

# 2020-2026年中国电视剧行业 发展态势与市场运营趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国电视剧行业发展态势与市场运营趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202007/175735.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

2017年电视剧甲种制作许可证机构数量下降；2010-2017年电视剧备案总数年复合增速4.5%，整体趋于稳定；电视剧发行数量下降，发行率逐年递减。2010-2017年电视剧制作许可证（甲种）机构2010-2017年电视剧备案及获准发行数量情况

中企顾问网发布的《2020-2026年中国电视剧行业发展态势与市场运营趋势报告》共十四章。首先介绍了中国电视剧行业市场发展环境、电视剧整体运行态势等，接着分析了中国电视剧行业市场运行的现状，然后介绍了电视剧市场竞争格局。随后，报告对电视剧做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国电视剧行业发展趋势与投资预测。您若想对电视剧产业有个系统的了解或者想投资中国电视剧行业，本报告是您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。

报告目录：

### 第1章：中国电视剧行业发展综述

#### 1.1 中国电视剧行业发展现状全国国产电视剧发行许可证颁发情况

##### 1.1.1 电视剧行业发展规模

- (1) 电视剧制作机构规模
- (2) 电视剧申报数量规模
- (3) 电视剧完成数量规模

##### 1.1.2 电视剧行业进口情况

- (1) 进口剧播放情况
- (2) 进口剧题材类型
- (3) 进口剧收视情况

##### 1.1.3 电视剧行业竞争格局

- (1) 频道收视份额两极化
- (2) 强势频道垄断化格局
- (3) 电视剧制作机构高度分散
- (4) 行业新进入者不断涌现

##### 1.1.4 电视剧行业现存问题解析

- (1) 行业资本泡沫多
- (2) 电视剧出口不力
- 1.1.5 电视剧行业转型升级必要性
- 1.2 电视剧行业政策环境分析
  - 1.2.1 行业主管部门
  - 1.2.2 行业监管体制
  - 1.2.3 行业法规及政策
- 1.3 电视剧行业影响因素分析
  - 1.3.1 宏观经济因素分析
    - (1) 宏观经济发展情况
    - (2) 宏观经济与电视剧行业相关性
  - 1.3.2 行业消费现状分析
    - (1) 电视综合人口覆盖率分析
    - (2) 电视剧消费形式分析
    - (3) 电视剧消费现状评价
  - 1.3.3 行业技术现状分析
    - (1) 广播电视传输技术分析
    - (2) 数字电视技术发展分析

## 第2章：全媒体时代电视剧转型升级分析

- 2.1 全媒体时代电视剧产业链
  - 2.1.1 全媒体电视剧产业链简介
  - 2.1.2 全媒体电视剧产业链上游
    - (1) 全媒体时代电视剧的创作
    - (2) 全媒体时代电视剧的制作
  - 2.1.3 全媒体电视剧产业链下游
    - (1) 全媒体时代电视剧的传播
    - (2) 全媒体时代电视剧的营销
    - (3) 全媒体时代电视剧收看特征
- 2.2 全媒体时代电视剧价值链
  - 2.2.1 全媒体电视剧价值链构成
  - 2.2.2 全媒体电视剧盈利模式转变

## 2.3 全媒体时代电视剧市场格局

### 2.3.1 全媒体电视剧制作格局

- (1) 电视剧制作主体多元化
- (2) 电视剧制作流程更加开放
- (3) 电视剧跨媒体制作更加频繁

### 2.3.2 全媒体电视剧收视格局

- (1) 电视剧播出平台竞争更加激烈
- (2) 播出平台差异化发展格局逐步形成
- (3) 电视剧参与式收看更加普遍
- (4) 电视剧社会化收看成为潮流
- (5) 电视剧收看终端的融合化

## 2.4 全媒体时代电视剧创新策略

### 2.4.1 内容为王，打造电视剧精品

### 2.4.2 电视剧制播模式多样化发展

### 2.4.3 提高编剧在电视剧制作过程中的地位

## 第3章：国外电视剧行业转型升级与经验借鉴

### 3.1 全球电视剧行业转型升级分析

#### 3.1.1 全球电视剧发展概况

- (1) 全球所有节目类型
- (2) 全球人均收视时间
- (3) 全球电视剧竞争格局

#### 3.1.2 全球电视剧转型趋势

### 3.2 美国电视剧行业转型升级分析

#### 3.2.1 美国电视剧行业概况

- (1) 美国电视剧主要类型
- (2) 美国电视剧产量与结构
- (3) 美国电视剧市场格局

#### 3.2.2 美国电视剧产业链的转变

#### 3.2.3 美国电视剧盈利模式转变

#### 3.2.4 美国电视剧创作的转型升级

### 3.3 韩国电视剧行业转型升级分析

### 3.3.1 韩国电视剧行业概况

#### (1) 韩国电视剧制作机构

#### (2) 韩国电视剧产量分析

### 3.3.2 韩剧类型与播出特点

### 3.3.3 韩国电视剧创作的转型升级

## 3.4 日本电视剧行业转型升级分析

### 3.4.1 日本电视剧行业概况

### 3.4.2 日本电视剧播放模式分析

### 3.4.3 日本电视剧创作的转型升级

## 3.5 国外电视剧转型升级经验借鉴

### 3.5.1 电视剧投资规模经验借鉴

### 3.5.2 电视剧编剧地位经验借鉴

### 3.5.3 电视剧制播模式经验借鉴

### 3.5.4 电视剧文化折扣度经验借鉴

### 3.5.5 电视剧产业链延伸经验借鉴

## 第4章：中国电视剧制播体制转型升级与实践

### 4.1 电视剧制播体制转变概况

#### 4.1.1 制播合一

#### 4.1.2 制播分离

#### 4.1.3 制播合作

### 4.2 电视剧制播分离实践分析

#### 4.2.1 制播分离政策导向

#### 4.2.2 制播分离模式分析

##### (1) 栏目承包制

##### (2) 节目购买型

##### (3) 全频道制播分离

##### (4) 整体制播分离型

#### 4.2.3 制播分离成功案例分析

##### (1) 体制内分离：上海文广转企改制

##### (2) 体制外分离：《中国好声音》

#### 4.2.4 电视剧制播分离现存问题

## 4.3 电视剧制播合作实践分析

### 4.3.1 制播合作的重要性解析

### 4.3.2 制播合作实践案例分析

#### (1) 制播合作的自制剧

#### (2) 制播合作的周播剧

### 4.3.3 制播合作的前景展望

## 第5章：中国电视剧创作转型升级与案例分析

### 5.1 电视剧创作现状分析

#### 5.1.1 当前电视剧主要题材

#### 5.1.2 当前电视剧题材特征

### 5.2 电视剧美学风格转型

#### 5.2.1 电视剧理念的平民化

#### 5.2.2 电视剧风格的娱乐化

#### 5.2.3 电视剧内容的纪实化

#### 5.2.4 电视剧人物“新英雄化”

### 5.3 定制电视剧实践分析

#### 5.3.1 定制剧发展概况

#### 5.3.2 定制剧成功案例

#### 5.3.3 定制剧前景预测

### 5.4 “美剧模式”转型分析

#### 5.4.1 《宝贝》美剧模式分析

##### (1) 电视剧简介

##### (2) “美剧”模式表现

#### 5.4.2 《好家伙》美剧模式分析

##### (1) 电视剧简介

##### (2) “美剧”模式表现

#### 5.4.3 《龙门镖局》美剧模式分析

##### (1) 电视剧简介

##### (2) “美剧”模式表现

### 5.5 热播电视剧创作特征分析

#### 5.5.1 《北京爱情故事》

- (1) 电视剧简介
- (2) 电视剧创作特征
- (3) 电视剧创作经验总结

#### 5.5.2 《人到四十》

- (1) 电视剧简介
- (2) 电视剧创作特征
- (3) 电视剧创作经验总结

#### 5.5.3 《北京青年》

- (1) 电视剧简介
- (2) 电视剧创作特征

#### 5.5.4 《木府风云》

- (1) 电视剧简介
- (2) 电视剧创作特征
- (3) 电视剧创作经验总结

#### 5.5.5 《誓言今生》

- (1) 电视剧简介
- (2) 电视剧创作特征
- (3) 电视剧创作经验总结

### 第6章：中国电视剧营销转型升级与案例分析

#### 6.1 电视剧播出模式转型升级分析

##### 6.1.1 台网同步播出

##### 6.1.2 先网后台播出

##### 6.1.3 网络独家播出

#### 6.2 电视剧海外传播转型升级分析

##### 6.2.1 中国电视剧海外传播历程

##### 6.2.2 中国电视剧海外传播现状

###### (1) 中国电视剧海外传播规模

###### (2) 中国电视剧海外传播地区

###### (3) 中国电视剧海外传播内容

###### (4) 中国电视剧海外传播总况

##### 6.2.3 电视剧海外传播现存问题

## 6.3 电视剧传播与营销转型升级策略

### 6.3.1 电视剧海外传播策略分析

### 6.3.2 营销转型升级：全产业链营销

## 6.4 近年热播电视剧营销实践分析

### 6.4.1 《蜗居》：多元化营销

(1) 电视剧营销主体

(2) 电视剧营销内容

(3) 电视剧营销渠道

(4) 电视剧营销模式

(5) 电视剧营销经验

### 6.4.2 《断刺》：差异化营销

(1) 电视剧营销定位

(2) 电视剧营销渠道

(3) 电视剧营销模式

### 6.4.3 《步步惊心》：病毒式营销

(1) 电视剧营销定位

(2) 电视剧营销渠道

(3) 电视剧营销模式

### 6.4.4 《宫锁心玉》：全媒体营销

(1) 电视剧营销定位

(2) 电视剧营销模式

### 6.4.5 《甄嬛传》：整合式营销

(1) 电视剧营销对象

(2) 电视剧营销内容

(3) 电视剧营销模式

## 第7章：中国网络电视剧发展实践与案例分析

### 7.1 中国网络电视剧观众分析

#### 7.1.1 网络电视剧观众数量

#### 7.1.2 网络电视剧观众结构

(1) 性别结构

(2) 学历结构

### (3) 年龄结构

#### 7.1.3 网民最关注电视剧分析

### 7.2 网络电视剧盈利模式分析

#### 7.2.1 广告模式

#### 7.2.2 用户付费模式 (B2C)

#### 7.2.3 版权营销模式 (B2B)

#### 7.2.4 视频增值服务模式

### 7.3 网络自制剧现状与案例分析

#### 7.3.1 网络自制剧的缘起

#### 7.3.2 近年主要网络自制剧

#### 7.3.3 网络自制剧基本盈利模式：整合营销

#### 7.3.4 网路自制剧成功案例分析

##### (1) 《泡芙小姐》

##### (2) 《秘密天使》

##### (3) 《屌丝男士》

#### 7.3.5 网络自制剧趋势分析

### 7.4 网络电视剧与传统电视剧收视对比

#### 7.4.1 双屏用户热播电视剧收看方式

#### 7.4.2 不同年龄段双屏用户热播剧收看方式

#### 7.4.3 不同学历双屏用户热播剧收看方式

#### 7.4.4 双屏选择影响因素

## 第8章：中国电视剧行业投融资转型升级分析

### 8.1 电视剧行业融资转型升级分析

#### 8.1.1 电视剧融资环境转变

#### 8.1.2 电视剧融资模式转变

##### (1) 电视剧市场影响力融资

##### (2) 电视剧植入广告融资

##### (3) 电视剧版权抵押融资

##### (4) 电视剧版权信托融资

### 8.2 电视剧行业投资价值与投资机会

#### 8.2.1 电视剧行业投资价值

- (1) 电视剧需求空间巨大
- (2) 电视剧投入回报率较高
- (3) 行业具备中长期投资价值

#### 8.2.2 电视剧行业投资机会

- (1) 精品剧投资机会大
- (2) 卫视黄金档存投资机会
- (3) 新媒体电视剧投资机会

### 第9章：中国领先电视剧制作机构转型升级实践

#### 9.1 中国电视剧制作机构总体概况

#### 9.2 领先民营电视剧制作机构转型升级实践

##### 9.2.1 浙江华策影视股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- (4) 企业电视剧制作转型升级实践
- (5) 企业最新发展动向

##### 9.2.2 华谊兄弟传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- (4) 企业电视剧制作转型升级实践
- (5) 企业最新发展动向

##### 9.2.3 中视传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- (4) 企业电视剧制作转型升级实践
- (5) 企业最新发展动向

##### 9.2.4 北京光线传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析

- (3) 企业经营优劣势分析
- (4) 企业电视剧制作转型升级实践
- (5) 企业最新发展动向

#### 9.2.5 海润影视集团有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- (4) 企业电视剧制作转型升级实践
- (5) 企业最新发展动向

#### 9.2.6 世纪长龙影视股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- (4) 企业电视剧制作转型升级实践

#### 9.2.7 北京慈文影视制作有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- (4) 企业电视剧制作转型升级实践

#### 9.2.8 金英马影视文化股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业经营优劣势分析
- (5) 企业电视剧制作转型升级实践
- (6) 企业最新发展动向

#### 9.2.9 北京荣信达影视艺术有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业经营优劣势分析
- (5) 企业电视剧制作转型升级实践

#### 9.2.10 广东强视影业传媒有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- (4) 企业电视剧制作转型升级实践
- (5) 企业最新发展动向

#### 9.3 主要国有电视剧制作机构转型升级实践

##### 9.3.1 中国电视剧制作中心有限责任公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业经营优劣势分析
- (5) 企业电视剧制作转型升级实践
- (6) 企业最新发展动向

##### 9.3.2 中国国际电视总公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业经营优劣势分析
- (5) 企业电视剧制作转型升级实践
- (6) 企业最新发展动向

##### 9.3.3 湖南经视文化传播有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- (4) 企业电视剧制作转型升级实践
- (5) 企业最新发展动向

##### 9.3.4 大连天歌传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业电视剧制作转型升级实践

### 9.3.5 上海电影（集团）有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业运营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

(4) 企业电视剧制作转型升级实践

(5) 企业最新发展动向

## 第10章：中国主要电视剧播放平台转型升级实践

### 10.1 中国电视剧播放平台总体概况

### 10.2 主要电视台电视剧转型升级实践

#### 10.2.1 中央电视台

(1) 电视台发展简况分析

(2) 电视台运营情况分析

(3) 电视台组织架构分析

(4) 电视台电视剧播放转型升级实践

(5) 电视台最新发展动向

#### 10.2.2 北京电视台

(1) 电视台发展简况分析

(2) 电视台运营情况分析

(3) 电视台组织架构分析

(4) 电视台电视剧播放转型升级实践

#### 10.2.3 山东电视台

(1) 电视台发展简况分析

(2) 电视台覆盖范围分析

(3) 电视台组织架构分析

(4) 电视台电视剧播放转型升级实践

#### 10.2.4 浙江电视台

(1) 电视台发展简况分析

(2) 电视台运营情况分析

(3) 电视台组织架构分析

(4) 电视台电视剧播放转型升级实践

#### 10.2.5 湖南电视台

- (1) 电视台发展简况分析
- (2) 电视台运营情况分析
- (3) 电视台组织架构分析
- (4) 电视台电视剧播放转型升级实践

#### 10.2.6 安徽电视台

- (1) 电视台发展简况分析
- (2) 电视台运营情况分析
- (3) 电视台组织架构分析
- (4) 电视台电视剧播放转型升级实践

#### 10.2.7 江苏电视台

- (1) 电视台发展简况分析
- (2) 电视台运营情况分析
- (3) 电视台组织架构分析
- (4) 电视台电视剧播放转型升级实践

#### 10.2.8 上海电视台

- (1) 电视台发展简况分析
- (2) 电视台运营情况分析
- (3) 电视台组织架构分析
- (4) 电视台电视剧播放转型升级实践

#### 10.2.9 川电视台

- (1) 电视台发展简况分析
- (2) 电视台运营情况分析
- (3) 电视台组织架构分析
- (4) 电视台电视剧播放转型升级实践

### 10.3 电视剧主要网络平台转型升级实践

#### 10.3.1 乐视网

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业发展战略分析
- (4) 企业经营优劣势分析
- (5) 企业最新发展动向

### 10.3.2 奇艺网

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业发展战略分析
- (4) 企业经营优劣势分析
- (5) 企业最新发展动向

### 10.3.3 QQlive

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业发展战略分析
- (4) 企业经营优劣势分析
- (5) 企业最新发展动向

### 10.3.4 优酷土豆

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业发展战略分析
- (4) 企业经营优劣势分析
- (5) 企业最新发展动向

### 10.3.5 搜狐网

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业发展战略分析
- (4) 企业经营优劣势分析
- (5) 企业最新发展动向

### 10.3.6 激动网

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- (4) 企业电视剧播放转型升级实践
- (5) 企业最新发展动向

### 10.3.7 PPTV

- (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- (4) 企业电视剧播放转型升级实践
- (5) 企业最新发展动向

#### 10.3.8 迅雷看看

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- (4) 企业电视剧播放转型升级实践
- (5) 企业最新发展动向

#### 10.3.9 暴风影音

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- (4) 企业电视剧播放转型升级实践

#### 10.3.10 PPStream

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- (4) 企业电视剧播放转型升级实践
- (5) 企业最新发展动向

#### 图表目录：

图表1：中国电视剧制作机构数量变化（单位：家）

图表2：全国电视剧拍摄制作备案申报公示的剧目数量（单位：部，集）

图表3：全国申报拍摄制作的电视剧数量对比（单位：部，集）

图表4：生产完成并取得发行许可证电视剧部数与集数（单位：部，集）

图表5：生产完成并获得发行许可证剧目部数与集数对比（单位：部，集）

图表6：80城市主要产地电视剧播出比重（全天）（单位：%）

图表7：各级频道电视剧收视份额（单位：%）

图表8：晚间时段（18:00-24:00）80城市收视前20名电视剧来自频道数（单位：个，%）

图表9：卫视频道收视前50名的电视剧分布频道数（单位：个）

图表10：国内电视剧制作机构产量占比及收入占比情况（单位：部，集，亿元，%）

图表11：近年涌入影视剧制作行业的各类机构

图表12：电视剧行业主管部门职能简介

图表13：电视剧行业主要监管体制简介

图表14：中国电视剧行业主要法律法规和政策

图表15：中国国内生产总值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表16：宏观经济预测（单位：%）

图表17：中国电视综合人口覆盖率及变化（单位：%）

图表18：我国电视剧观众免费频道消费形式简析

图表19：网络视频用户数及使用率（单位：万人，%）

图表20：中国电视剧消费现状整体评价

图表21：广播电视传输技术专利申请量年度变化趋势（单位：件）

图表22：广播电视传输技术专利数量相对增长变化情况（单位：件，%）

图表23：广播电视传输技术专利申请人构成分析

图表24：广播电视传输技术专利申请人IPC技术差异分析（单位：件）

图表25：广播电视传输IPC技术构成情况

图表26：新数字媒体时代下的电视产品

图表27：数字电视技术对电视剧行业的影响分析

图表28：全媒体时代的电视剧行业产业链结构图

图表29：全媒体时代电视剧产业价值链重构图

图表30：全媒体时代电视剧行业盈利模式转变简析

图表31：全媒体时代电视剧制作主体多元化的表现

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/175735.html>