

2018-2024年中国电视剧行业市场供需现状调研与 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年中国电视剧行业市场供需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/312198312198.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、行业主管部门

中宣部是中共中央主管意识形态方面的综合职能部门，对电影及电视行业的管理体现在宏观管理方面，主要包括：负责指导全国理论研究、学习与宣传工作；负责引导社会舆论；负责从宏观上指导精神产品的生产；负责规划、部署全局性的思想政治工作任务，会同有关部门研究和改进群众思想教育工作；负责提出并宣传思想文化事业发展指导方针，指导文化宣传系统制定政策、法规，按照党中央的统一工作部署，协调文化宣传系统各部门之间的关系。

广电总局作为电视业务的行业主管部门，其主要职能包括：拟定电视剧创作生产、审查、发行的有关政策、规定和电视剧产业发展规划；指导和协调全国电视剧题材规划工作，跟踪管理电视剧生产制作状况；负责总局电视剧审查委员会和复审委员会的日常工作；组织审查国产电视剧、引进境外电视剧、与境外合作制作电视剧等节目内容，发放或吊销国产电视剧的发行许可证；宏观调控、指导全国电视剧播出工作；负责全国性电视剧评奖的管理工作。

广电总局在地方设置地方管理机构即省级广电局（省、自治区、直辖市），主要负责对所在地的文化广播影视事业实行行业管理，并履行广电总局赋予的行政审批权等。

2、行业法律法规和政策

目前，我国已形成了较完善的以《中华人民共和国著作权法》为基础，涵盖行业资质管理、行业业务标准审查、行业质量管理等方面的法律法规和政策体系。目前对电视剧业务的开展较为重要的法律法规和政策如下：

表：目前对电视剧业务的开展较为重要的法律法规和政策

3、行业监管政策

电视剧行业涉及的监管政策主要包括电视剧制作资格准入许可、电视剧摄制行政许可、电视剧题材立项管理、电视剧内容审查和电视剧播出审查，具体情况如下：

电视剧制作资格准入许可

根据《电视剧内容管理规定》和《广播电视节目制作经营管理规定》，国家对从事电

视剧制作业务实行资格准入许可制度。未经许可，任何单位和个人不得从事电视剧的制作业务。广电总局及省级广电局负责对电视剧制作资格准入履行行政许可审批。

新设广播电视节目制作经营企业或已有企业申请增加广播电视节目制作经营范围，须首先按管辖权范围取得广电总局或省级广播电视行政部门批准发放的《广播电视节目制作经营许可证》，凭此许可证依法开展电视剧制作业务。

电视剧摄制行政许可

根据《电视剧内容管理规定》、《广播电视节目制作经营管理规定》的规定，依法设立的电视剧制作公司所从事的电视剧摄制工作必须经过广电总局的备案公示管理并获得制作许可证后方可进行。

广电总局颁发的电视剧许可证分为《电视剧制作许可证（乙种）》（俗称“乙证”）和《电视剧制作许可证（甲种）》（俗称“甲证”）。

电视剧制作公司在拍摄每部电视剧之前须按管辖权范围向广电总局或省级广播电视行政部门申请并批准取得所拍摄电视剧的乙证。乙证实行一剧一报制度，在电视剧播放后自动作废。以后拍摄新的电视剧须重新履行许可审批程序。乙证仅限于该证所标明的剧目使用，有效期限不超过180日。

电视剧制作机构已经以乙证的形式，在连续两年内制作完成六部以上单本剧或三部以上连续剧（每部3集以上）的，可向广电总局申请甲证。甲证有效期为2年，期内对持证机构制作的所有电视剧均有效，期满持证机构可以申请延期。

对于持有甲证的电视剧制作公司，其拍摄每部电视剧之前只需要向省级广电局进行备案审核，然后由省级广电局报广电总局备案即可。

国家对中外合作制作电视剧实行许可制度。未经批准，不得从事中外合作制作电视剧活动；未经审查通过的中外合作制作电视剧完成片，不得发行和播出。申请中外联合制作电视剧，中方机构须持有《电视剧制作许可证（甲种）》。

电视剧题材立项管理

一般题材的电视剧，无须履行行政审批手续，只需按管辖权范围向广电总局或省级广

播电视行政部门进行拍摄制作备案公示即可，广电总局按月在其网站上对内容及手续齐全的电视剧目予以公示。

广电总局成立重大革命和历史题材影视创作领导小组，负责重大革命和历史题材的电视剧创作的组织指导、剧本立项把关和完成片审查，该小组在中宣部的指导下，由广电总局具体开展工作。广电总局在其网站上对该类电视剧的立项和摄制分别予以公示。

省级以上广播电视行政部门通过开展电视剧题材规划，加强对电视剧制作的引导、协调和服务。

电视剧内容审查许可

根据《电视剧内容管理规定》，电视剧摄制完成后，必须经广电总局或省级广电局审查通过并取得《电视剧发行许可证》之后方可发行。

广电总局设立电视剧审查委员会和电视剧复审委员会，负责中央单位所属电视剧制作机构出品电视剧审查工作；省级广电局设立电视剧审查机构，负责辖区内电视剧制作机构出品电视剧的审查工作。

电视剧播出审查许可

电视剧摄制完毕并通过内容审查后，进入发行和播放阶段。

电视剧制作公司可以发行或委托其他机构发行其制作并取得《电视剧发行许可证》的国产电视剧。电视剧的播出业务由电视台经营。根据《广播电视管理条例》和《电视剧内容管理规定》，电视台对其播放的电视节目内容，应当进行播前审查和重播重审。

观研天下（Insight&InfoConsultingLtd）发布的《2018-2024年中国电视剧行业市场供需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：电视剧行业发展综述

1.1 电视剧行业的界定

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）具有娱乐性和教育性双重属性

（2）经营模式特殊

（3）电视剧制作机构区域性集中

（4）电视剧行业不具明显的季节性和周期性

1.1.3 电视剧行业发展历程

（1）初创阶段（1955年-1965年）

（2）停滞阶段（1966年-1977年）

（3）萌芽阶段（1978年-1989年）

（4）发展阶段（1990年-2003年）

（5）逐步成熟阶段（2004年至今）

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）中共中央宣传部

（2）国家广播电影电视总局

（3）新闻出版总署和文化部

1.2.2 行业监管体制

（1）电视剧经营许可制度

（2）电视剧备案公示和摄制行政许可

（3）电视剧内容审查许可

（4）电视剧播出审查

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 电视剧行业内部影响因素分析

（1）电视剧生产制作因素分析

- 1) 剧本及编剧状况
- 2) 制片机构状况
 - (2) 电视剧市场经营模式分析
- 1) 供求状况
- 2) 发行销售
- 3) 盈利模式
 - (3) 电视剧播出渠道分析
- 1) 中国特色的电视台垄断地位
- 2) 多元化播出平台的影响分析
- 1.3.2 电视剧行业外部影响因素分析
 - (1) 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情况分析
 - 3) 中国电视剧需求市场的评价
 - (2) 产业融资因素分析
 - 1) 融资分析
 - 2) 融资渠道及体制
 - (3) 新技术影响因素分析
 - 1) 新数字媒体的时代特征
 - 2) 数字付费电视的影响

第二章：国外电视剧行业发展动向与分析

- 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 全球性影响的电视剧分析
 - 2.1.4 区域性影响的电视剧分析
 - 2.1.5 本国性影响的电视剧分析
 - 2.1.6 全球电视剧业发展趋势分析
- 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
 - 2.2.2 美国电视剧市场格局
 - 2.2.3 美国电视剧产业链分析
 - 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 美国电视剧最新动向

2.3 英国电视剧市场发展分析

2.3.1 英国电视剧市场概况

2.3.2 英国电视剧发展特点

(1) 以深厚文化渊源为依托

(2) 丰富的创作人才为其提供持久动力

(3) 高质量及丰富的创造性和突破性

2.3.3 英国电视剧最新动向

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

2.4.2 2017年度韩剧收视TOP10分析

2.4.3 韩国电视剧最新动向

2.5 加拿大电视剧市场发展分析

2.5.1 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

2.5.2 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

2.5.3 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

2.6 日本电视剧市场发展分析

2.6.1 日本电视产业概述

2.6.2 2017年日剧年度收视TOP10分析

2.6.3 日本电视剧最新动向

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) 电视剧行业产业链结构

(2) 电视剧上游行业情况及其影响

(3) 电视剧下游行业情况及其影响

3.1.2 大陆、美国、香港电视剧产业链比较分析

(1) 产业链上游——电视剧生产制作模式比较

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——电视剧营销模式比较

1) 分销渠道比较

2) 节目播出方式比较

3) 节目经营比较

4) 节目售卖比较

(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 电视剧行业发展现状

(1) 电视剧行业规模分析

(2) 电视剧交易额分析

(3) 2014年电视剧经历“剧变”

(4) 各卫视电视剧市场状况分析

1) 好剧难求

2) 恶性

3) 新媒体崛起对电视台的冲击

3.2.2 电视剧行业竞争格局分析

(1) 竞争格局高度分散

(2) 行业新进入者仍不断涌现

(3) 行业竞争变化趋势

3.2.3 电视剧行业存在问题解析

(1) 翻拍频繁跟风严重 产业创新驱动动力不足

(2) 电视剧行业泡沫多

(3) 电视剧出口不力

3.2.4 电视剧行业发展趋势分析

(1) 优质电视剧将步入卖方市场

(2) 电视剧走向整合播出

(3) 电视剧资源成为电视频道影响力的分水岭

(4) 电视剧进入多媒体传播时代

(5) 电视剧进入大片时代

(6) 电视台将越来越深入地介入电视剧生产

(7) 现实题材电视剧将大行其道

3.3 中国电视剧行业发展趋势分析

3.3.1 优质电视剧市场空间广阔

(1) 电视剧播出份额受综艺节目影响有限

(2) “独播化”推升优质电视剧需求

1) 播出环节格局演变趋势

2) 卫视具有推进“独播化”的意愿

3) 优质电视剧播出需求有3-4倍的增长空间

(3) 优质电视剧价格上涨趋势仍将持续

(4) 优质剧与普通剧价格差距持续扩大

3.3.2 自制剧与定制剧分析

(1) 自制剧、独播剧与定制剧的概念

(2) 国内自制剧分析

(3) 定制剧与自制剧的现状

(4) 国内定制剧将占据主流

第四章：中国电视剧制作与发行模式分析

4.1 中国电视剧剧本策划分析

4.1.1 电视剧剧本策划概述

(1) 剧本策划的概念

(2) 剧本的题材类型

(3) 剧本策划的三大因素

(4) 剧本策划的三大主要工作

4.1.2 电视剧剧本题材分析

(1) 当代剧

(2) 现代剧

(3) 近代剧

(4) 古代剧

(5) 重大剧

4.1.3 近年来我国热播电视剧题材分析

(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

4.1.4 我国电视剧创作特征分析

(1) 现实家庭情感剧：提供日常人生哲学

(2) 名著改编：在市场与艺术的夹缝中徘徊

(3) 类型化电视剧：商业电视剧逐渐走向成熟

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

(1) 融资目标明确

(2) 方式灵活多样

(3) 高风险高回报

4.2.3 电视剧融资渠道与方式

(1) 向金融机构贷款

(2) 股票融资

(3) 向社会募集资金

(4) 与电视台合作

(5) 政府融资

4.2.4 电视剧融资策略分析

(1) 确定合理的资金结构

(2) 最佳筹资规模与筹资时机

(3) 做好融资策划书

(4) 考虑筹资风险

4.3 中国电视剧生产制作分析

4.3.1 2017年电视剧生产情况综述

(1) 年度申报剧目

(2) 年度完成剧目

(3) 主要题材比例

(4) 制作机构数量

4.3.2 电视剧生产历年分析

(1) 申报剧目对比

(2) 完成剧目对比

(3) 制作机构数量历年对比

4.3.3 2017年我国电视剧生产特征分析

- (1) 产量回升，部、集数达历史新高
- (2) 生产成本明显提高，进入亿元投资的大片时代
- (3) 定制剧盛行影响产业布局，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

- (1) 自主发行
- (2) 委托发行

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 传统模式下国产电视剧的发行弊端

- (1) 官方意识形态掌控播放内容
- (2) “刻板审查”制度导致资源浪费
- (3) 固定插播广告引起受众流失

4.4.5 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

4.4.6 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) 收视份额
- (3) 资源使用率

5.1.2 中央、省卫视电视剧播出比重历年对比分析

- (1) 央视：2007年以来播出量逐年递增
- (2) 省卫视：播出量超过节目总量三分之一
- (3) 央视、省卫视：播出量增加，收视份额、资源使用率下降

5.1.3 中央、省上星、省地面、城市台电视剧市场占有历年对比分析

- (1) 省卫视市场占有分析

(2) 央视市场占有分析

(3) 省级地面频道市场占有分析

5.1.4 不同类型电视剧播出比重历年变化观察

(1) 当今主力剧目类型分析

(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

5.1.5 我国电视剧播出特征分析

(1) 电视剧播出是电视台的立台之本

(2) 中央、省级卫视、地面频道“三国演义”，央视地位面临挑战

(3) 电视剧老少咸宜、大众基础庞大

(4) 现代都市情感生活和革命历史题材成为收视亮点

(5) 电视剧播出平台强弱分明，逐渐分化

(6) 独播、首播剧具有一定的市场份额优势

(7) 电视剧播出方式更加灵活多样

(8) 电视剧资源利用率有所下降

(9) 电视剧的网络和新媒体市场明显扩展

5.2 中国电视剧收视分析

5.2.1 2017年度电视剧收视总量分析

5.2.2 各类节目收视量历年对比分析

5.2.3 电视剧主要观众状况

(1) 电视剧是女性剧

(2) 电视剧是中年剧

(3) 电视剧是低学历观众剧

(4) 电视剧是退休者之重要寄托

(5) 电视剧是低收入者的重要娱乐方式

(6) 电视剧观众集中度高于平均水平，广告价值高

5.2.4 2017年度电视剧TOP10分析

(1) 央视年度内地剧收视TOP

(2) 省级卫视年度内地剧收视TOP

5.2.5 优质电视剧分析

(1) 优质电视剧的标准

(2) 优质电视剧的生产

(3) 优质电视剧的传播

(4) 培育优质电视剧的建议

5.2.6 热播优质电视剧特征分析

(1) 制作方分析

(2) 受众分析

(3) 传播方式分析

(4) 成功元素分析

5.3 中国电视剧收入分析

5.3.1 电视剧销售收入分析

(1) 电视剧播出版权收入

(2) 电视剧网络版权收入

(3) 电视剧版权收入

5.3.2 电视剧广告分析

(1) 电视剧广告收入

(2) 电视剧广告市场份额

(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) 音像出版业

3) 影视基地

(2) 横向开发

1) 旅游业

2) 服装化妆品行业

3) 文化教育产业

第六章：中国电视剧行业热点专题分析

6.1 中国制播分离制度分析

6.1.1 制播分离政策环境分析

(1) 电视剧制播机制摸索阶段（1986年-1994年）

(2) 有所限制但不乏鼓励探索阶段（1995年-1999年）

(3) 制播分离实践谨慎探索的一年（2000年）

(4) 广播电视产业和体制整合、转型的关键时期（2001年-2010年）

(5) 指导制播分离具体实施阶段（2011年至今）

6.1.2 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
- 6.1.3 制播分离的现状分析
 - (1) 制播分离的重要性解析
 - (2) 电视剧行业制播分离体制存在的问题
 - (3) 制播分离的改革与发展趋势
- 6.2 中国三网融合对电视剧的影响分析
 - 6.2.1 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意义
 - (4) 三网融合受益方分析
 - 1) 设备提供商在融合前期受益
 - 2) 有线运营商与内容制作商长远受益
 - 6.2.2 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
 - 1) 版权交易现状分析
 - 2) 版权交易困境分析
 - 3) 版权管理分析
 - (2) 三网融合有利于电视剧的发展
 - 6.2.3 2016年以来三网融合进展分析
 - (1) 运营商发展简况
 - (2) 三网融合用户数量取得突破
 - (3) 各地区三网融合制定试点与实施方案
- 6.3 中国网络电视剧发展分析
 - 6.3.1 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
 - 6.3.2 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) 资本层面收益模式

6.3.3 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) 网络自制剧前景分析

6.3.4 网络电视剧对传统电视剧的冲击

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”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”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”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

(4) 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
- (4) 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
- (4) 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
- (4) 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) 电视广告的促进
- (4) 市场竞争日益规范
- (5) 三网融合的推动
- (6) 新技术应用带来机遇
- (7) 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) 价格回归理性，行业需求仍将保持旺盛
- (2) 精品剧需求旺盛，电视台对电视剧价格承受能力强
- (3) 电视剧采购规模仍将增加

9.2 中国电视剧行业投资特性分析

9.2.1 电视剧行业进入壁垒

- (1) 政策准入壁垒
- (2) 资源整合壁垒
- (3) 发行渠道壁垒
- (4) 品牌效应的无形障碍

9.2.2 电视剧行业市场供求分析

- (1) 整体供需状况为供大于求
- (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) 产品风险
- (3) 市场风险
- (4) 税收政策风险
- (5) 市场竞争加剧风险
- (6) 知识产权纠纷风险
- (7) 制作成本上升风险
- (8) 联合投资制作风险
- (9) 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) 电视剧需求空间较大
- (2) 电视剧是电视台主要广告收入来源，投入回报率较高
- (3) 电视剧价格存在巨大上升空间

9.3.2 电视剧行业投资兼并与重组分析

- (1) 电视剧行业投资兼并与重组事件
- (2) 电视剧行业投资兼并与重组动向

9.3.3 电视剧行业投资机会分析

- (1) 长期机遇：多屏时代，精品剧面临长期涨价与需求量扩张的黄金机遇
- (2) 短期价格走势：精品剧均价提升趋于平稳，热播剧价格弹性空间大
- (3) 下游容量趋势：渠道差异化竞争带来黄金剧集容量提升趋势明显

9.3.4 电视剧行业投资建议

图表目录：

图表1：2016-2017年国产电视剧数量变化（单位：部，集）

图表2：中国电视剧行业主要法律法规和政策

图表3：国内电视剧制作机构分类

图表4：中国电视剧的发行层次图

图表5：2016-2017年中国电视综合人口覆盖率及变化（单位：%）

图表6：2016-2017年中国有线电视用户数量及变化（单位：万户，%）

图表7：2016-2017年中国有线数字电视用户数量及变化（单位：万户，%）

图表8：全球主要电视节目类型变化对比（单位：%）

图表9：全球人均收视时间历年变化（单位：分钟）

图表10：2017年美国的电视剧播出量和结构（单位：集，%）

图表11：2016-2017播出季美国电视剧制作市场结构（单位：%）

图表12：2017年韩国三大电视机构电视剧收视率TOP10（单位：% ，集）

图表13：2017年韩国部分穿越剧一览表

图表14：2016-2017年加拿大英语和外国英语电视节目全天收视份额对比（单位：%）
（GYWWPT）

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/312198312198.html>