

2018-2024年中国电视剧产业市场竞争现状调研与 未来发展方向研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2024年中国电视剧产业市场竞争现状调研与未来发展方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/312135312135.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

影响行业发展的有利因素

第一、国家产业政策的扶持

“十一五”期间，国家对包括电视剧行业在内的文化体制建设和文化产业发展高度重视，主管机构相继出台了《关于深化文化体制改革的若干意见》、《国家“十一五”时期文化发展规划纲要》、《文化产业振兴规划》、《文化部关于加快文化产业发展的指导意见》、《关于进一步推进国家文化出口重点企业和项目目录相关工作的指导意见》、《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》等产业促进文件，在产业地位、法规健全、融资渠道等多个角度进行了规范和促进，为电视剧行业实现快速发展提供了良好机遇。

“十二五”伊始，国家依然保持对文化产业建设的大力推动，2011年10月，中共中央十七届六中全会召开，会议通过了《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》，提出加快发展文化产业、推动文化产业成为国民经济支柱性产业，增强国家文化软实力，弘扬中华文化，努力建设社会主义文化强国。

第二、物质水平提高带动文化消费升级

随着我国经济稳步增长，居民的物质基础日益坚实，生活质量不断提升，释放出巨大的文化产品购买欲望和消费能力，从而带动了文化消费升级。文化产业的振兴、文化产品的繁荣将是经济结构调整的客观要求和必然结果，物质繁荣与精神文化需求的发展相辅相成，互为促进。这种关系体现为经济发展水平同居民文化支出的正相关。

目前，中国主要中心城市人均GDP已逾5,000美元。从国外发展经验看，城市人均GDP达到3,000美元的临界点后，国民经济开始进入到持续稳定增长、经济结构快速升级、城市化水平迅速提升的新阶段，文化消费能力和水平也迎来高速增长黄金时代。根据国家统计局数据，2015年，全国居民用于文化娱乐的人均消费支出为760.1元，同比增长13.2%，增速比全部人均消费支出高4.8%。

图：GDP 增长与居民文化支出正相关

第三、电视产业收入增长提升电视剧整体购买力

近年来，随着国家对文化产业的大力支持与发展，全国广播电视总收入逐年增长，2014年达到3,635.51亿元。截至2015年底，全国广播综合人口覆盖率为98.17%，电视综合人

口覆盖率为98.77%。根据资料显示，2015年全国数字电视覆盖用户规模已达3亿户，其中有线数字电视用户规模占比最大，占比约66.5%。电视广告收入作为电视台主要收入来源，规模持续增加，2015年达1,490.00亿元。电视台作为电视剧行业下游主要客户，其收入增长无疑将提高其对电视剧的购买力，提高电视剧作品的市场需求。

同时，优质精品电视剧的播出亦能为电视台带来较高收视率，提高时段广告价值，直接吸引并提高广告资金投入，从而提高电视台盈利能力，形成良性循环。

图：全国广播电视总收入增长情况 调查显示，电视剧是最受电视观众青睐的节目类型，喜爱比重达71.7%，遥遥领先其他各类节目，同时也是电视台争夺最为激烈的内容资源。因此，电视台对优质精品电视剧的投入一直相对积极。

因此，电视台收入规模与电视台电视剧播出份额占比、电视剧质量密切相关，相互促进。收入不断提高的电视台为了进一步提高盈利水平，会继续保持电视剧的播出份额，并投入更多资金追捧相对稀缺的优质精品电视剧。

第四、播放方式悄然转变，独播模式受到青睐

随着省级卫视收视竞争的升级，优质精品电视剧资源的竞争也随之升级，近些年，实力雄厚的强势卫视不断加强电视剧资源特别是晚间黄金档电视剧资源的控制力，从四家首播、两家首播的“资源共享”悄然向独播模式的“资源独享”转变。

有实力的省级卫视加大了独播模式的深耕力度，如湖南卫视“金鹰独播剧场”与《变形记》2015年打包冠名费售出4亿元，并在周三周四开辟《钻石独播剧场》，进一步加大独播力度。

据统计，省级卫视频道在19:30-21:30时段播出、在全国80城市平均收视超过1%的电视剧中，2011年和2012年独播剧的占比分别为52%和55%，而采用多家联播方式的电视剧占比不足50%。卫视晚间黄金档独播化趋势日趋明显。

可以预见，在今后一段时期内，多种播出模式并存的局面将会继续维持，但对于优质精品剧的争夺将会更加激烈。一方面独播模式的加入会增加市场整体对精品剧的需求，同时变相增加了精品剧的竞争者，会间接抬高市场价格；另一方面，独播模式下，电视剧首轮发行仅需要面对一家客户并协调播出时间，有利于节约电视剧发行成本和协调电视剧同步上星中电视台之间的协调成本。

第五、新媒体发展迅速，中国电视剧进入多媒体传播时代随着科技发展和技术进步，手机上网、家庭电脑上网等多种方式使网民用户不断攀升。2012年移动互联网飞速发展，被誉为“移动互联年”，不仅表现在手机和平板电脑等移动互联广告大幅度增长，而且表现在移动视听、移动搜索等成为网民的主流行为。这些行为快速改变着受众的视听消费方式。

综合近年来网民规模数据及其他相关统计，中国互联网普及率逐渐饱和，互联网发展主题从“数量”向“质量”转换，具备互联网在经济社会中地位提升、与传统经济结合紧密、各类互联网应用对网民生活形态影响力度加深等特点。

根据报告，截至2015年12月，中国网民规模达6.68亿，互联网普及率为50.3%；手机网民规模达6.2亿，占比提升至90.1%，网民WiFi使用率达91.8%。2015年中国网民人均上网时长26.2小时，与2014年持平。

图：网络用户数量变化图 网民的增加带来了大规模的网络视频用户，也为电视剧制作行业带来了新的机遇。CNNIC数据显示，截至2015年12月，中国网络视频用户规模达5.04亿，较上年末增加0.71亿。在网络视频用户所观看的节目类型中，电视剧类节目的喜爱度为60.4%，居各类视频节目之首。电影、电视剧是网络视频用户最喜爱的内容类型，位居各项网络应用的前列，如此庞大的网络群体，必将支撑着网络点播平台的日益壮大。

网络视频的广阔前景使互联网电视剧版权价格水涨船高，体会到热播电视剧为视频网站带来的丰厚利润后，各视频网站之间的激烈竞争使越来越多的视频服务提供商倾向于直接与电视剧制作机构签订电视剧信息网络传播权许可合同以期获得独家播映权或分销权。

另外，数字移动电视（CMMB）迅猛发展，IPTV加大建设力度，手机电视崛起，互联网电视和公共视听载体逐步成熟，新技术的运用导致新媒体的不断涌现，促进了电视剧等内容制作行业的发展，各种媒介对电视剧的需求将逐步增大，中国电视剧开始进入多媒体传播时代。

第六、网络剧发展成为电视剧制作公司新亮点

网络视频以难以想象的速度快速融入人们的生活中，网络视频用户数量激增使得网络视频的广告价值日益凸显。因此，短小精悍、制作精良、情节明快、成本相对较低的网络剧作为一种新兴的电视剧作品应运而生。

可以预期，高质量、专业化是网络剧发展的趋势，优质的电视剧制作公司凭借拍摄经验与视频网站平台渠道强强联手，将成为电视剧行业新的利润增长点。

网络剧自身属性使其更适合进行整合营销、广告植入，甚至品牌定制，该类作品大多可以在拍摄前即保证网络剧的收入。

第七、全民版权意识逐步提高利于行业健康发展

国家通过不断健全知识产权保护体系，使含视频服务提供商在内的商家和终端消费者的版权意识日益提高。目前，各视频网站未经许可播放影视剧的情况已有效减少。

2012年，为打击网络侵权，进行盗版专项治理，国家版权局深入推进对视频网站主动监管工作，已有19家国内知名视频网站进入主动监管范围，为提高版权管理水平在行业内起到很好的示范作用。随着知识产权体系日趋规范，视频提供商对版权的重视度提高，电视剧信息网络传播权的价值得以通过版权交易实现，交易价格开始大幅提升。电视剧行业的信息网络传播权收入从2004年的几万元跨越式地增长到逾几十亿元，市场上单集网络售价达上百万元的电视剧已并不罕见。

第八、海外市场拓宽行业盈利渠道

我国影视文化产品的国际影响力不断增加，海外市场不断拓展，2013年共有45部国产影片销售到海外49个国家和地区。全国影视企业大胆开拓国际市场，参与全球市场竞争，将中国影视内容带到国外并进驻主流媒体，成为广播影视产品和服务走出去的重要生力军。根据广电总局数据，2009年我国影视文化产品和服务出口总金额仅为8,613.2万美元，2012年该金额已达到4.95亿美元，显示出我国文化输出的迅猛态势。

随着我国经济的快速发展和经济地位的迅速提升，对外文化交流日益增多，必将伴随文化和意识形态的持续大量输出。电视剧作为内涵丰富、表达直观的文化载体，必然成为文化交流、文化输出的重要手段，出口业务将为电视剧行业整体发展带来新的亮点。

影响行业发展的不利因素

第一、资金瓶颈限制

电视剧拍摄尤其是精品剧的拍摄需要大量资金投入。近年剧本、导演、演员等生产要素成本均有所上涨，电视剧制作企业在业务扩张中面临较大的现金流压力。

“轻资产”是国内影视剧制作公司的普遍特点，虽然近些年国家通过各种方式对文化类企业发展给予支持，但影视剧制作公司仍然很难通过资产抵押等途径或单凭企业信用获得银行贷款，因此大多数影视剧制作机构只能凭借自身积累或大股东担保贷款等方式实现业务扩张，资金来源有限，进而影响了行业整体制作质量的提高，对行业的发展构成了不利影响。

第二、行业从业人员多，但领军人才不多

电视剧行业属于创意产业，人才的重要性尤为突出。中国电视剧行业从业人员数量众多，但能够被市场广泛认可、独当一面的领军人才数量不够多。

无论是一流的创作人才、一流的经营管理人才，还是一流的技术人才，目前都存在巨大的市场需求缺口，各制作公司的选择余地都相当有限。在电视剧行业中，一线编剧、导演和演员一直是稀缺资源。因此，领军人才的缺乏对行业优质精品剧的生产构成了一定不利影响。

第三、国际市场竞争影响

由于国家政策扶持和国人传承的文化消费习惯，国产电视剧始终主导着我国的电视剧市场。但随着电视剧市场的日益开放，引进剧对国产剧的冲击显而易见。

引进剧购入成本低，适合在电视台非黄金时段播出，吸引了部分观众，占据了电视台部分播出份额；视频网站为了满足各类消费群体的需求，会直接购买海外剧版权并播放。

可以说国产电视剧已经在局部领域与境外电视剧作品发生了竞争。国内电视剧公司需尽快提高自身的经营管理水平、制作质量和资本实力，以适应电视剧市场的发展。

观研天下（Insight&InfoConsultingLtd）发布的《2018-2024年中国电视剧产业市场竞争现状调研与未来发展方向研究报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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。

第一章：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

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广播电视传输技术发展分析

(1) 行业技术活跃程度

(2) 行业专利增长趋势

(3) 技术领先企业技术分析

(4) 目前最热门技术分析

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

第二章：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

2.2.52016年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

2.4.22016年度韩剧收视TOP10分析

2.4.32016年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

2.5.32016年日剧年度收视TOP10分析

2.5.4近年日本电视剧特征分析

第三章：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) 频道收视份额两极化
 - (2) 强势频道垄断化格局
 - (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) 产业创新动力不足
 - (2) 行业资本泡沫多
 - (3) 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

第四章：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) 当代剧
 - (2) 现代剧
 - (3) 近代剧
 - (4) 古代剧
 - (5) 重大剧
 - 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) 产量回升，集数达历史新高

(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

第五章：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) 央视偏好剧型分析
- (3) 省卫视偏好剧型分析
- (4) 省地面频道偏好剧型分析
- (5) 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

5.1.52016年卫视黄金档拟播电视剧

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

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) 电视剧观众性别结构
- (2) 电视剧观众年龄结构
- (3) 电视剧观众学历结构
- (4) 电视剧观众职业结构
- (5) 电视剧观众收入结构

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

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

第六章：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) 视频网民人数

(2) 视频网民结构

(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

(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)
- (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制播分离趋势预测分析

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) 发展三网融合的积极性

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

第七章：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) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(5) 公司优劣势分析

7.2.2 华谊兄弟传媒股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(5) 公司优劣势分析

7.2.3 中视传媒股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(5) 公司优劣势分析

7.2.4 北京光线传媒股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(5) 公司优劣势分析

7.2.5 海润影视集团有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(5) 公司优劣势分析

7.2.6 北京小马奔腾壹影视文化发展有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(5) 公司优劣势分析

7.2.7 北京慈文影视制作有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(5) 公司优劣势分析

7.2.8 金英马影视文化股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(5) 公司优劣势分析

7.2.9 北京荣信达影视艺术有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(5) 公司优劣势分析

7.2.10 广东强视影业传媒有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(5) 公司优劣势分析

7.2.11 上海唐人电影制作有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(5) 公司优劣势分析

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) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(5) 公司优劣势分析

7.3.2 中国国际电视总公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(5) 公司优劣势分析

7.3.3 湖南经视文化传播有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(5) 公司优劣势分析

7.3.4 大连天歌传媒股份有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(5) 公司优劣势分析

7.3.5 上海电影(集团)有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(5) 公司优劣势分析

7.3.6北京紫禁城影业有限责任公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(5) 公司优劣势分析

7.3.7珠江电影制片有限公司

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(5) 公司优劣势分析

第八章：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) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(5) 公司优劣势分析

8.2.2山东电视台

(1) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(5) 公司优劣势分析

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) 企业概况

(2) 主营业务情况分析

(3) 公司运营情况分析

(5) 公司优劣势分析

8.3.2百度在线网络技术（北京）有限公司（奇艺网）

(1) 企业概况

- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (5) 公司优劣势分析

第九章：中国电视剧行业趋势预测与投资分析

9.1中国电视剧行业趋势预测分析

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电视剧行业趋势预测分析

- (1) 电视剧制作企业收入具有前瞻性
- (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电视剧行业投资前景分析

- (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

部分图表目录：

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7：2016-2017年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11：2016-2017年中国GDP增长趋势图（单位：%）

（GYWWJP）

图表详见正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/312135312135.html>