

2018-2023年中国电视剧产业市场发展现状调查与 未来发展趋势预测报告

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《2018-2023年中国电视剧产业市场发展现状调查与未来发展趋势预测报告》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/309629309629.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

1都市、谍战、古装“三雄并立”，精品剧集立足电视剧市场

2015年，电视剧市场的潮流是女性、古装、传奇剧。到了2016年，都市、谍战、古装“三雄并立”，成为占据电视荧屏的主力军，并以IP剧（IP剧则是指将有一定受众基础的原创文学、游戏、动漫等进行二次创作改编而成的影视剧）作为主打。根据CSM52城2016年省级卫视晚间电视剧收视率前10名，都市爱情剧《亲爱的翻译官》拔得头筹，成为收视冠军。谍战剧《麻雀》《解密》紧随其后，占据第2、3名。而多部古装大戏，如《锦绣未央》《女医明妃传》等也获得了较好的收视率，成功挤进晚间电视剧收视排行前10名。

表：CSM52城2016年省级卫视晚间电视剧收视率前10名

从上表可以看出，2016年的国产电视剧市场已经进入到了“精品剧”时代。从内容上看，电视剧普遍节奏较快，较为适应当下观众的收视特点和需求，但是受到多方面制约，电视剧内容往往容易呈现出“虎头蛇尾”的特点，使受众在观剧体验上打了一定的折扣。而在题材选择上，IP依然是制作方关注的重点，《亲爱的翻译官》《麻雀》《解密》都改编自同名小说，对于目前业界电视剧的制作节奏来看，选择IP是一个保险且相对节约时间成本的方法。

2影视巨头进一步抢占阵地，大投资、大制作成主流

2.1电视剧制作规模破百亿，“二八分化”逐步明显

纵观2016年电视剧市场，已经逐步呈现出“二八分化”（经济学中的概念，原意是指世界上有20%的人掌握者80%的财富和资源。而在本文中，二八分化则是指国内少数的电视剧公司占据了较大的市场份额）的态势。2016年上半年，电视剧营收前5名的规模，已经占据行业内47家电视剧公司（A股和新三板）营收总额的35%，行业集中化程度开始加强。

在2016年，连续剧收视50强中，华策影视出品的影视剧均位列第一，新巨头柠萌影业表现抢眼，与新丽传媒、完美影业、唐人影视共列五强之中。由此得知，在优质剧的范畴中，如华策这样的巨头企业尚未占领太多的市场空间，尚有一半以上的份额被其他影视公司占据。因此，巨头型企业尚需一些时间才能对电视剧市场形成垄断。

2.2电视剧单集成本上涨，电视剧制作越发变成“有钱人的游戏”

从下表可以看出，2016年播出的部分收视大剧总投资额过亿，单集投资额在250~300万左右，这在2016年的电视剧市场上，基本属于优质电视剧中较为平均的投资额。而在201

5年，这一数字还是200万。可以看出，2016年电视剧平均单集成本有所上涨。因此，未来很有可能会出现一定程度的兼并潮，资金链比较充裕的企业将会把目光转向那些拥有较多IP和内容储备的企业，通过联合组成行业巨头，从而构成未来电视剧市场的新业态。

表：部分收视大剧的总投资额和单集投资额

2016年的电视剧市场更加内容化和集中化。优质IP依旧占据主流，并在未来依旧能保持一定的竞争力。而资本的升级则让未来有可能出现更多的巨头，从而瓜分电视剧市场份额。对于平台来说，继续吸纳优质内容并保持强势头将会使其继续在产业链中保持先机。因此，对于2017年及之后的国产电视剧市场，并不会会有太多商业模式的转变，对于行业内部的中小企业来说，依然存在机遇。

观研天下发布的《2018-2023年中国电视剧产业市场发展现状调查与未来发展趋势预测报告》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。

【报告大纲】

第一章 电视剧行业相关概述

第一节 电视剧行业定义

第二节 电视剧行业经营模式分析

第二章 中国电视剧行业发展环境分析

第一节 中国经济发展环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品零售总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

第二节 中国电视剧行业政策环境分析

- 一、行业监管管理体制
- 二、行业相关政策分析
- 三、上下游产业政策影响
- 四、进出口政策影响分析

第三节 中国电视剧行业技术环境分析

- 一、行业技术发展概况
- 二、行业技术发展现状

第三章 中国电视剧市场供需分析

第一节 中国电视剧市场供给状况

- 一、2016-2017年中国电视剧供给分析
- 二、2018-2023年中国电视剧供给预测

第二节 中国电视剧市场需求状况

- 一、2016-2017年中国电视剧需求分析
- 二、2018-2023年中国电视剧需求预测

第三节 中国电视剧市场价格分析

- 一、主要产品价格分析
- 二、价格影响因素分析

第四章 中国电视剧行业产业链分析

第一节 电视剧行业产业链概述

第二节 电视剧上游产业发展状况分析

第三节 电视剧下游应用需求市场分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、行业需求状况分析
- 三、行业需求前景分析

第五章 中国电视剧所属行业主要数据监测分析

第一节 中国电视剧所属行业总体数据分析

第二节 中国电视剧所属行业不同规模企业数据分析

第三节 中国电视剧所属行业不同所有制企业数据分析

第六章 电视剧行业市场营销战略分析

第一节 电视剧行业营销渠道模式分析

一、主要营销模式

二、网络销售模式

第二节 电视剧行业市场营销分析

一、产品策略分析

二、市场推广策略

三、品牌营销策略

四、人员推销策略

五、售后服务策略

第三节 电视剧企业重点客户战略实施

一、重点客户战略的必要性

二、重点客户的鉴别与确定

三、重点客户的开发与培育

四、重点客户市场营销策略

第四节 电视剧企业营销创新策略分析

一、体验营销策略

二、关系营销策略

三、合作营销策略

四、文化营销策略

五、差异化营销策略

第七章 中国电视剧行业竞争情况

第一节 电视剧行业经济指标分析

一、赢利性

二、附加值的提升空间

三、进入壁垒 / 退出机制

四、行业周期

第二节 电视剧行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第三节 电视剧行业国际竞争力比较

第八章 电视剧行业重点企业分析

第一节 华谊兄弟

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业发展战略

第二节 华策影视

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业发展战略

第三节 乐视网

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业发展战略

第四节 光线传媒

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业发展战略

第五节 中视传媒

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业发展战略

第六节 禾欣股份

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业发展战略

第九章2018-2023年电视剧行业发展预测分析

第一节2018-2023年中国电视剧行业未来发展预测分析

- 一、中国电视剧行业发展方向及投资机会分析
- 二、2018-2023年中国电视剧行业发展规模分析

三、2018-2023年中国电视剧行业发展趋势分析

第二节2018-2023年中国电视剧行业供需预测

一、2018-2023年中国电视剧行业供给预测

二、2018-2023年中国电视剧行业需求预测

第三节2018-2023年中国电视剧行业价格走势分析

第十章2018-2023年中国电视剧行业发展趋势与前景

第一节2018-2023年中国电视剧行业投资前景分析

一、电视剧发展趋势分析

二、电视剧市场前景分析

三、电视剧投资机会分析

第二节2018-2023年中国电视剧行业投资风险分析

一、产业政策分析

二、市场竞争风险

第三节2018-2023年电视剧行业投资策略及

第十一章 电视剧企业投融资战略分析

第一节 电视剧企业发展战略规划背景意义

一、企业转型升级的需要

二、企业做大做强的需要

三、企业可持续发展需要

第二节 电视剧企业战略规划制定依据

一、国家产业政策

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

第三节 电视剧企业战略规划策略分析

一、坚持产品创新的领先战略

二、坚持品牌建设的引导战略

三、坚持技术创新的支持战略

四、坚持市场营销创新的决胜战略

五、坚持企业管理创新的保证战略

第四节观点及建议

图表：电视剧产业链分析

图表：国际电视剧市场规模

图表：国际电视剧生命周期

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：2016-2017年中国电视剧供给情况趋势

图表：2016-2017年中国电视剧需求情况趋势

图表：2016-2017年中国电视剧行业发展能力分析
(GYZQJP)

图表详见报告正文

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着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/309629309629.html>