2018年中国影视剧市场分析报告- 行业运营态势与投资前景预测

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年中国影视剧市场分析报告-行业运营态势与投资前景预测》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/326070326070.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

我们梳理爱奇艺、腾讯、优酷三大视频网站17年秋季发布内容和战略，均表示继续增加内容成本，精品化都被提到了很重要的位置：

腾讯视频：2017年9月，腾讯视频会员数量从去年的2000万变为4300万。企鹅影视副总裁韩志杰表示，接下来会加大自制内容的投入，“数量，投入资源的占比，都会比今年有进一步的提升。”在业内合作方面，腾讯视频与正午阳光、慈文传媒、柠萌影业、唐人影视、新丽传媒等制作公司公开了合作计划。

表：腾讯视频2018年电视剧资源汇总 资料来源：观研天下整理

2017年阿里大文娱构建调整已经结束，过去一年，阿里文娱对优酷的支持采取投入无上限的原则。2017年秋集上，优酷公布了“古装传奇、悬疑冒险、女性言情、现代都市、燃血青春”5大类型的剧集内容。

表：表优酷2018年电视剧资源汇总（列出10部，共57部）资料来源：观研天下整理

爱奇艺于2017年iJOY悦享会称2018年的内容投入将超过100亿元。2018年爱奇艺将上线超200部头部内容，涵盖大剧、综艺、娱乐生态内容多领域。另外，爱奇艺强调将AI引入娱乐公司。从母公司财报分析，百度2017年Q1-Q3单季度内容成本分别为26.36亿元、31.12亿元、39亿元，在总营收中所占比例分别为15.6%、14.9%、16.6%，去年同期所占比例分别为8.7%、9.3%、12.1%，主要来自于爱奇艺的内容成本增长。从趋势上看，我们预计2017年全年爱奇艺内容投入超过100亿。

图：13~17Q3百度内容成本 资料来源：观研天下整理

表：爱奇艺2018年电视剧资源汇总（列出10部，共79部）资料来源：观研天下整理

从视频网站的片单看，与2017年片单比较，2018年片单腾讯、优酷自制剧占比有所下降，爱奇艺自制剧占比上升，但总体上17年与18年视频网站的自制剧与版权剧的比例的均为1：1。同时从绝对数量来看，片单公布的项目数量今年相较于去年提高了18%。当前视频的网站的自制剧，基本上是与影视公司深度合作的产物，如爱奇艺向新文化定制电视剧《美人鱼》（4.2亿）、《西游降魔》（2.88亿），均为爱奇艺的自制剧项目，但向电视台端的销售

仍由新文化负责，优质CP在自制剧大潮中好项目仍有较好的收益表现。

表：三大视频网站自制剧版权剧情况 资料来源：观研天下整理

6.2.2.卫视：广告收入面临压力，一线卫视间竞争驱动价格上涨

在一剧两星，以及在观众向互联网转移的趋势下，卫视的广告收入出现了较大的压力。头部大剧的购买范围圈定在了湖南、东方、江苏等一线卫视，卫视在头部剧的采购上争夺依旧激烈，慈文《凉生》以480万/集售卖予湖南卫视（网络端PPTV以1000万/集采购），唐德影视《赢天下》约630万/集售卖予两家卫视（网络端阿里以750万/集采购）。一线卫视对于精品大剧投入还在持续增长，但由于广告收入端面临一定的压力（据CTR数据，17Q3电

视刊例报价同比下滑1.7%)，我们预计接下来在卫视端的价格增长或将趋于缓和。

表：六大卫视2018年片单 资料来源：观研天下整理 观研天下发布的《2018年中国影视剧市场分析报告-行业运营态势与投资前景预测》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。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、影视剧T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 2015-2017年中国影视剧行业发展概述

第一节 影视剧行业发展情况概述

- 一、影视剧行业相关定义
- 二、影视剧行业基本情况介绍
- 三、影视剧行业发展特点分析

第二节 中国影视剧行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、影视剧行业产业链条分析
- 三、中国影视剧行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国影视剧行业生命周期分析

- 一、影视剧行业生命周期理论概述
- 二、影视剧行业所属的生命周期分析

第四节 影视剧行业经济指标分析

- 一、影视剧行业的赢利性分析
- 二、影视剧行业的经济周期分析
- 三、影视剧行业附加值的提升空间分析

第五节 国内影视剧行业进入壁垒分析

- 一、影视剧行业资金壁垒分析
- 二、影视剧行业技术壁垒分析
- 三、影视剧行业人才壁垒分析
- 四、影视剧行业品牌壁垒分析
- 五、影视剧行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球影视剧行业市场发展现状分析

第一节 全球影视剧行业发展历程回顾

第二节 全球影视剧行业市场区域分布情况

第三节 亚洲影视剧行业地区市场分析

- 一、亚洲影视剧行业市场现状分析
- 二、亚洲影视剧行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲影视剧行业市场前景分析

第四节 北美影视剧行业地区市场分析

- 一、北美影视剧行业市场现状分析
- 二、北美影视剧行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美影视剧行业市场前景分析

第五节 欧盟影视剧行业地区市场分析

- 一、欧盟影视剧行业市场现状分析
- 二、欧盟影视剧行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟影视剧行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界影视剧行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球影视剧行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国影视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

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国影视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 中国影视剧产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、影视剧环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国影视剧行业运行情况

第一节 中国影视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 中国影视剧行业市场规模分析

第三节 中国影视剧行业供应情况分析

第四节 中国影视剧行业需求情况分析

第五节 中国影视剧行业供需平衡分析

第六节 中国影视剧行业发展趋势分析

第五章 中国影视剧所属行业运行数据监测

第一节 中国影视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 中国影视剧所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国影视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 2015-2017年中国影视剧市场格局分析

第一节 中国影视剧行业竞争现状分析

一、中国影视剧行业竞争情况分析

二、中国影视剧行业主要品牌分析

第二节 中国影视剧行业集中度分析

一、中国影视剧行业市场集中度分析

二、中国影视剧行业企业集中度分析

第三节 中国影视剧行业存在的问题

第四节 中国影视剧行业解决问题的策略分析

第五节 中国影视剧行业竞争力分析

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 2015-2017年中国影视剧行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国影视剧行业消费特点

第二节 中国影视剧行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第二节 影视剧行业成本分析

第三节 影视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

第四节 中国影视剧行业价格现状分析

第五节 中国影视剧行业平均价格走势预测

一、中国影视剧行业价格影响因素

二、中国影视剧行业平均价格走势预测

三、中国影视剧行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国影视剧行业区域市场现状分析

第一节 中国影视剧行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地影视剧市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区影视剧市场规模分析

四、华东地区影视剧市场规模预测

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、华中地区影视剧市场规模分析

四、华中地区影视剧市场规模预测

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、华南地区影视剧市场规模分析

第九章 2015-2017年中国影视剧行业竞争情况

第一节 中国影视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 中国影视剧行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国影视剧行业竞争环境分析（影视剧T）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 影视剧行业企业分析（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

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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国影视剧行业发展前景分析与预测

第一节 中国影视剧行业未来发展前景分析

一、影视剧行业国内投资环境分析

二、中国影视剧行业市场机会分析

三、中国影视剧行业投资增速预测

第二节中国影视剧行业未来发展趋势预测

第三节中国影视剧行业市场发展预测

- 一、中国影视剧行业市场规模预测
- 二、中国影视剧行业市场规模增速预测
- 三、中国影视剧行业产值规模预测
- 四、中国影视剧行业产值增速预测
- 五、中国影视剧行业供需情况预测

第四节中国影视剧行业盈利走势预测

- 一、中国影视剧行业毛利润同比增速预测
- 二、中国影视剧行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国影视剧行业投资风险与营销分析

第一节 影视剧行业投资风险分析

- 一、影视剧行业政策风险分析
- 二、影视剧行业技术风险分析
- 三、影视剧行业竞争风险分析
- 四、影视剧行业其他风险分析

第二节 影视剧行业企业经营发展分析及建议

- 一、影视剧行业经营模式
- 二、影视剧行业销售模式
- 三、影视剧行业创新方向

第三节 影视剧行业应对策略

- 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2018-2024年中国影视剧行业发展策略及投资建议

第一节 中国影视剧行业品牌战略分析

- 一、影视剧企业品牌的重要性
- 二、影视剧企业实施品牌战略的意义
- 三、影视剧企业品牌的现状分析
- 四、影视剧企业的品牌战略
- 五、影视剧品牌战略管理的策略

第二节中国影视剧行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性

- 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 中国影视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

第十四章 2018-2024年中国影视剧行业发展策略及投资建议

第一节 中国影视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 中国影视剧行业定价策略分析

第二节 中国影视剧行业营销渠道策略

- 一、影视剧行业渠道选择策略
- 二、影视剧行业营销策略

第三节 中国影视剧行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国影视剧行业重点投资区域分析
- 二、中国影视剧行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYGSL）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/326070326070.html>