带动发展	228
（四）收视率竞争和市场细分带动需求和发展	228
（五）新媒体为产业发展带来新的机遇	229
（六）广阔的海外市场发展空间	229
二、电视剧行业不利因素分析	230
（一）国内市场的无序竞争对企业影响	230
（二）盗版对文化产业的冲击	230
（三）海外剧对国内市场的竞争冲击	230
第三节 2018-2024年中国电视剧行业前景预测	230

一、2018-2024年中国电视剧市场趋势和展望	230
二、2018-2024年中国电视剧行业发展前景预测	231
第四节 2018-2024年中国电视剧行业投资建议	232
一、2018-2024年中国电视剧行业投资风险分析	232
（一）政策监管风险	232
（二）产品风险	232
（三）市场风险	232
（四）知识产权纠纷风险	233
（五）制作成本上升风险	233
（六）联合投资制作风险	234
（七）安全生产的风险	234
二、2017-2023中国电视剧行业投资建议	234
（一）重点投资品种分析	234
（二）重点投资策略分析	235

图表目录：

图表 1 2014-2017年中国国内生产总值及增长速度趋势图
图表 2 2014-2017年中国规模以上工业企业经济指标统计
图表 3 2014-2017年中国全部工业增加值及增长速度趋势图
图表 4 2017年中国规模以上工业增加值环比增长趋势图
图表 5 2014-2017年中国全社会固定资产投资增长趋势图
图表 6 2017年中国固定资产投资（不含农户）环比增长趋势图
图表 7 2014-2017年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图
图表 8 2017年中国社会消费品零售总额环比增长趋势图
图表 9 2014-2017年城镇居民人均可支配收入增长趋势图
图表 11 2014-2017年农村居民纯收入增长趋势图
图表 12 2014-2017年农村居民人均消费性支出增长趋势图
图表 13 2014-2017年中国进出口总额增长趋势图
图表 14 电视剧产业各个环节的审查和监管
图表 15 中国电视剧行业的监管政策分析
图表 16 电视剧行业产业链分析
图表 17 波特五力竞争模型与一般战略的关系
图表 18 2017年各类节目收播比重及资源使用效率

图表 19 2017年中国电视剧市场分题材统计情况

图表 20 2017年80城市主要产地电视剧在所有电视剧中的播出比重

图表 21 2014-2017年中国电视剧制作机构数量

图表 22 2014-2017年国产电视剧市场交易总额情况

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/293339.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](http://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。