

# 2020-2026年中国网络剧市场发展趋势与投资战略研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2020-2026年中国网络剧市场发展趋势与投资战略研究报告》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.abaogao.com/b/chuanmei/4410432HU5.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

网络剧是专门为电脑网络制作的，通过互联网播放的一类网络连续剧。与电视剧一样，网络剧一般分单元剧和连续剧。

网络剧与电视剧的区别主要是播放媒介不同。传统电视剧的播放媒介主要为电视，网络剧的主要播放媒介是电脑、手机、平板电脑等网络设备。2015-2019年上半年网络剧播与播放量走势2015-2019年上半年悬疑剧播与网络剧播放量占比

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国网络剧市场发展趋势与投资战略研究报告》共十三章。首先介绍了中国网络剧行业市场发展环境、网络剧整体运行态势等，接着分析了中国网络剧行业市场运行的现状，然后介绍了网络剧市场竞争格局。随后，报告对网络剧做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网络剧行业发展趋势与投资预测。您若想对网络剧产业有个系统的了解或者想投资中国网络剧行业，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：

### 第一章 网络剧相关概述

#### 1.1 网络剧产业概念及特征

##### 1.1.1 网络剧的定义

##### 1.1.2 网络剧的特征

#### 1.2 网络剧与传统电视剧的比较优势

##### 1.2.1 内容优势

##### 1.2.2 平台优势

##### 1.2.3 制作成本优势

#### 1.3 网络剧产业发展历程

##### 1.3.1 孕育期

##### 1.3.2 突破期

##### 1.3.3 爆发期

#### 1.4 网络剧产业链分析

##### 1.4.1 产业链概述

##### 1.4.2 制作端

#### 1.4.3 渠道端

#### 1.4.4 衍生市场

### 第二章 2014-2019年国际网络剧产业分析及经验借鉴

#### 2.1 2014-2019年国际网络剧产业发展状况

##### 2.1.1 网络剧制作的主体

##### 2.1.2 网剧制作竞争格局

##### 2.1.3 网剧制作商业价值

#### 2.2 2014-2019年美国网络剧产业发展分析

##### 2.2.1 网络剧发展历程

##### 2.2.2 网络剧市场现状

##### 2.2.3 网络剧成功经验

#### 2.3 2014-2019年韩国网络剧产业发展分析

##### 2.3.1 网络剧制作特点

##### 2.3.2 网络剧发展模式

##### 2.3.3 网络剧市场现状

##### 2.3.4 网剧衍生市场亮点

#### 2.4 Netflix模式深度分析

##### 2.4.1 Netflix发展综述

##### 2.4.2 转型互联网业务

##### 2.4.3 原创网生内容模式

### 第三章 2014-2019年中国网络剧所属产业发展驱动力分析

#### 3.1 政策监管持续加大

##### 3.1.1 文化产业迎发展良机

##### 3.1.2 “一剧两星”政策助推

##### 3.1.3 网络剧监管政策变迁

##### 3.1.4 网络剧监管政策动态

#### 3.2 经济发展迎来更开放的消费人群

##### 3.2.1 可支配收入提升

##### 3.2.2 现代消费成新动力

##### 3.2.3 宏观经济发展趋势

- 3.3 新生代进击年轻态开启
  - 3.3.1 90、00后文娱消费崛起
  - 3.3.2 互联网付费习惯养成
  - 3.3.3 粉丝经济效应助推
- 3.4 技术发展拉动观剧需求
  - 3.4.1 互联网渗透率提升
  - 3.4.2 移动技术发展推动
  - 3.4.3 网络共享重构连接
  - 3.4.4 大数据引导网剧方向

#### 第四章 2014-2019年中国网络剧所属产业深度分析

- 4.1 2014-2019年中国网络剧产业发展综述
  - 4.1.1 网络剧内在动力
  - 4.1.2 网络剧题材新颖
  - 4.1.3 盈利模式多样化
- 4.2 2014-2019年中国网络剧产业发展现状
  - 4.2.1 网络剧产业现状2015-2019年网络渠道和电视台渠道悬疑IP剧播放情况
  - 4.2.2 网络剧产业特征
  - 4.2.3 网络剧数量分析
  - 4.2.4 网络剧类型分析
- 4.3 2014-2019年中国网络剧产业发展模式分析
  - 4.3.1 全产业链运营
  - 4.3.2 网络付费模式
  - 4.3.3 版权输出模式
  - 4.3.4 内容定制模式
  - 4.3.5 IP孵化模式
  - 4.3.6 模式创新方向
- 4.4 中国网络剧产业发展存在的问题分析
  - 4.4.1 同质化的严重
  - 4.4.2 质量参差不齐
  - 4.4.3 题材过于集中
  - 4.4.4 广告制作粗糙

#### 4.4.5 其他问题分析

### 4.5 中国网络剧产业发展策略分析

#### 4.5.1 精品化内容制作

#### 4.5.2 大众文化风格路线

#### 4.5.3 提升制作技术路线

#### 4.5.4 确定标准评估路线

#### 4.5.5 创新发展模式路线

#### 4.5.6 其他发展策略分析

## 第五章 2014-2019年中国网络剧所属市场现状分析

### 5.1 2014-2019年中国网络剧市场受众分析

#### 5.1.1 用户对比分析

#### 5.1.2 内容对比分析

#### 5.1.3 需求及偏好分析

#### 5.1.4 行为及渠道分析

### 5.2 2014-2019年中国网络剧市场热度分析

#### 5.2.1 点击量排行分析

#### 5.2.2 网络剧内容分布

#### 5.2.3 投资与开发分析

#### 5.2.4 平台运营分析

### 5.3 2014-2019年中国网剧IP价值对比分析

#### 5.3.1 电影类IP价值

#### 5.3.2 电视剧IP价值

#### 5.3.3 网络剧IP价值

#### 5.3.4 IP稳定性对比

### 5.4 2014-2019年中国网络剧剧二代市场发展分析

#### 5.4.1 剧二代数量分析

#### 5.4.2 剧二代结构分类

#### 5.4.3 剧二代版权来源

#### 5.4.4 剧二代题材统计

#### 5.4.5 各大平台表现

#### 5.4.6 经典剧二代分析

## 第六章 2014-2019年中国网络剧内容所属行业市场发展分析

### 6.1 2014-2019年中国网络文学市场发展综述

#### 6.1.1 网络文学综况

#### 6.1.2 网络文学发展历程

#### 6.1.3 网络文学发展背景

### 6.2 2014-2019年中国网络文学市场发展现状

#### 6.2.1 市场发展规模

#### 6.2.2 强势资本介入

#### 6.2.3 市场发展态势

### 6.3 2014-2019年中国网络文学市场发展模式分析

#### 6.3.1 市场初期运营模式

#### 6.3.2 行业全版权运营模式

#### 6.3.3 全版权运营模式现状

### 6.4 2014-2019年中国网络文学市场竞争分析

#### 6.4.1 市场竞争现状

#### 6.4.2 PC端竞争格局

#### 6.4.3 移动端竞争格局

## 第七章 2014-2019年中国网络剧制作市场全面分析

### 7.1 2014-2019年中国网络剧制作市场格局分析

#### 7.1.1 网络剧竞争主体

#### 7.1.2 制作端竞争现状

#### 7.1.3 网络剧市场格局

#### 7.1.4 制作主体市场份额

### 7.2 2014-2019年传统影视公司网络剧市场分析

#### 7.2.1 传统影视公司优势

#### 7.2.2 网络剧资源储量

#### 7.2.3 网络剧制作数量

#### 7.2.4 布局发展方向

### 7.3 2014-2019年视频网站网络剧制作市场分析

#### 7.3.1 BAT网络巨头布局

7.3.2 优酷土豆网剧战略

7.3.3 爱奇艺网剧布局

7.3.4 腾讯视频网剧战略

7.3.5 搜狐视频网剧精品化

7.3.6 乐视锁定网剧细分市场

7.4 2014-2019年新兴影视公司网络剧制作市场分析

7.4.1 市场主体分析

7.4.2 PGC内容制作

第八章 2014-2019年中国网络剧渠道市场综合分析

8.1 2014-2019年中国网络剧渠道市场综述

8.1.1 发行渠道分析

8.1.2 渠道盈利模式

8.1.3 渠道端竞争格局

8.2 2014-2019年中国在线视频市场发展分析

8.2.1 在线视频行业规模

8.2.2 视频网站盈利模式

8.2.3 在线视频用户付费

8.2.4 平台差异化竞争战略

8.3 2014-2019年中国电视台市场发展分析

8.3.1 传统电视台优势渐失

8.3.2 网剧反输电视台

8.3.3 网剧进台突破点

8.3.4 网台合作模式分析

第九章 2014-2019年中国网络剧衍生市场深度分析

9.1 2014-2019年中国网络剧衍生市场发展现状

9.1.1 市场发展综述

9.1.2 网剧变现模式

9.1.3 网剧多渠道变现

9.2 2014-2019年中国网络剧电影市场发展分析

9.2.1 网剧衍生大电影市场现状



- 9.2.2 网剧大电影市场规模
- 9.2.3 互联网电影市场崛起
- 9.2.4 掘金网络大电影市场
- 9.3 2014-2019年中国网络剧游戏市场发展分析
  - 9.3.1 网剧游戏联动市场
  - 9.3.2 台影游联动新模式
  - 9.3.3 网剧改编手游现状
- 9.4 2014-2019年中国商业定制网络剧市场发展分析
  - 9.4.1 市场发展现状
  - 9.4.2 行业分布状况
  - 9.4.3 与传统电视广告对比
  - 9.4.4 品牌分布分析
  - 9.4.5 播放平台分析
  - 9.4.6 制作平台分析
- 9.5 2014-2019年中国网络剧电商合作发展分析
  - 9.5.1 网剧电商合作现状
  - 9.5.2 网剧电商营销主体
  - 9.5.3 网剧创新电商营销
- 9.6 2014-2019年中国网络剧其他衍生市场发展分析
  - 9.6.1 综艺节目衍生网剧
  - 9.6.2 泛二次元网剧市场
  - 9.6.3 网剧衍生番外市场

## 第十章 2014-2019年中国网络剧产业营销分析

- 10.1 2014-2019年中国网络剧营销内容分析
  - 10.1.1 营销方式对比
  - 10.1.2 网络剧营销优势
  - 10.1.3 网络剧营销方式
- 10.2 2014-2019年中国网络剧营销案例分析
  - 10.2.1 《老九门》
  - 10.2.2 《如果蜗牛有爱情》
  - 10.2.3 《最好的我们》

10.2.4 《法医秦明》

10.2.5 《太子妃升职记》

10.3 2014-2019年中国在线视频企业创新营销产品案例分析

10.3.1 爱奇艺

10.3.2 合一集团

10.3.3 乐视

10.4 中国网络剧产业营销策略分析

10.4.1 网络剧营销战略

10.4.2 网络剧传播策略

10.4.3 影视跨界营销策略

第十一章 2014-2019年中国网络剧产业重点企业综合分析

11.1 慈文传媒

11.1.1 企业发展概况

11.1.2 慈文传媒转型

11.1.3 网络剧业务分析

11.1.4 互联网下的盈利模式

11.2 华策影视

11.2.1 企业发展概况

11.2.2 “SIP+X”战略

11.2.3 未来影视计划

11.2.4 经营效益分析

11.3 鹿港科技

11.3.1 企业发展概况

11.3.2 互联网影视布局

11.3.3 经营效益分析

11.3.4 业务经营分析

11.4 骅威股份

11.4.1 企业发展概况

11.4.2 影视业务布局

11.4.3 经营效益分析

11.4.4 业务经营分析

## 11.5 欢瑞世纪

### 11.5.1 企业发展概况

### 11.5.2 企业发展布局

### 11.5.3 业务发展优势

### 11.5.4 借壳上市进程

## 11.6 唐人影视

### 11.6.1 企业发展概况

### 11.6.2 影视版迪斯尼模式

### 11.6.3 造星梦工厂

## 11.7 上市公司财务比较分析

### 11.7.1 盈利能力分析

### 11.7.2 成长能力分析

### 11.7.3 运营能力分析

### 11.7.4 偿债能力分析

## 第十二章 2014-2019年中国网络剧产业投资潜力分析及风险预警

### 12.1 2014-2019年中国传媒影视行业投融资状况

#### 12.1.1 海外影视并购总额

#### 12.1.2 国内影视并购总额

#### 12.1.3 行业投资并购特征

### 12.2 2014-2019年中国网络剧市场投融资分析

#### 12.2.1 网剧市场投资总额

#### 12.2.2 网剧市场投资态势

#### 12.2.3 网剧专项基金成立

### 12.3 2014-2019年中国网剧市场投资热点分析

#### 12.3.1 网络剧投资方向

#### 12.3.2 产业链投资机会

#### 12.3.3 网络剧内容投资

#### 12.3.4 网剧内容投资热点

### 12.4 中国网络剧产业投资风险分析

#### 12.4.1 政策监管风险

#### 12.4.2 影视剧适销性风险

12.4.3 网络剧开发不达预期

12.4.4 单部作品盈利不确定性

## 第十三章 2020-2026年中国网络剧产业发展前景及趋势分析

### 13.1 网络剧产业发展趋势分析

13.1.1 网络剧发展趋势

13.1.2 网络剧内容趋势

13.1.3 网络剧监管趋势

13.1.4 网络剧营销趋势

### 13.2 网络剧产业发展前景分析

13.2.1 网络剧市场前景

13.2.2 在线视频市场前景

13.2.3 网剧IP开发运营前景

### 13.3 2020-2026年中国网络剧产业预测分析

13.3.1 中国网络剧产业发展因素分析

13.3.2 2020-2026年中国网络剧总体规模预测

13.3.3 2020-2026年中国网络剧版权交易市场规模预测

13.3.4 2020-2026年中国网络剧改编电影市场规模预测

13.3.5 2020-2026年中国网络剧改编游戏市场规模预测

### 图表目录：

图表：网络剧与传统电视剧不同点分析

图表：网络剧发展历程

图表：网络剧产业链

图表：网络剧衍生市场产业链

图表：国外主要视频网站网络剧数量

图表：2019年传统电视剧题材分布

图表：2019年网络剧题材分布

图表：2020-2026年各形式网络剧规模占比

图表：2020-2026年网络剧市场规模及其增速

图表：2020-2026年网络剧版权市场规模预测

图表：2020-2026年网络剧改编电影市场规模预测

图表：2020-2026年网络剧改编电影市场规模预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/4410432HU5.html>