

中国电视剧行业竞争格局及盈利战略分析报告(2013-2017)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国电视剧行业竞争格局及盈利战略分析报告(2013-2017)》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/145664145664.html>

报告价格：电子版: 7000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

中国报告网发布的《中国电视剧行业竞争格局及盈利战略分析报告(2013-2017)》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、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研究分析。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、电视剧产业概述

第一节、电视剧的概念解析

- 一、电视剧的基本定义
- 二、电视剧产业的定义
- 三、电视剧的生命周期
- 四、电视剧上下游行业构成情况

第二节、电视剧的分类情况

- 一、电视剧的基本类型
- 二、电视剧题材按年代分类
- 三、电视剧题材按内容分类

第三节、电视剧行业的特点简述

- 一、娱乐性和教育性
- 二、经营模式特殊
- 三、制作机构区域性集中
- 四、与电影行业的比较分析

第二章、国际电视剧产业发展分析

第一节、国际电视剧产业总体概况

- 一、全球电视剧产业发展综述
- 二、全球电视剧市场的分类情况
- 三、全球电视剧制作的国际化合作
- 四、全球电视剧产业的发展趋向

第二节、美国电视剧产业发展概况

- 一、美国电视剧市场的利益主体分析
- 二、美国电视剧营销模式和售卖模式透析
- 三、美国电视剧的生产与播映模式解析
- 四、美国电视剧的内容策略分析
- 五、电视剧题材与观众口味的变迁
- 六、美国电视剧产业的发展近况
- 第三节、韩国电视剧产业发展概况
- 一、韩国电视剧产业的运作模式剖析
- 二、韩剧给韩国文化“软实力”增值
- 三、韩国电视剧收视率的变化分析
- 四、2012年韩国电视剧市场发展分析
- 五、韩国高收视率电视剧盘点及其成功要素
- 六、韩国电视剧产业的成功经验解析
- 第四节、日本电视剧产业发展概况
- 一、日本电视剧制作与播映模式剖析
- 二、日本电视剧制作走向衰退轨道
- 三、2012年日本电视剧市场发展分析
- 四、日本电视剧行业重视衍生品开发
- 第五节、台湾电视剧产业发展概况
- 一、台湾偶像剧的发展轨迹分析
- 二、台湾偶像剧的生产与销售模式
- 三、台湾偶像剧的播出状况分析
- 四、台湾电视剧制作机构与播出平台
- 五、2012年台湾电视剧市场发展分析
- 六、台湾电视剧优势渐失积极应对大陆挑战
- 第六节、香港电视剧产业发展概况
- 一、香港电视剧产业的发展演变
- 二、2012年香港电视剧播映状况分析
- 三、香港电视剧产业面临的主要挑战
- 四、香港电视剧走向衰落的原因剖析
- 五、香港电视剧产业的发展策略探讨
- 第三章、中国电视剧产业发展综况
- 第一节、中国电视剧产业发展概况
- 一、中国电视剧市场的发展历程
- 二、中国电视剧市场各要素分析

三、中国电视剧行业发展进入新时期

四、中国电视剧市场的供求状况分析

五、中国电视剧衍生产业开发现状

第二节、近三年中国电视剧市场回顾

一、近三年中国电视剧市场发展综述

二、近三年电视剧类型片迈向成熟阶段

三、近三年中国电视剧行业发展状况

四、近三年中国电视剧市场热点分析

第三节、2011-2012年中国电视剧市场分析

一、2011年中国电视剧行业发展综述

二、2011年中国电视剧正式迈入网络时代

三、2011年中国电视剧市场的四大特点

四、2012年第一季度电视剧市场发展状况

五、2012年中国电视剧市场发展形势透析

第四节、新媒体时代电视剧产业的发展

一、新媒体与电视剧产业的融合进程

二、新媒体时代电视剧行业的融合特征

三、2011年视频网站加速进军电视剧产业

四、2012年电视剧网络版权价格走向理性

五、新媒体时代电视剧产业的创新思路

第五节、国内外电视剧产业链的比较及借鉴

一、上游电视剧制作模式的比较

二、中游电视剧营销模式的比较

三、下游电视剧衍生产品的比较

第六节、中国电视剧的国际化发展研究

一、国产电视剧在海外市场发展概况

二、世界各国对中国电视剧的偏好分析

三、中国电视剧输出存在的问题分析

四、国产电视剧进军海外市场的策略

五、国产电视剧海外市场发行销售对策

第八节、中国电视剧产业存在的问题分析

一、中国电视剧产业面临的主要问题

二、我国电视剧行业的泡沫破裂危机

三、电视剧产业各环节发展中的问题

四、电视剧产业价值链体系存在的不足

五、中国电视剧市场面临的现实困境

第九节、中国电视剧产业发展的对策探讨

一、促进电视剧产业发展的政策建议

二、新时期电视剧产业的发展策略

三、提升中国电视剧品质的建议

四、我国电视剧产业健康发展的关键要素

五、电视剧内容产业创新路径选择

第四章、中国电视剧市场热点专题分析

第一节、电视剧的制播模式研究

一、中国电视剧的三种制播模式

二、电视剧制播体制的演变分析

三、“制播分离”模式存在的问题解析

四、“制播合作”模式的优点及前景

五、“二元制播”模式的可行性思考

第二节、电视剧市场的“翻拍风”研究

一、翻拍电视剧的主要类型

二、电视剧翻拍热产生的原因解析

三、电视剧过度翻拍产生的问题

四、解决翻拍剧问题的策略探讨

第三节、独播剧、自制剧及定制剧发展分析

一、我国电视剧行业进入独播时代

二、网站自制剧步入快速发展时期

三、我国电视台定制剧发展状况

第四节、中国电视剧演员片酬疯涨现象分析

一、片酬高涨给行业带来的负面影响

二、演员片酬疯涨的成因剖析

三、解决演员片酬疯涨问题的对策

第五章、电视剧的播出与收视

第一节、2010年电视剧的播出与收视概况

一、播出与收视总量

二、分题材的播出收视情况

三、热点收视剧目

四、各频道编排策略

五、电视剧主创分析

六、引进电视剧分析

第二节、2011-2012年3月电视剧播出与收视状况

- 一、2011年电视剧播出市场特征剖析
- 二、2011年省级卫视电视剧收视排行
- 三、2012年1-3月电视剧播出收视状况

第三节、宫廷剧的播出与收视研究

- 一、播出平台分布
- 二、观众特征分析
- 三、收视走势分析
- 四、整体竞争力分析

第四节、电视剧季播模式发展探究

- 一、“季播”的概念及优点
- 二、本土电视剧“季播”的现状
- 三、本土电视剧“季播”的问题
- 四、我国电视剧季播机制改革策略

第六章、电视剧市场的营销分析

第一节、电视剧的相关营销理论

- 一、4P理论
- 二、4C理论
- 三、蓝海战略和长尾理论

第二节、中国电视剧市场营销概述

- 一、电视剧市场营销的环境与形势
- 二、我国电视剧营销的基本态势
- 三、我国电视剧市场营销战精彩纷呈
- 四、中国电视剧营销中的问题分析

第三节、电视剧的典型营销模式解析

- 一、360度营销
- 二、整合营销
- 三、“借船出海”营销
- 四、首播营销
- 五、口碑营销
- 六、病毒式营销

第四节、4P营销在电视剧市场中的运用分析

- 一、4P理论适用电视剧营销
- 二、4P营销在电视剧市场的发展
- 三、国内电视台的4P营销实践

第五节、电视剧的营销策略探讨

- 一、电视剧营销的要点及思路分析
- 二、新媒体时代电视剧的营销对策
- 三、我国民营电视剧的营销路径
- 四、我国电视剧营销的未来方向

第六节、重点省级卫视电视剧营销方案

- 一、江苏卫视
- 二、湖南卫视
- 三、东方卫视
- 四、安徽卫视

第七章、电视剧市场的竞争分析

第一节、中美电视剧产业的竞争力评析

- 一、同行业内的竞争能力
- 二、潜在竞争者的进入能力
- 三、替代品的替代能力
- 四、客户的讨价还价能力
- 五、供应商的讨价还价能力

第二节、电视剧制作领域竞争状况

- 一、中国电视剧制作行业竞争格局
- 二、我国电视剧制作机构TOP10排行
- 三、电视剧制作领域的不规范竞争现象
- 四、未来电视剧制作行业竞争形势

第三节、电视剧播出平台竞争状况

- 一、省级卫视电视剧的竞争形态
- 二、各频道电视剧竞争特点分析
- 三、电视剧在卫视竞争中的权重增加
- 四、视频网站与卫视频道电视剧竞争状况
- 五、激烈竞争形势下电视剧生存堪忧

第四节、电视台的电视剧市场竞争战略探索

- 一、重点实施独播剧战略
- 二、自制剧外销及与其他台合作
- 三、创新营销方案并加大广告植入
- 四、探索微剧模式打造新掘金点
- 五、与视频网站携手合作寻求共赢

第八章、电视剧产业的盈利分析

第一节、电视剧的商业特性浅析

- 一、品质特性
- 二、边际成本特性
- 三、产品衍生功能
- 四、成本与效益的关系

第二节、电视剧的盈利渠道分析

- 一、电视剧创造的产品及其赢利方式
- 二、电视剧的近期效益与长远效益
- 三、国产电视剧盈利创新渠道探索

第三节、电视剧制作中的广告植入分析

- 一、国产电视剧植入广告发展现状
- 二、国产电视剧植入广告镜头表现
- 三、国产电视剧植入式广告的机会

第四节、电视剧衍生产业开发思路探索

- 一、书报刊与电子出版物发行
- 二、广播与电影服务
- 三、文艺创作及表演服务
- 四、互联网信息服务
- 五、旅游及娱乐文化服务
- 六、文化产品出租与拍卖服务
- 七、文化用品生产
- 八、版权服务

第九章、电视剧产业的投融资分析

第一节、电视剧行业投资概况

- 一、行业投资环境
- 二、行业投资现状
- 三、行业投资机会

第二节、电视剧项目融资的基本概述

- 一、融资环境
- 二、融资特点
- 三、融资渠道和方式
- 四、融资策略

第三节、电视剧行业融资新趋势分析

- 一、股权融资
- 二、无形资产融资

三、产业内融资

四、政府融资

第四节、电视剧无形资产融资模式

一、信用融资

二、广告融资

三、版权融资

第五节、电视剧产业内融资模式

一、媒介预购融资

二、独播买断融资

三、定制剧融资

第六节、电视剧行业投资风险及建议

一、行业进入壁垒分析

二、投资风险及其原因

三、投资风险规避策略

第十章、重点企业分析

第一节、华谊兄弟传媒股份有限公司

一、公司简介

二、2010年1-12月华谊兄弟经营状况分析

三、2011年1-12月华谊兄弟经营状况分析

四、2012年1-3月华谊兄弟经营状况分析

五、华谊兄弟电视剧业务发展状况

第二节、浙江华策影视股份有限公司

一、公司简介

二、2010年1-12月华策影视经营状况分析

三、2011年1-12月华策影视经营状况分析

四、2012年1-3月华策影视经营状况分析

五、华策影视的发展战略解析

第三节、北京华录百纳影视股份有限公司

一、公司简介

二、2011年1-12月华录百纳经营状况分析

三、2012年1-3月华录百纳经营状况分析

四、华录百纳电视剧业务的竞争力剖析

第四节、中视传媒股份有限公司

一、公司简介

二、2010年1-12月中视传媒经营状况分析

三、2011年1-12月中视传媒经营状况分析

四、2012年1-3月中视传媒经营状况分析

五、中视传媒电视剧业务发展状况

第五节、北京光线传媒股份有限公司

一、公司简介

二、2010年1-12月光线传媒经营状况分析

三、2011年1-12月光线传媒经营状况分析

四、2012年1-3月光线传媒经营状况分析

五、光线传媒电视剧业务发展状况

第六节、乐视网信息技术（北京）股份有限公司

一、公司简介

二、2010年1-12月乐视网经营状况分析

三、2011年1-12月乐视网经营状况分析

四、2012年1-3月乐视网经营状况分析

五、乐视网电视剧业务发展状况

第七节、海润影视制作有限公司

一、公司简介

二、海润影视旗下企业介绍

三、海润影视电视剧业务发展状况

四、海润影视的核心竞争力及发展战略

五、2012年海润影视开启上市征程

第八节、上市公司财务比较分析

一、盈利能力分析

二、成长能力分析

三、营运能力分析

四、偿债能力分析

第十一章、电视剧产业的发展前景及趋势

第一节、电视剧产业发展前景展望

一、电视剧行业发展面临的机遇分析

二、电视剧播出市场容量增长预测

三、中国电视剧行业未来发展空间广阔

四、2013-2017年中国电视剧市场预测分析

第二节、电视剧产业发展趋势及方向

一、电视剧内容制作环节的结构变化趋势

二、电视剧生产制作模式发展方向分析

三、“定制剧”将成电视剧行业发展主流

四、电视剧行业利润水平的变动趋势及原因

图表目录详见报告正文

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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/145664145664.html>