2017-2022年中国网络剧产业发展态势及十三五投资定位分析报告

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《2017-2022年中国网络剧产业发展态势及十三五投资定位分析报告》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/wanluomeiti/274116274116.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

网络剧是专门为电脑网络制作的，通过互联网播放的一类网络连续剧。与电视剧一样，网络剧一般分单元剧和连续剧。

网络剧与电视剧区别主要是播放媒介不同。传统电视剧的播放媒介主要为电视，网络剧的主要播放媒介是电脑、手机、平板电脑等网络设备。

随着时间的发展，网络剧和电视台同播的现象也越来越多，用户可以通过电视及互联网设备观看到最新一集的剧情。

2014年和2015年是我国网络剧井喷式发展的两年。2014年，我国网络剧产量为205部，2015年产量为379部，而对比2013年，当时网络剧产量只有50部，2年不到网络剧产量增长了近7倍，与此同时，我国网络剧点播量也迅速飙升，2014年网络剧点播量近125亿次，2015年更高达229亿次。2015年《盗墓笔记》、《无心法师》、《灵魂摆渡》、《心理罪》、《太子妃升职记》等各种网络剧“爆款”层出不穷。

2010-2015年中国网络剧产量（单位：部）

网络剧市场发展前景乐观，2015年网络剧市场规模近70亿元，中投顾问研究中心预测，到2020年其市场规模有望达450亿元左右，未来五年复合增长率约为45%。

2016-2020年中国网络剧市场规模预测（单位：亿元）

网络剧之所以能在2年时间内迅速崛起，在于它有着传统电视剧所不具有的先天优势。首先，从制作周期来看，时间短、安排灵活。电视剧必须通过广电部门的审查，而网络剧采用自审制，审查程序被大大简化，某些网络剧甚至可以实现“边拍边审”，加快了剧集的上线速度。其次，从制作成本来看，投资少、回报率高。与传统电视剧动辄上千万的资金投入相比，网络剧在制作成本等方面更具优势，也拥有范围更大的用户市场和有待于挖掘的商业价值。

2015年中国网络剧题材分布

中国报告网发布的《2017-2022年中国网络剧产业发展态势及十三五投资定位分析报告》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 网络剧相关概述

1.1 网络剧产业概念及特征

1.1.1 网络剧的定义

1.1.2 网络剧的特征

1.2 网络剧与传统电视剧的比较优势

1.2.1 内容优势

1.2.2 平台优势

1.2.3 制作成本优势

1.3 网络剧产业发展历程

1.3.1 孕育期

1.3.2 突破期

1.3.3 爆发期

1.4 网络剧产业链分析

1.4.1 产业链概述

1.4.2 制作端

1.4.3 渠道端

1.4.4 衍生市场

第二章 2014-2016年国际网络剧产业分析及经验借鉴

2.1 2014-2016年国际网络剧产业发展状况

2.1.1 网络剧制作的主体

2.1.2 网剧制作竞争格局

2.1.3 网剧制作商业价值

2.2 2014-2016年美国网络剧产业发展分析

2.2.1 网络剧发展历程

2.2.2 网络剧市场现状

2.2.3 网络剧成功经验

2.3 2014-2016年韩国网络剧产业发展分析

2.3.1 网络剧制作特点

2.3.2 网络剧发展模式

2.3.3 网络剧市场现状

2.3.4 网剧衍生市场亮点

2.4 Netflix模式深度分析

2.4.1 Netflix发展综述

2.4.2 转型互联网业务

2.4.3 原创网生内容模式

第三章 2014-2016年中国网络剧产业发展驱动力分析

3.1 政策监管持续加大

3.1.1 文化产业迎发展良机

3.1.2 “一剧两星”政策助推

3.1.3 网络剧监管政策变迁

3.1.4 网络剧监管政策动态

3.2 经济发展迎来更开放的消费人群

3.2.1 可支配收入提升

3.2.2 现代消费成新动力

3.2.3 宏观经济发展趋势

3.3 新生代进击年轻态开启

3.3.1 90、00后文娱消费崛起

3.3.2 互联网付费习惯养成

3.3.3 粉丝经济效应助推

3.4 技术发展拉动观剧需求

3.4.1 互联网渗透率提升

3.4.2 移动技术发展推动

3.4.3 网络共享重构连接

3.4.4 大数据引导网剧方向

第四章 2014-2016年中国网络剧产业深度分析

4.1 2014-2016年中国网络剧产业发展综述

4.1.1 网络剧内在动力

4.1.2 网络剧题材新颖

4.1.3 盈利模式多样化

4.2 2014-2016年中国网络剧产业发展现状

4.2.1 网络剧产业现状

4.2.2 网络剧产业特征

4.2.3 网络剧数量分析

4.2.4 网络剧类型分析

4.3 2014-2016年中国网络剧产业发展模式分析

4.3.1 全产业链运营

4.3.2 网络付费模式

4.3.3 版权输出模式

4.3.4 内容定制模式

4.3.5 IP孵化模式

4.3.6 模式创新方向

4.4 中国网络剧产业发展存在的问题分析

4.4.1 同质化的严重

4.4.2 质量参差不齐

4.4.3 题材过于集中

4.4.4 广告制作粗糙

4.4.5 其他问题分析

4.5 中国网络剧产业发展策略分析

4.5.1 精品化内容制作

4.5.2 大众文化风格路线

4.5.3 提升制作技术路线

4.5.4 确定标准评估路线

4.5.5 创新发展模式路线

4.5.6 其他发展策略分析

第五章 2014-2016年中国网络剧市场现状分析

5.1 2014-2016年中国网络剧市场受众分析

5.1.1 用户对比分析

5.1.2 内容对比分析

5.1.3 需求及偏好分析

5.1.4 行为及渠道分析

5.2 2014-2016年中国网络剧市场热度分析

5.2.1 点击量排行分析

5.2.2 网络剧内容分布

5.2.3 投资与开发分析

5.2.4 平台运营分析

5.3 2014-2016年中国网剧IP价值对比分析

5.3.1 电影类IP价值

5.3.2 电视剧IP价值

5.3.3 网络剧IP价值

5.3.4 IP稳定性对比

5.4 2014-2016年中国网络剧剧二代市场发展分析

5.4.1 剧二代数量分析

5.4.2 剧二代结构分类

5.4.3 剧二代版权来源

5.4.4 剧二代题材统计

5.4.5 各大平台表现

5.4.6 经典剧二代分析

第六章 2014-2016年中国网络剧内容市场发展分析

6.1 2014-2016年中国网络文学市场发展综述

6.1.1 网络文学综况

6.1.2 网络文学发展历程

6.1.3 网络文学发展背景

6.2 2014-2016年中国网络文学市场发展现状

6.2.1 市场发展规模

6.2.2 强势资本介入

6.2.3 市场发展态势

6.3 2014-2016年中国网络文学市场发展模式分析

6.3.1 市场初期运营模式

6.3.2 行业全版权运营模式

6.3.3 全版权运营模式现状

6.4 2014-2016年中国网络文学市场竞争分析

6.4.1 市场竞争现状

6.4.2 PC端竞争格局

6.4.3 移动端竞争格局

第七章 2014-2016年中国网络剧制作市场全面分析

7.1 2014-2016年中国网络剧制作市场格局分析

7.1.1 网络剧竞争主体

7.1.2 制作端竞争现状

7.1.3 网络剧市场格局

7.1.4 制作主体市场份额

7.2 2014-2016年传统影视公司网络剧市场分析

7.2.1 传统影视公司优势

7.2.2 网络剧资源储量

7.2.3 网络剧制作数量

7.2.4 布局发展方向

7.3 2014-2016年视频网站网络剧制作市场分析

- 7.3.1 BAT网络巨头布局
- 7.3.2 优酷土豆网剧战略
- 7.3.3 爱奇艺网剧布局
- 7.3.4 腾讯视频网剧战略
- 7.3.5 搜狐视频网剧精品化
- 7.3.6 乐视锁定网剧细分市场
- 7.4 2014-2016年新兴影视公司网络剧制作市场分析
 - 7.4.1 市场主体分析
 - 7.4.2 PGC内容制作
- 第八章 2014-2016年中国网络剧渠道市场综合分析
 - 8.1 2014-2016年中国网络剧渠道市场综述
 - 8.1.1 发行渠道分析
 - 8.1.2 渠道盈利模式
 - 8.1.3 渠道端竞争格局
 - 8.2 2014-2016年中国在线视频市场发展分析
 - 8.2.1 在线视频行业规模
 - 8.2.2 视频网站盈利模式
 - 8.2.3 在线视频用户付费
 - 8.2.4 平台差异化竞争战略
 - 8.3 2014-2016年中国电视台市场发展分析
 - 8.3.1 传统电视台优势渐失
 - 8.3.2 网剧反输电视台
 - 8.3.3 网剧进台突破点
 - 8.3.4 网台合作模式分析
- 第九章 2014-2016年中国网络剧衍生市场深度分析
 - 9.1 2014-2016年中国网络剧衍生市场发展现状
 - 9.1.1 市场发展综述
 - 9.1.2 网剧变现模式
 - 9.1.3 网剧多渠道变现
 - 9.2 2014-2016年中国网络剧电影市场发展分析
 - 9.2.1 网剧衍生大电影市场现状
 - 9.2.2 网剧大电影市场规模
 - 9.2.3 互联网电影市场崛起
 - 9.2.4 掘金网络大电影市场
 - 9.3 2014-2016年中国网络剧游戏市场发展分析

9.3.1 网剧游戏联动市场

9.3.2 台影游联动新模式

9.3.3 网剧改编手游现状

9.4 2014-2016年中国商业定制网络剧市场发展分析

9.4.1 市场发展现状

9.4.2 行业分布状况

9.4.3 与传统电视广告对比

9.4.4 品牌分布分析

9.4.5 播放平台分析

9.4.6 制作平台分析

9.5 2014-2016年中国网络剧电商合作发展分析

9.5.1 网剧电商合作现状

9.5.2 网剧电商营销主体

9.5.3 网剧创新电商营销

9.6 2014-2016年中国网络剧其他衍生市场发展分析

9.6.1 综艺节目衍生网剧

9.6.2 泛二次元网剧市场

9.6.3 网剧衍生番外市场

第十章 2014-2016年中国网络剧产业营销分析

10.1 2014-2016年中国网络剧营销内容分析

10.1.1 营销方式对比

10.1.2 网络剧营销优势

10.1.3 网络剧营销方式

10.2 2014-2016年中国网络剧营销案例分析

10.2.1 《万万没想到》

10.2.2 《盗墓笔记》

10.2.3 《心理罪》

10.2.4 《花千骨番外篇》

10.2.5 《太子妃升职记》

10.3 2014-2016年中国在线视频企业创新营销产品案例分析

10.3.1 爱奇艺

10.3.2 合一集团

10.3.3 乐视

10.4 中国网络剧产业营销策略分析

10.4.1 网络剧营销战略

10.4.2 网络剧传播策略

10.4.3 影视跨界营销策略

第十一章 2014-2016年中国网络剧产业重点企业综合分析

11.1 慈文传媒

11.1.1 企业发展概况

11.1.2 慈文传媒转型

11.1.3 网络剧业务分析

11.1.4 互联网下的盈利模式

11.1.5 经营效益分析

11.1.6 业务经营分析

11.1.7 财务状况分析

11.1.8 未来前景展望

11.2 华策影视

11.2.1 企业发展概况

11.2.2 “SIP+X”战略

11.2.3 未来影视计划

11.2.4 经营效益分析

11.2.5 业务经营分析

11.2.6 财务状况分析

11.2.7 未来前景展望

11.3 鹿港科技

11.3.1 企业发展概况

11.3.2 互联网影视布局

11.3.3 经营效益分析

11.3.4 业务经营分析

11.3.5 财务状况分析

11.3.6 未来前景展望

11.4 骅威股份

11.4.1 企业发展概况

11.4.2 影视业务布局

11.4.3 经营效益分析

11.4.4 业务经营分析

11.4.5 财务状况分析

11.4.6 未来前景展望

11.5 欢瑞世纪

11.5.1 企业发展概况

11.5.2 企业发展布局

11.5.3 业务发展优势

11.5.4 借壳上市进程

11.6 唐人影视

11.6.1 企业发展概况

11.6.2 影视版迪斯尼模式

11.6.3 造星梦工厂

11.7 上市公司财务比较分析

11.7.1 盈利能力分析

11.7.2 成长能力分析

11.7.3 运营能力分析

11.7.4 偿债能力分析

第十二章 2014-2016年中国网络剧产业投资潜力分析及风险预警

12.1 2014-2016年中国传媒影视行业投融资状况

12.1.1 海外影视并购总额

12.1.2 国内影视并购总额

12.1.3 行业投资并购特征

12.2 2014-2016年中国网络剧市场投融资分析

12.2.1 网剧市场投资总额

12.2.2 网剧市场投资态势

12.2.3 网剧专项基金成立

12.3 2014-2016年中国网剧市场投资热点分析

12.3.1 网络剧投资方向

12.3.2 产业链投资机会

12.3.3 网络剧内容投资

12.3.4 网剧内容投资热点

12.4 中国网络剧产业投资风险分析

12.4.1 政策监管风险

12.4.2 影视剧适销性风险

12.4.3 网络剧开发不达预期

12.4.4 单部作品盈利不确定性

第十三章 2017-2022年中国网络剧产业发展前景及趋势分析

13.1 网络剧产业发展趋势分析

13.1.1 网络剧发展趋势

- 13.1.2 网络剧内容趋势
- 13.1.3 网络剧监管趋势
- 13.1.4 网络剧营销趋势
- 13.2 网络剧产业发展前景分析
 - 13.2.1 网络剧市场前景
 - 13.2.2 在线视频市场前景
 - 13.2.3 网剧IP开发运营前景
- 13.3 2017-2022年中国网络剧产业预测分析
 - 13.3.1 中国网络剧产业发展因素分析
 - 13.3.2 2017-2022年中国网络剧总体规模预测
 - 13.3.3 2017-2022年中国网络剧版权交易市场规模预测
 - 13.3.4 2017-2022年中国网络剧改编电影市场规模预测
 - 13.3.5 2017-2022年中国网络剧改编游戏市场规模预测

图表目录：

- 图表 网络剧与传统电视剧不同点分析
- 图表 网络剧发展历程
- 图表 网络剧产业链
- 图表 网络剧衍生市场产业链
- 图表 国外主要视频网站网络剧数量
- 图表 2015年美国网络剧各类题材市场占比
- 图表 2013-2015年Netflix部分自制剧预算表
- 图表 2006-2016年Netflix营业收入及其同比增速
- 图表 Netflix发展历程
- 图表 2012-2016年Netflix各项主营收入对比
- 图表 2016年Netflix主营结构
- 图表 2011-2016年流媒体会员数变化趋势
- 图表 2002-2016年Netflix股价表现
- 图表 Netflix内容布局
- 图表 2006-2016年Netflix营业收入及其同比增速
- 图表 Netflix发展历程
- 图表 2012-2016年Netflix各项主营收入对比
- 图表 2016年Netflix主营结构
- 图表 2011-2016年流媒体会员数变化趋势
- 图表 2002-2016年Netflix股价表现
- 图表 Netflix内容布局

图表 2009-2015年中国文化产业增加值及其占GDP比重情况

图表 2011-2015年广电总局针对电视剧的政策

图表 2012-2016年相关部门对网络内容的政策概览

图表 2012-2016年影视剧内容整顿情况

图表 《电视剧内容制作通则》中对电视剧内容的禁止类型

图表 《网络出版服务管理规定》主要看点

图表 2011-2016年国内生产总值及其增速

图表 2011-2016年三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2011-2016年全国居民可支配收入及其增速

图表 2016年全国居民人均消费支出及其构成

图表

按收入登记分城镇居民家庭平均每人全年文教娱乐现金消费支出占总现金消费支出百分比

图表 1943-3013年我国现代消费占GDP比重

图表 全国网民各年龄段人数占比

图表 80、90后对各类新闻的关注度对比

图表 2008-2015年中国网络视频用户规模及其使用率

图表 2015年网络视频用户终端设备使用率

图表 2007-2020年中国互联网各年龄阶段用户增长趋势

图表 2007-2020年中国互联网用户按年龄层的分布

图表 2010-2015年中国互联网用户的人均每周上网时长

图表 2005-2016年中国互联网用户数量及其渗透率

图表 1995-2015年中美互联网渗透率对比分析

图表 2015年中国互联网各类娱乐应用的用户规模

图表 2009-2015年中国互联网各类娱乐应用的用户渗透率

图表 2016年十大IP剧

图表 网络剧“反哺”生态体系

图表 2016年传统电视剧题材分布

图表 2016年网络剧题材分布

图表 网络剧产业链各环节盈利和成本来源

图表 2010-2015年中国电视剧市场规模及其增速

图表 2010-2015年网络剧部数及点击量

图表 2016年网剧排名TOP10及其播放次数

图表 2014-2016年各大在线视频平台网剧数量

图表 2016年热门网剧重点题材分布

图表 2016年网络剧单日最高播放量

图表 《王万没想到》IP全产业链布局一览

图表 2015年网络剧受众年龄结构分布

图表 2015年网络剧受众性别结构分析

图表 2015年网络剧与电视剧网络观影年龄对比分析

图表 2015年中国网络剧与电视剧网络用户学历对比

图表 2015年中国网络剧与电视剧网络用户家庭月收入对比

图表 2015年中网络剧与电视剧网络用户个人月收入对比

图表 2015年中国网络剧与电视剧网络用户职业对比分析

图表 2015年网络剧用户地区分布

图表 2015年中国在线视频PC端不同类别传统电视剧视频播放覆盖人数对比

图表 2015年中国在线视频PC端不同类别网络剧视频播放覆盖人数对比

图表 2015年观众希望观看的网络剧类型

图表 网络剧要素Kano模型分析

图表 网络剧要素Kano模型分析

图表 2015年观众收看网络剧的频率分布

图表 2015年观众收看网络剧的时间分布

图表 2015年观众通常收看网络剧的时长分布

图表 2015年观众能接受的最长网络剧时间

图表 2015年观众通常收看网络剧习惯

图表 2015年观众通常收看网络剧渠道分布

图表 2015年观众通常获取网络剧信息的渠道

图表 女性观众希望观看的网络剧类型

图表 男性观众希望观看的网络剧类型

图表 2014-2016年网络剧播放趋势图

图表 2014-2016年网络剧播放量排名TOP

图表 2016年网络剧单日最高播放量

图表 2014-2016年视频网站热门网剧数量

图表 2016年热门网剧重点题材分布

图表 2016年网络剧累计播放量TOP5制作公司

图表 2016年视频网站网络剧累计点击量TOP3视频网站

图表 2016年艺人主演网络剧播放量

图表 2016年热门网络剧播放量、播放平台及题材分布

图表 2016年超级网剧投资情况

图表 2016年《盗墓笔记》网络点击率

图表 2016年《心理罪》点击增量趋势

图表 2015年电影IP改变前后价值指数对比

图表 2015年以来IP电影原IP类型占比图

图表 电影IP类型各指数分布图

图表 2015年电视IP改变前后价值指数对比

图表 2015年以来IP电视剧价值指数对照表

图表 网络剧IP改编前后价值指数对照表

图表 2015年以来IP网剧价值指数对照图

图表 网剧IP分类

图表 网络剧IP商业价值-原IP价值指数

图表 IP电影、电视剧、网络剧价值指数差值分布散点图

图表 2008-2016年网络剧系列剧数量及其增长率

图表 网络剧系列剧数量分布

图表 网络剧系列剧按结构分类播放情况

图表 网络剧系列剧分题材来源播放量

图表 网络剧系列剧各类题材播放量

图表 网络剧系列剧单剧平均播放量

图表 不同风格类型系列剧播放量

图表 不同时间题材系列剧播放量

图表 2016年各大平台系列剧总播放量及出品系列数

图表 TOP20系列网剧平台总播放量及出品系列剧

图表 TOP10系列剧分季播放情况

图表 暗黑者1及暗黑者2单季播放量

图表 《屌丝男士》系列剧单季播放量

图表 《极品女士》系列剧单季播放量

图表 《万万没想到》系列剧单季播放量

图表 《灵魂摆渡》系列剧单季播放量

图表 《废柴兄弟》单季播放量

图表 《我的老师是传奇》单季播放量

图表 网络文学分类

图表 网络文学与传统文学优劣势比较

图表 网络文学发展历程

图表 网络问需行业格局变迁

图表 2015年百度搜索排名榜TOP8作品

图表 网络文学商业模式转型历程

图表 2009-2016年中国网络文学用户规模及网络文学使用率

- 图表 2006-2014年中国数字出版产业规模及其增速
- 图表 2013-2016年互联网资本介入网络文学市场一览
- 图表 我国网络文学发展初期产业链条
- 图表 我国当前网络文学运营产业链条
- 图表 网络文学改编电影票房收入
- 图表 2016年页游月开服数排名总榜
- 图表 2016年网络文学企业PC端+移动端覆盖用户数TOP5排名
- 图表 PC端主要网络文学网站基本情况
- 图表 2016年小说阅读网站流量数据排名
- 图表 2016年中国网络人气小说TOP50覆盖率
- 图表 2016年主要网络文学网站用户覆盖率
- 图表 2015年网络文学移动端阅读市场份额
- 图表 2016年BAT各移动阅读APP累计阅读活跃用户数
- 图表 2016年BAT移动阅读APP月均活跃用户数
- 图表 主要网络剧制作机构发展战略比较分析
- 图表 2015年视频网站自制剧部数
- 图表 网络剧制作市场主体资源能力分析
- 图表 2015年部分网络剧制作机构网络剧部数、集数及时长比较
- 图表 2015年网络剧制作机构互动指标数据
- 图表 网络剧制作市场传统影视制作公司与新兴互联网制作公司对比分析
- 图表 2016年部分传媒上市公司网络剧、电视剧及电影资源储量
- 图表 华策影视IP储备及网络剧战略
- 图表 慈文传媒IP储备及网络剧战略
- 图表 欢瑞世纪IP储备及网络剧战略
- 图表 2016年传统影视公司与新兴影视公司网络剧制作数量
- 图表 2016年传统影视公司与新兴影视公司网络剧制作平均每部播放量
- 图表 2016年网络剧播放量TOP
- 图表 2016年传统影视公司网络剧播放量排名
- 图表 优酷土豆、爱奇艺、腾讯视频、搜狐视频、乐视网站网络剧来源及主要合作影视公司
- 图表 2016年优酷土豆网剧一览表
- 图表 2016年爱奇艺网剧资源一览表
- 图表 2016年腾讯视频网剧一览表
- 图表 2016年搜狐视频网剧一览表
- 图表 2016年乐视网络剧一览表
- 图表 2016年新型网络剧公司一览表

- 图表 2016年国内视频网站整体品牌渗透率、终端品牌渗透率及付费用户对比
- 图表 2011-2018年中国在线视频市场规模及其同比增速
- 图表 2008-2016年中国网络视频用户规模及其使用率
- 图表 2016年网络视频用户收看频次分布
- 图表 2013-2015年传统电视剧视频播放月度覆盖人数及网络剧视频月度播放覆盖人数
- 图表 2013-2015年月度网络剧整体播放时长
- 图表 2011-2016年中国在线视频市场收入构成
- 图表 视频行业付费模式发展过程
- 图表 2014-2016年中国视频网民付费用户比例
- 图表 各大视频网站会员服务
- 图表 2011-2018年中国在线视频用户付费市场规模及其增速
- 图表 2013-2018年中国在线视频付费用户规模及其增速
- 图表 2016年中国在线视频付费用户付费内容意愿
- 图表 企鹅影业2016年主要网络剧项目介绍
- 图表 2016年网剧、电影联合开发剧集汇总
- 图表 2016年网剧IP改编手游状况
- 图表 2016年商业定制网络剧播出平台、总播放量及播放时长
- 图表 2016年商业定制网络剧行业分布
- 图表 2016年商业定制网络剧行业分布
- 图表 2016年各行业商业定制网络剧播放量分布
- 图表 2016年各行业商业定制网络剧每分钟播放量对比
- 图表 2014-2016年商业定制网络剧与电视广告的营销类目比照
- 图表 2016年各品牌商业定制网络剧播放量分布
- 图表 2016年商业定制网络剧平台分布
- 图表 2016年各平台商业定制网络剧播放量分布
- 图表 2016年各平台商业定制网络剧播放量份额对比
- 图表 2016年二次元网剧一览
- 图表 2015年中国万合天宜及非万合天宜剧目用户广告认知度
- 图表 2015年中国万合天宜及非万合天宜剧目用户广告接受度
- 图表 2015年中国万合天宜合作品牌知名度提升情况
- 图表 2015年中国万合天宜合作品牌购买比例提升情况
- 图表 爱奇艺“一搜百映”用户及广告主路径
- 图表 爱奇艺TSC广告效果评估指标
- 图表 爱奇艺“众里寻TA”数据来源
- 图表 优酷土豆“启明星”产品流程

图表 优酷土豆“.Shop品牌体验店”生态模式

图表 乐视视频生态营销模式

图表 乐视《睡在我上铺的兄弟》营销分析

图表 2013-2016年慈文传媒总资产和净资产

图表 2013-2015年慈文传媒营业收入和净利润

图表 2016年慈文传媒营业收入和净利润

图表 2013-2015年慈文传媒现金流量

图表 2016年慈文传媒现金流量

图表 2015年慈文传媒主营业务收入分行业、产品、区域

图表 2013-2015年慈文传媒成长能力

图表 2016年慈文传媒成长能力

图表 2013-2015年慈文传媒短期偿债能力

图表 2016年慈文传媒短期偿债能力

图表 2013-2015年慈文传媒长期偿债能力

图表 2016年慈文传媒长期偿债能力

图表 2013-2015年慈文传媒运营能力

图表 2016年慈文传媒运营能力

图表 2013-2015年慈文传媒盈利能力

图表 2016年慈文传媒盈利能力

图表 华策影视未来影视计划

图表 2013-2016年华策影视总资产和净资产

图表 2013-2015年华策影视营业收入和净利润

图表 2016年华策影视营业收入和净利润

图表 2013-2015年华策影视现金流量

图表 2016年华策影视现金流量

图表 2015年华策影视主营业务收入分行业、产品、区域

图表 2013-2015年华策影视成长能力

图表 2016年华策影视成长能力

图表 2013-2015年华策影视短期偿债能力

图表 2016年华策影视短期偿债能力

图表 2013-2015年华策影视长期偿债能力

图表 2016年华策影视长期偿债能力

图表 2013-2015年华策影视运营能力

图表 2016年华策影视运营能力

图表 2013-2015年华策影视盈利能力

图表 2016年华策影视盈利能力

图表 2013-2016年鹿港科技总资产和净资产

图表 2013-2015年鹿港科技营业收入和净利润

图表 2016年鹿港科技营业收入和净利润

图表 2013-2015年鹿港科技现金流量

图表 2016年鹿港科技现金流量

图表 2015年鹿港科技主营业务收入分行业、产品、区域

图表 2013-2015年鹿港科技成长能力

图表 2016年鹿港科技成长能力

图表 2013-2015年鹿港科技短期偿债能力

图表 2016年鹿港科技短期偿债能力

图表 2013-2015年鹿港科技长期偿债能力

图表 2016年鹿港科技长期偿债能力

图表 2013-2015年鹿港科技运营能力

图表 2016年鹿港科技运营能力

图表 2013-2015年鹿港科技盈利能力

图表 2016年鹿港科技盈利能力

图表 骅威股份影视业务投资资金计划

图表 骅威股份电影、电视剧、网络剧预计投资总额及投资数量

图表 2013-2016年骅威股份总资产和净资产

图表 2013-2015年骅威股份营业收入和净利润

图表 2016年骅威股份营业收入和净利润

图表 2013-2015年骅威股份现金流量

图表 2016年骅威股份现金流量

图表 2015年骅威股份主营业务收入分行业、产品、区域

图表 2013-2015年骅威股份成长能力

图表 2016年骅威股份成长能力

图表 2013-2015年骅威股份短期偿债能力

图表 2016年骅威股份短期偿债能力

图表 2013-2015年骅威股份长期偿债能力

图表 2016年骅威股份长期偿债能力

图表 2013-2015年骅威股份运营能力

图表 2016年骅威股份运营能力

图表 2013-2015年骅威股份盈利能力

图表 2016年骅威股份盈利能力

图表 唐人影视发展历程

图表 2016年影视业相关海外并购

图表 2015-2016年中国影视行业并购市场交易趋势图

图表 2016年并购案例数量及金额行业分布图

图表 未来众筹对中国电影融资渠道的影响

图表 网络剧营销趋势

图表 网络剧营销方向

图表 2017-2022年各形式网络剧规模占比

图表 2017-2022年网络剧市场规模及其增速

图表 2017-2022年网络剧版权市场规模预测

图表 2017-2022年网络剧改编电影市场规模预测

图表 2017-2022年网络剧改编电影市场规模预测

(GYZX)

图表详见正文

特别说明：中国报告网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/wangluomeiti/274116274116.html>