

中国长视频行业现状深度研究与投资前景分析报告（2024-2031年）

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《中国长视频行业现状深度研究与投资前景分析报告（2024-2031年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202405/706600.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

1、定义及概述

长视频（一般指超过半个小时的视频，以影视剧为主）区别于此前国内众多视频分享网站主打的短视频，与后者多由用户自己制作不同，长视频主要由专业公司完成制作，其版权的获得至关重要。

在产业链方面，长视频行业上游是监管部门，文化部、国家新闻出版广电总局、网信办和公安部等多个监管部门负责对产业链供给端进行监管；产业链中游是内容制作方，内容供给涵盖影视公司、电视台、工作室等制作内容，同时涵盖平台和用户的自制内容；产业链下游是内容聚合方，长视频平台首先聚合丰富的视频内容并向C端用户输出，通过向用户提供付费会员专属权益而获取会员收入，同时基于内容分发向广告主提供广告产品并获取广告收入，此外长视频平台向其他平台二次分发内容获得分销收入，游戏、直播、电商、实景娱乐等方式亦可实现多元变现。

2、规范整顿，驱动长视频行业良性发展

近年来，我国长视频行业内容监管不断收紧，体现为在片酬、饭圈文化、类型题材等方面的全面规管，包括“不得播出偶像养成类节目”、“抵制流量至上、“饭圈”乱象、“耽改”之风等泛娱乐化现象”等规定陆续出台。内容方面，这一阶段创作导向回归主旋律和现实主义题材，长视频平台在内容选择上更加注重投入产出比。因此，为促进长视频行业发展，我国发布了一系列行业政策，比如2023年6月天津市政府发布的《加快建设国际消费中心城市行动方案（2023-2027年）》提出推进视频制播、动漫游戏等新文创产业链建设，提升时尚设计、广告策划、文化创意等产业水平。

我国长视频行业相关政策

发布时间

发布部门

政策名称

政策内容

2022年1月

国务院

“十四五”数字经济发展规划

加强超高清电视普及应用，发展互动视频、沉浸式视频、云游戏等新业态。创新发展“云生活”服务，深化人工智能、虚拟现实、8K高清视频等技术的融合，拓展社交、购物、娱乐、展览等领域的应用，促进生活消费品质升级。

2022年4月

国务院办公厅

国务院办公厅关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见

推进第五代移动通信（5G）、物联网、云计算、人工智能、区块链、大数据等领域标准研制，加快超高清视频、互动视频、沉浸式视频、云游戏、虚拟现实、增强现实、可穿戴等技术标准预研，加强与相关应用标准的衔接配套。

2022年6月

农业农村部办公厅

农业品牌精品培育计划(2022-2025年)

鼓励网络新媒体开展农业品牌推广，采用图文、话题互动、视频、直播等形式多渠道、跨圈层传播。

2022年8月

中共中央办公厅、国务院办公厅

“十四五”文化发展规划

加快发展数字出版、数字影视、数字演播、数字艺术、数字印刷、数字创意、数字动漫、数字娱乐、高新视频等新型文化业态，改造提升传统文化业态，促进结构调整和优化升级。

2022年11月

工业和信息化部、教育部等部门

虚拟现实与行业应用融合发展行动计划（2022—2026年）

面向视频内容、图形渲染及空间计算等虚拟现实特色业务需求，发展融合云计算、边缘计算、沉浸式计算等支撑虚拟现实的多节点算力信息基础设施，实现云网边端的高效安全协同。

2023年1月

中国银保监会办公厅

中国银保监会办公厅关于财产保险业积极开展风险减量服务的意见

鼓励各公司丰富服务提供形式，拓宽服务渠道，加强互联网新媒体运用，可通过文字、图片、视频等形式在官网、APP、微信等平台提供风险减量相关案例和培训，提升风险减量服务的可获得性和便利性。

2023年6月

宁夏回族自治区政府

自治区人民政府关于加强数字政府建设的实施意见

建设全区统一的视频共享平台，统筹融合、迭代升级全区统一的“视频一张网”。

2023年6月

天津市政府

加快建设国际消费中心城市行动方案（2023-2027年）

推进视频制播、动漫游戏等新文创产业链建设，提升时尚设计、广告策划、文化创意等产业水平。

2023年9月

北京市政府

北京市发展和改革委员会关于促进本市会展业高质量发展的若干措施
支持会展企业与视频平台合作，线上线下相融合，拓展受众面。

资料来源：观研天下整理

3、提质减量趋势明显，全年长视频行业播放呈底部回升

2021-2022年，监管政策趋严叠加疫情影响，我国电视剧备案数出现了锐减；进入2023年，得益于疫情后剧集拍摄制作逐步重归正常节奏，推动长视频行业供给迈入修复通道，播放呈底部回升，2023年正片总播放指数达到3861.2万，全国电视剧拍摄制作备案公示剧目共538部，比2022年增加67部。

数据来源：观研天下整理

但是，需要值得注意的是，2023年全年全国生产完成并获得《国产电视剧发行许可证》的剧目156部4632集，与2022年160部5283集相比略有下降，电视剧部数连续十一年递减，集数总量连续八年递减；网播剧集市场有效剧集数量为294部，相较2022年的329部呈10.6%的缩减态势。由此可见，我国长视频行业提质减量趋势明显。

数据来源：观研天下整理

4、拼大剧，内容至上，超级爆款中马太效应加剧

在2023年集均播放指数TOP10榜单中，有5部作品集均播放指数突破2万，与2022年部数相当，其中《狂飙》和《长相思》两部作品集均播放指数均突破3万。不过，10部超级爆款中集均播放指数位列后四位的剧集则均低于去年第10位水平，表明超级爆款间的竞争加剧，马太效应进一步增强，也从深层次上反映了观众对优质内容的品味与标准进一步拔高。

2023年我国集均播放指数排名

剧集

平台

类型

集均播放指数

狂飙

爱奇艺

警匪、刑侦、犯罪

37744

长相思第一季

腾讯视频

神话、古装、爱情

30862

长月烬明

优酷

爱情、仙侠、古装

28524

他是谁

优酷

悬疑、犯罪、刑侦

23024

长风渡

爱奇艺

爱情、古装

20081

偷偷藏不住

优酷

青春、爱情

19717

云之羽

爱奇艺

爱情、古装

17010

宁安如梦

爱奇艺

爱情、剧情、古装

16877

异人之下

优酷

奇幻、剧情

16743

漫长的季节

腾讯视频

剧情、悬疑、家庭

16734

资料来源：观研天下整理

事实上，近两年，资本市场从看重规模到看重盈利，长视频平台也开始一系列降本增效的动作，主要策略是集中人力物力做好内容，重视头部大剧。例如，爱奇艺的内容类型呈金字塔结构，商业片在最下面，占到85%，第二层是有价值表达的东西，也就是平台气质，占到10

%，第三层是做持续形成品牌的大IP，占据4%，最终第四层的1%，是做史诗级作品；腾讯视频提出好内容的三大支柱是，一是有广泛群众基础的大IP的连续开发；二是大艺术家联名款；三是内容领域的稀世珍宝。

5、自制剧成为长视频平台重要的差异化内容抓手

与此同时，2023年，爱奇艺与优酷独播上新剧集数呈现稳健上升态势，部数分别同比增长26.6%和29.8%，而芒果TV与腾讯视频的独播剧集供给则同比有所下滑，其中腾讯视频同比降幅达42.0%，但播放指数同比涨幅高达54.2%，凸显其进一步聚焦超级头部内容的策略成效。由此可见，自制剧有望成为长视频平台在激烈的线上内容与流量竞争中的重要抓手。

数据来源：观研天下整理

6、长视频行业：各大平台探索文旅+影视，发力海外业务

除了上述拼大剧、内容至上策略外，各大平台探索文旅+影视。例如，去年的《去有风的地方》的大理、《繁花》的上海黄河路，几乎每年至少有一部影视剧带火一座城、一条街。文旅+影视作为IP衍生的一种，也成为各大平台方或相关影视公司开设了文旅商业合作部，文旅部门也开辟了影视板块。根据相关人士透露，目前有人正在跟腾讯视频就《斗罗大陆》线下文旅开发做前期合作沟通，也在投资出品一些短剧。在合作模式上，也会有捆绑，比如当地会承担一定的剧集成本，或者把景区运营的一部分股份切割给平台合作方。

此外，各大视频平台也在积极布局海外业务，尤其是在国内视频会员数量破亿、陷入增长难背景下，海外市场成为平台增长新增量。

目前，长视频平台内容出海可大致为三种模式：一是直接出海，即将自身的大剧热综翻译成当地语言，发到海外平台或者自己的国际版；二是与当地平台合作，共同出品、制作或者用当地演员做一部作品，在国内看不到，如《创造营亚洲》、《亚洲超星团》；三是国内版权被海外直接购买，比如《乘风破浪的姐姐

越南版》。不过，现阶段，长视频平台仍然处在小步试水阶段。

7、用技术提速，各大长视频平台开卷AI

随着AI的爆火，尤其是国外文生视频工具Sora的出现，让部分影视从业者感到恐慌，各大长视频平台也在卷AI，出现了AI数字人、AI生成建筑等具体成品。例如，在2024年爱奇艺世界大会上，爱奇艺展示如何用AI为策划、制作、宣发等环节提效。

2024年4月27日，在中关村论坛未来人工智能先锋论坛上，生数科技联合清华大学正式发布中国首个长时长、高一致性、高动态性视频大模型——Vidu。该模型采用团队原创的Diffusion与Transformer融合的架构U-ViT，支持一键生成长达16秒、分辨率达1080P的高清视频内容。2024年1月生数科技在旗下视觉创意设计平台PixWeaver上线短视频生成功能，支持4秒高美学性的短视频内容，3月份内部实现8秒视频生成，4月份突破16秒生成。

目前，AI在影视行业应用已经涵盖了文本、图片、声音、视频四大块，涉及策划、制作、宣发各大环节，以及用户搜索。不过，国内长视频平台对AI的开发和应用仍然主要集中在一些

小点上，处在初级小范围尝试阶段，使用最频繁的是宣发，例如用AI快速生成海报素材，还没触及影视最核心的创意层，尚未达到颠覆的程度。

整体来看，各大长视频平台还在卷，拼着劲研发与内容相关的AI技术，押注对行业长期变化。由此可见，我国长视频行业竞争将依旧激烈。（WYD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国长视频行业现状深度研究与投资前景分析报告（2024-2031年）》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，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。行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国长视频行业发展概述

第一节 长视频行业发展情况概述

一、长视频行业相关定义

二、长视频特点分析

三、长视频行业基本情况介绍

四、长视频行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、长视频行业需求主体分析

第二节中国长视频行业生命周期分析

- 一、长视频行业生命周期理论概述
- 二、长视频行业所属的生命周期分析

第三节长视频行业经济指标分析

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

第二章 2019-2023年全球长视频行业市场发展现状分析

第一节全球长视频行业发展历程回顾

第二节全球长视频行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲长视频行业地区市场分析

- 一、亚洲长视频行业市场现状分析
- 二、亚洲长视频行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲长视频行业市场前景分析

第四节北美长视频行业地区市场分析

- 一、北美长视频行业市场现状分析
- 二、北美长视频行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美长视频行业市场前景分析

第五节欧洲长视频行业地区市场分析

- 一、欧洲长视频行业市场现状分析
- 二、欧洲长视频行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲长视频行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界长视频行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球长视频行业市场规模预测

第三章 中国长视频行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对长视频行业的影响分析

第三节中国长视频行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规
- 三、主要行业标准

第四节政策环境对长视频行业的影响分析

第五节中国长视频行业产业社会环境分析

第四章 中国长视频行业运行情况

第一节 中国长视频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 中国长视频行业市场规模分析

一、影响中国长视频行业市场规模的因素

二、中国长视频行业市场规模

三、中国长视频行业市场规模解析

第三节 中国长视频行业供应情况分析

一、中国长视频行业供应规模

二、中国长视频行业供应特点

第四节 中国长视频行业需求情况分析

一、中国长视频行业需求规模

二、中国长视频行业需求特点

第五节 中国长视频行业供需平衡分析

第五章 中国长视频行业产业链和细分市场分析

第一节 中国长视频行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、长视频行业产业链图解

第二节 中国长视频行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对长视频行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对长视频行业的影响分析

第三节 我国长视频行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国长视频行业市场竞争分析

第一节 中国长视频行业竞争现状分析

一、中国长视频行业竞争格局分析

二、中国长视频行业主要品牌分析

第二节中国长视频行业集中度分析

一、中国长视频行业市场集中度影响因素分析

二、中国长视频行业市场集中度分析

第三节中国长视频行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国长视频行业模型分析

第一节中国长视频行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国长视频行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国长视频行业SWOT分析结论

第三节中国长视频行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国长视频行业需求特点与动态分析

第一节中国长视频行业市场动态情况

第二节中国长视频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

第三节长视频行业成本结构分析

第四节长视频行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

第五节中国长视频行业价格现状分析

第六节中国长视频行业平均价格走势预测

- 一、中国长视频行业平均价格趋势分析
- 二、中国长视频行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国长视频行业所属行业运行数据监测

第一节中国长视频行业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

第二节中国长视频行业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

第三节中国长视频行业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

第十章 2019-2023年中国长视频行业区域市场现状分析

第一节中国长视频行业区域市场规模分析

- 一、影响长视频行业区域市场分布的因素
- 二、中国长视频行业区域市场分布

第二节中国华东地区长视频行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区长视频行业市场分析

(1) 华东地区长视频行业市场规模

(2) 华东地区长视频行业市场现状

(3) 华东地区长视频行业市场规模预测

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、华中地区长视频行业市场分析

(1) 华中地区长视频行业市场规模

(2) 华中地区长视频行业市场现状

(3) 华中地区长视频行业市场规模预测

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、华南地区长视频行业市场分析

(1) 华南地区长视频行业市场规模

(2) 华南地区长视频行业市场现状

(3) 华南地区长视频行业市场规模预测

第五节华北地区长视频行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区长视频行业市场分析

(1) 华北地区长视频行业市场规模

(2) 华北地区长视频行业市场现状

(3) 华北地区长视频行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区长视频行业市场分析

(1) 东北地区长视频行业市场规模

(2) 东北地区长视频行业市场现状

(3) 东北地区长视频行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区长视频行业市场分析
 - (1) 西南地区长视频行业市场规模
 - (2) 西南地区长视频行业市场现状
 - (3) 西南地区长视频行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区长视频行业市场分析
 - (1) 西北地区长视频行业市场规模
 - (2) 西北地区长视频行业市场现状
 - (3) 西北地区长视频行业市场规模预测

第十一章长视频行业企业分析（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、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国长视频行业发展前景分析与预测

第一节 中国长视频行业未来发展前景分析

一、长视频行业国内投资环境分析

二、中国长视频行业市场机会分析

三、中国长视频行业投资增速预测

第二节 中国长视频行业未来发展趋势预测

第三节 中国长视频行业规模发展预测

一、中国长视频行业市场规模预测

二、中国长视频行业市场规模增速预测

三、中国长视频行业产值规模预测

四、中国长视频行业产值增速预测

五、中国长视频行业供需情况预测

第四节 中国长视频行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国长视频行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国长视频行业进入壁垒分析

一、长视频行业资金壁垒分析

二、长视频行业技术壁垒分析

三、长视频行业人才壁垒分析

四、长视频行业品牌壁垒分析

五、长视频行业其他壁垒分析

第二节 长视频行业风险分析

一、长视频行业宏观环境风险

二、长视频行业技术风险

三、长视频行业竞争风险

四、长视频行业其他风险

第三节 中国长视频行业存在的问题

第四节 中国长视频行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国长视频行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国长视频行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国长视频行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节长视频行业营销策略分析

一、长视频行业产品策略

二、长视频行业定价策略

三、长视频行业渠道策略

四、长视频行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202405/706600.html>