

2021年中国网剧市场调研报告- 产业供需现状与投资商机研究

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《2021年中国网剧市场调研报告-产业供需现状与投资商机研究》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/535043535043.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

网络剧是由具有相关资质的制作主体，如视频网站、影视制作公司等，针对互联网用户制作的、以网络作为主要播出渠道的电视剧集。按剧集展现形式划分，网络剧可分为单元剧、系列剧、连续剧。按剧集题材分类划分，网络剧可分为古装宫廷剧、战争剧、历史正剧、警匪剧、都市家庭剧等题材类型。根据数据显示，2018年，我国网络剧中古装宫廷剧、战争剧、历史正剧三类题材最受欢迎，在参与调研人群中分别占比59.1%、49.1%与48.8%。

网剧分类 数据来源：公开资料整理

根据数据显示，2018年，我国网络剧行业市场规模为321.7亿元，较上年同比增长23.3%；2019年，我国网络剧行业市场规模为**亿元，较上年同比增长**%。

2015-2019年我国网络剧行业市场规模及增速 数据来源：公开资料整理

一、优势分析

(1) 商业运作体系成熟：我国网络剧的商业模式主要采用制作方与视频网站进行播出分账的模式，即视频网站根据网络剧内容评级、合作方式、有效播放量等因素，与影视制作方进行收益分成。自2016年爱奇艺首次提出影视剧分账模式以来，各大视频网站均陆续推出分账合作方案，网络剧行业的标准化运作与较为成熟的商业运作体系基本形成，网络剧进入新的发展阶段。

爱奇艺网络剧合作分账模式主要包含会员付费期分账与广告分账期分账两部分内容，根据网络剧质量与题材将其划分为A、B、C、D四个等级，每个级别对应的网络剧定价不同，A级网络剧为10元每季或每部，其余等级价格依次递减，至D级网络剧为4元每季或每部，每集单价由每季或每部网络剧定价除以付费集数得出。

爱奇艺合作分成模式

类型

定价(季/部)

合作方式

播放规则

补贴机制

A

10元

独家播出

1.会员抢先看全集2.跟播期后转为会员观看

优质A级项目在原分账定价基础上增加40%

B

8元

独家播出

优质B级项目在原分账定价基础上增加20%

C

6元

独家/非独家播出

1.会员抢先看全集

无

D

4元

独家/非独家播出

分账公式：合作方分成=会员有效播放次数*（每季（部）定价/付费集集数）*70%+补贴数

数据来源：公开资料整理

腾讯视频网络剧分账模式包含有效付费点播分成与CPM分成两方面，将付费用户点击观看超过5分钟的观影行为，计为一次有效付费点播。网络剧有效付费点播单价统一为10元每集，付费分成由有效付费点播数乘以有效付费点播单价再乘以分成比例得出。不同等级的网络剧其分成比例各有不同，腾讯视频将网络剧按品质划分为S、A、B、C四类。

腾讯视频成片合作分成方式

类型

合作/播出模式

分成方式

分成比例

分成期

S

独播+付费

保底+分成

大于等于70%

不低于6个月

A

独播+付费

纯分成

70%

6个月

B

独播+付费

纯分成

60%

6个月

C

免费

独家/非独家播出

无分成

无

分账公式：合作方分成=有效付费点播次数*有效付费点播单价*分成比例

其中：有效付费点播单价=10元/集数数据来源：公开资料整理

优酷网络剧分账体系主要参考会员观看总时长与网络剧集数两个因素，通过统计会员观看网络剧正片内容总时长与剧集正片总时长来计算分账金额，同时将网络剧划分出S、A、B、C四档定价，从25元至5元每季或每部不等。

优酷合作分成模式

类型

合作方式

定价（季/部）

集数奖励

S

独家合作

25元

12 集数 < 24，奖励系数为0.5 24 集数 < 36，奖励系数为1 36 集数 < 48，奖励系数为1.5
48 集数，奖励系数为2

A

独家合作

20元

B

独家合作

10元

C

非独家合作

5元

分账公式：合作方分成=合作剧集会员观看总时长/剧集总时长*定级单价*集数奖励系数数据来源：公开资料整理

（2）成熟制作方加入：网络剧在2017至2018年加速发展，行业的快速成熟得益于制作传统影视剧的成熟公司及团队陆续加入。此外，许多专注于电影电视制作的知名导演也投身于网络剧制作，共同推动网络剧行业朝精品化、多元化的方向发展。

(3) 从业人员培养体系正逐步搭建：各制作方与平台方陆续布局孵化平台，旨在培育更多具有新思维与创作力的青年制片人、编剧及演员。如2017年，爱奇艺提出“幼虎计划”与“海豚计划”等系列网络剧人才孵化计划，同时与影视院校展开深度合作培育新人。优酷注重高校与学术界的人才力量，推出了针对创作型导演、网络视频原创作者及校园原创IP的扶持计划。

(4) 剧集数量下降，质量提高吸引观众：欧美成熟市场已具备较为完善的网络剧生产体系，推行年度“演播季”的概念，播出采用周播模式，具备工业化流水线式的生产制作体系，同时拥有边播边拍的反应机制，其利益分配模式也相对成熟。欧美剧在剧情题材创作与剧集播出形式创新方面处于世界前列。欧美剧的创新方式给予了中国网络剧启发，根据数据显示，2018年我国网络剧集数呈下降趋势，越来越多网络剧将一季长度控制在25集以内，部分网络剧长度更为精简，剧集内容更为紧凑，节奏加快，容量变大，更易吸引观众注意。

我国网剧行业优势分析 数据来源：公开资料整理

二、劣势分析

(1) 剧情内容题材雷同：尽管我国网络剧行业在2016至2018年间出现了一批头部优质剧集，但相较于欧美高度成熟的影视剧市场，国内网络剧在创作上仍显不足，当某类型剧情题材在市场上受到欢迎时，市场中就会涌现大量雷同题材，甚至出现抄袭现象。如在2011年电视剧《甄嬛传》获得超高收视后，同类型“大女主”题材在电视剧与网络剧中频繁出现，剧情结构雷同，缺乏新意，容易引起观众审美疲劳。

“大女主”题材网剧

剧名

首播时间

播出网站

情节

出品公司

《独孤皇后》

2019.02

爱奇艺、腾讯视频、优酷视频

乱世女子成长记

柠萌影业

《如懿传》

2018.08

腾讯视频

大清后妃宫斗记

新丽传媒

《扶摇》

2018.06

腾讯视频

乱世女子成长记

柠萌影业

《凤囚凰》

2018.01

爱奇艺、芒果TV

乱世女子成长记

华夏影视

《独步天下》

2017.10

腾讯视频

大清后妃宫斗记

新丽传媒等

《那年花开月正圆》

2017.08

腾讯视频

乱世女子成长记

华视娱乐等

《丽姬传》

2017.08

优酷视频

先秦后妃宫斗记

华录百纳等

《醉玲珑》

2017.07

爱奇艺、腾讯视频、爱奇艺

奇幻后妃宫斗记

稻草熊

《楚乔传》

2017.06

爱奇艺、腾讯视频、优酷视频、芒果TV、搜狐视频

乱世女子成长记

唐德影视数据来源：公开资料整理

(2) 缺乏观众互动：在欧美网络剧高度成熟的市场中，通常采用剧集制作与播放保持

同步的模式，剧本品质直接影响剧集的收视率。而国内网剧作者与观众之间互动有限，观众被动接受剧情安排，缺乏与剧作者沟通的渠道与剧本选择的余地。

(3) 分级制度不完善：我国网络剧审查尚未形成统一通用的标准，制作方需要谨慎对待题材选择问题，预判政策发展方向。网络剧内容分级制度的不完善与内容审查的简单化处理，制约我国网络剧行业健康多元的发展。

我国网剧行业劣势分析 数据来源：公开资料整理

三、 机遇分析

(1) 居民娱乐支出增多：居民人均可支配收入的增长与在文化娱乐方面支出的不断升高，为网络视频付费市场规模的增长提供了强有力的支撑，也为网络剧行业的发展提供了驱动力。

(2) 发行渠道增多，获利空间增大：国产影视剧自上世纪80年代就开始探索境外市场发行道路，传统电视剧在境外成功发行的案例促使网络剧在发展成熟初期也开始探索境外发行渠道。如2015年，《甄嬛传》成为首部在美国付费视频网站Netflix播出的中国国产电视剧。更为早期的电视剧，如《还珠格格》、《西游记》、《三国演义》等则出口至越南、蒙古及朝鲜等地。网络剧在快速发展的进程中也开始探索境外发行渠道，高质量的网络剧不仅在海外能够获得更多收益，还积极展现着中国影视剧的制作水准，向世界输出中国文化。

(3) 头部视频网站更迭商业模式：视频网站处于行业的绝对主导地位，其发布的商业合作模式与审查规则都会对行业产生一定影响。2016至2018年间，各大视频网站相继推出分账体系及行业培育计划，并对系列商业模式不断完善创新，推动行业标准体系建立，促进行业发展。

(4) 政策监管：近年来，我国相继出台多项政策对网络剧市场进行监管，促进行业健康有序发展。如2018年7月，国家广播电视总局制定《国家广播电视总局职能配置、内设机构和人员编制规定》，明确规定了国家广播电视总局的主要职责，网络视听节目服务管理职能得到进一步明确，包括“监督管理、审查广播电视节目、网络视听节目的内容和质量”等。

2018年10月，国家广播电视总局在《关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》中提出加大电视剧网络剧（含网络电影）治理力度，促进行业良性发展。严格执行已出台的电视剧网络剧（含网络电影）成本配置比例行业自律规定，每部电视剧网络剧（含网络电影）全部演员片酬不超过制作总成本的40%，其中主要演员不超过总片酬的70%。坚持同一标准、同一尺度，维护广播电视与网络视听节目的健康有序发展。广播与电视、上星频道与地面频道、网上与网下要坚持统筹管理、统一标准。

我国网剧行业相关政策

颁布日期

政策名称

制定部门

主要内容

2018.10

《关于进一步加强广播电视和网络视听文艺节目管理的通知》

国家广播电视总局

加大电视剧网络剧（含网络电影）治理力度，促进行业良性发展。严格执行已出台的电视剧网络剧（含网络电影）成本配置比例行业自律规定，每部电视剧网络剧（含网络电影）全部演员片酬不超过制作总成本的40%，其中主要演员不超过总片酬的70%。坚持同一标准、同一尺度，维护广播电视与网络视听节目的健康有序发展。广播与电视、上星频道与地面频道、网上与网下要坚持统筹管理、统一标准

2018.07

《国家广播电视总局职能配置、内设机构和人员编制规定》

国家广播电视总局

明确规定了国家广播电视总局的主要职责，网络视听节目服务管理职能得到进一步明确，包括“监督管理、审查广播电视节目、网络视听节目的内容和质量”等

2018.03

《关于进一步规范网络视听节目传播秩序的通知》

（原）国家广播电视总局

各视听节目网站播出的片花、预告片所对应的节目必须是合法的广播影视节目、网络原创视听节目。未取得许可证的影视剧、未备案的网络原创视听节目，以及被广播影视行政部门通报或处理过的广播影视节目、网络视听节目，对应的片花、预告片也不得播出

2017.10

《关于加强广播电视节目网络传播管理的通知》

（原）国家广播电视总局

全面清查在网络上播出的节目，只要导向、内容、价值观不符合要求的需要立即整改、下架。凡被通报或者处理过的节目，播出机构要迅速联系相关网络播出平台清理下架，绝不允许在网络继续传播

2017.09

《关于支持电视剧繁荣发展若干政策的通知》

（原）国家广播电视总局、发展改革委、财政部、商务部等部委

强调按照媒体融合的总体思路，对电视剧、网络剧实行同一标准进行管理，强调对重点网络剧创作规划实行备案管理，鼓励优秀电视剧制作机构积极投入网络剧制作，提升网络剧整体创作水平等

2017.06

《网络视听节目内容审核通则》

中国网络视听节目服务协会

在规定审核原则、导向要求等基础上，就坚持正确的政治导向、价值导向和审美导向，坚守

节目内容底线，从多个方面做出详细规定

2017.06

《关于进一步加强网络视听节目创作播出管理的通知》

(原)国家广播电视总局

各类网络视听节目的创作和生产都要紧紧围绕培育和弘扬社会主义核心价值观，在落细落小落实上下功夫，唱响主旋律、传播正能量。网络综艺节目、网络剧、网络电影等要坚决反对天价追星、无聊游戏、奢华盛宴等不良风气，避免助长游戏人生心态和浮夸之风；要维护公序良俗，绝不能用作假作秀、故意激化矛盾、放大非理性情绪等错误方式误导受众，混淆是非。要坚持把社会效益放在首位，绝不能制造低俗噱头，展示丑行恶态，呈现阴暗晦涩，渲染色情暴力

2016.12

《关于进一步加强网络原创视听节目规划建设和管理的通知》

(原)国家广播电视总局

各省级新闻出版广电行政部门要按照属地管理原则切实履行管理职责，积极督促互联网视听节目服务单位落实总编辑负责制，对网络原创视听节目规划、创作、生产、审核等各个环节严格把关；要加强网上原创视听节目的内容监看监管，对重点网络原创视听节目在上线前应当组织进行内容抽查；要进一步加强互联网视听节目服务单位播放行为的监管

2014.09

《关于进一步落实网上境外影视剧管理有关规定的通知》

(原)国家广播电视总局

要求自2015年4月1日起，未经登记的境外影视剧不得上网播放。用于互联网等信息网络传播的境外影视剧，必须依法取得《电影片公映许可证》或《电视剧发行许可证》数据来源：公开资料整理

四、威胁分析

(1) 资本裹挟威胁：资本市场对新兴影视剧公司的投资有助于其快速成长，但网络剧行业在快速发展过程中受到资本过多影响，行业从业人员心态较为浮躁，缺乏匠人精神。网络剧制作过程中，制作周期越长所耗经费越多，因此部分网络剧制作方为了节约成本，缩减原有剧集拍摄周期，导致制片人员不得不忽视演员沟通、服装造型选定、剧本台词打磨等细节工作，以致最终呈现出的网络剧制作较为粗糙。

(2) 监管政策相对滞后威胁：网络剧行业通常在市场出现不良问题后才颁布相应政策法规，且中国网络剧通常采用视频平台自查的方式进行审核，缺乏政府部门出台的关于网络视听节目统一的审核标准与分级制度，与欧美成熟市场存在一定差距，不利于行业发展。

威胁我国网剧行业发展因素分析 数据来源：公开资料整理(zlj)

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国网剧市场调研报告-产业供需现状与投资商机研究》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国网剧行业发展概述

第一节 网剧行业发展情况概述

- 一、网剧行业相关定义
- 二、网剧行业基本情况介绍
- 三、网剧行业发展特点分析
- 四、网剧行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、网剧行业需求主体分析

第二节 中国网剧行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍

二、网剧行业产业链条分析

三、产业链运行机制

1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国网剧行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国网剧行业生命周期分析

一、网剧行业生命周期理论概述

二、网剧行业所属的生命周期分析

第四节 网剧行业经济指标分析

一、网剧行业的赢利性分析

二、网剧行业的经济周期分析

三、网剧行业附加值的提升空间分析

第五节 中国网剧行业进入壁垒分析

一、网剧行业资金壁垒分析

二、网剧行业技术壁垒分析

三、网剧行业人才壁垒分析

四、网剧行业品牌壁垒分析

五、网剧行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球网剧行业市场发展现状分析

第一节 全球网剧行业发展历程回顾

第二节 全球网剧行业市场区域分布情况

第三节 亚洲网剧行业地区市场分析

一、亚洲网剧行业市场现状分析

二、亚洲网剧行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲网剧行业市场前景分析

第四节 北美网剧行业地区市场分析

一、北美网剧行业市场现状分析

二、北美网剧行业市场规模与市场需求分析

三、北美网剧行业市场前景分析

第五节 欧洲网剧行业地区市场分析

一、欧洲网剧行业市场现状分析

二、欧洲网剧行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲网剧行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界网剧行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球网剧行业市场规模预测

第三章 中国网剧产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

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、全社会消费品网剧总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国网剧行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国网剧产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国网剧行业运行情况

第一节 中国网剧行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国网剧行业市场规模分析

第三节 中国网剧行业供应情况分析

第四节 中国网剧行业需求情况分析

第五节 我国网剧行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国网剧行业供需平衡分析

第七节 中国网剧行业发展趋势分析

第五章 中国网剧所属行业运行数据监测

第一节 中国网剧所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国网剧所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国网剧所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国网剧市场格局分析

第一节 中国网剧行业竞争现状分析

一、中国网剧行业竞争情况分析

二、中国网剧行业主要品牌分析

第二节 中国网剧行业集中度分析

一、中国网剧行业市场集中度影响因素分析

二、中国网剧行业市场集中度分析

第三节 中国网剧行业存在的问题

第四节 中国网剧行业解决问题的策略分析

第五节 中国网剧行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国网剧行业需求特点与动态分析

第一节 中国网剧行业消费市场动态情况

第二节 中国网剧行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 网剧行业成本结构分析

第四节 网剧行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国网剧行业价格现状分析

第六节 中国网剧行业平均价格走势预测

一、中国网剧行业价格影响因素

二、中国网剧行业平均价格走势预测

三、中国网剧行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国网剧行业区域市场现状分析

第一节 中国网剧行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区网剧市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区网剧市场规模分析

四、华东地区网剧市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区网剧市场规模分析

四、华中地区网剧市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区网剧市场规模分析

四、华南地区网剧市场规模预测

第九章 2017-2020年中国网剧行业竞争情况

第一节 中国网剧行业竞争结构分析（波特五力模型）

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

第二节 中国网剧行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国网剧行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 网剧行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国网剧行业发展前景分析与预测

第一节 中国网剧行业未来发展前景分析

一、网剧行业国内投资环境分析

二、中国网剧行业市场机会分析

三、中国网剧行业投资增速预测

第二节 中国网剧行业未来发展趋势预测

第三节 中国网剧行业市场发展预测

一、中国网剧行业市场规模预测

二、中国网剧行业市场规模增速预测

三、中国网剧行业产值规模预测

四、中国网剧行业产值增速预测

五、中国网剧行业供需情况预测

第四节 中国网剧行业盈利走势预测

一、中国网剧行业毛利润同比增速预测

二、中国网剧行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国网剧行业投资风险与营销分析

第一节 网剧行业投资风险分析

一、网剧行业政策风险分析

二、网剧行业技术风险分析

三、网剧行业竞争风险分析

四、网剧行业其他风险分析

第二节 网剧行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国网剧行业发展战略及规划建议

第一节 中国网剧行业品牌战略分析

一、网剧企业品牌的重要性

二、网剧企业实施品牌战略的意义

三、网剧企业品牌的现状分析

四、网剧企业的品牌战略

五、网剧品牌战略管理的策略

第二节 中国网剧行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国网剧行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 网剧行业竞争力提升策略

一、网剧行业产品差异性策略

二、网剧行业个性化服务策略

三、网剧行业的促销宣传策略

四、网剧行业信息智能化策略

五、网剧行业品牌化建设策略

六、网剧行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国网剧行业发展策略及投资建议

第一节 中国网剧行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国网剧行业营销渠道策略

一、网剧行业渠道选择策略

二、网剧行业营销策略

第三节 中国网剧行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国网剧行业重点投资区域分析

二、中国网剧行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/535043535043.html>