

2018-2024年中国影视剧市场研究与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国影视剧市场研究与行业竞争对手分析报告》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/X05043KIP5.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

我们预计 2017 年影视剧市场规模约为 460 亿（网+台+出海=258+198+5），根据我们的测算，网络端市场总规模有望最终达到 700 亿，电视端有望达 300 亿，海外市场空间在 100-150 亿元，合计超过 1100 亿，是目前市场的 2.4 倍。影视剧互联网端市场规模估算（亿元）数据来源：公开资料、智研数据研究中心整理

智研数据研究中心发布的《2018-2024 年中国影视剧市场研究与行业竞争对手分析报告》共十三章。首先介绍了中国影视剧行业市场发展环境、中国影视剧整体运行态势等，接着分析了中国影视剧行业市场运行的现状，然后介绍了中国影视剧市场竞争格局。随后，报告对中国影视剧做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国影视剧行业发展趋势与投资预测。您若想对影视剧产业有个系统的了解或者想投资影视剧行业，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家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 影视剧产业概述1.1 影视剧的概念解析1.1.1 影视剧的基本定义1.1.2 影视剧产业的定义1.1.3 影视剧的生命周期1.1.4 影视剧上下游行业构成情况1.2 影视剧的分类情况1.2.1 影视剧的基本类型1.2.2 影视剧题材按年代分类1.2.3 影视剧题材按内容分类1.3 影视剧行业的特点简述1.3.1 娱乐性和教育性1.3.2 经营模式特殊1.3.3 制作机构区域性集中1.3.4 与电影行业的比较分析第二章 2014-2017 年国际影视剧产业发展分析2.1 2014-2017 年国际影视剧产业总体概况2.1.1 全球影视剧市场的分类情况2.1.2 全球影视剧产业的变化趋势2.1.3 全球影视剧迈入“网络时代”2.1.4 全球影视剧行业发展态势2.1.5 全球影视剧制作的国际化合作2.2 美国2.2.1 美国影视剧的种类2.2.2 美国影视剧市场的利益主体分析2.2.3 美国影视剧产业化运作分析2.2.4 美国影视剧产业的发展态势2.2.5 2017 年美国影视剧市场热点动态2.2.6 美国影视剧营销模式和售卖模式2.2.7 美国影视剧的内容策略分析2.2.8 美国影视剧题材与观众口味的变迁2.2.9 美国在线影视剧点播市场2.3 韩国2.3.1 韩国影视剧产业的运作机制分析2.3.2 韩国影视剧产业政策的推动作用2.3.3 韩国影视剧产业的发展特点2.3.4 2014 年韩国影视剧市场回顾2.3.5 2017 年韩国影视剧市场分析2.3.6 2017 年韩国影视剧市场分析2.3.7 韩国影视剧的新媒体布局分析2.3.8 韩国高收视率影视剧成功要素分析2.3.9 韩国影视剧受众策略解析2.3.10 韩国影视剧产业的成功经验2.4 日本2.4.1 日本影视剧制作与播映模式剖析2.4.2 日本影视剧制作走向衰退轨道2.4.3 日本影视剧收视状况分析2.4.4 日本影视剧行业重视行

生品开发2.5 台湾2.5.1 台湾偶像剧的发展轨迹分析2.5.2 台湾偶像剧的生产与销售模式2.5.3 台湾影视剧市场步入落寞时代2.5.4 台湾影视剧市场大陆剧地位提升2.5.5 台湾本土影视剧面临发展瓶颈2.6 香港2.6.1 香港影视剧产业的发展演变2.6.2 香港影视剧产业面临挑战2.6.3 香港影视剧产业发展动向2.6.4 香港影视剧丧失竞争力的原因2.6.5 香港影视剧产业的发展策略探讨2.6.6 香港影视剧经营及版权保护经验借鉴分析 第三章 2014-2017年中国影视剧产业发展综述3.1 中国影视剧产业发展概况3.1.1 中国影视剧市场的发展历程3.1.2 中国影视剧行业发展进入新时期3.1.3 中国影视剧市场的五大派系分析3.1.4 中国影视剧衍生产品开发现状3.2 2014-2017年中国影视剧市场分析3.2.1 2014年中国影视剧行业状况回顾3.2.2 2017年中国影视剧市场收视时间分析2007-2017 全国人均收视时间(分钟/天)数据来源:公开资料、智研数据研究中心整理

2017年Q1我国影视剧(电视剧+网络剧)点击量达2027亿次,同比增长163%,环比增速有所放缓但总体点击量依旧持续上升。从数量看,2016年播出的电视剧一共271部,其中绝大多数都在视频平台同步播出,电视剧播出数量2013年以来不断走低,但其网络版权数量在不断增多,我们预计2017年约有280部电视剧在网络视频平台播出,数量上与2016年基本持平;网剧数量自2013年来持续快速增长,2016年超过600部,增速达28%,2017年预计将超过700部,增速有所放缓。2014Q1-2017Q1影视剧点击量统计数据来源:公开资料、智研数据研究中心整理2013-2017年电视剧和网络剧上线数据来源:公开资料、智研数据研究中心整理3.2.3 2017年中国影视剧市场发展现状3.2.4 2017年中国影视剧行业热点分析3.3

2014-2017年新媒体时代影视剧产业的发展3.3.1 新媒体与影视剧产业的融合进程3.3.2 新媒体时代影视剧行业的融合特征3.3.3 视频网站加速进军影视剧产业3.3.4 影视剧网络版权价格走向理性
影视剧网络市场主要分为电视剧和网络剧市场,目前均以版权收入为主,但是包括广告分成、付费分成等各类其他的制作方分成收入也逐步增加。电视剧市场方面,目前主要的收入来自于电视剧的网络版权收入,同时在网络端的广告分成也逐步打开,包括贴片、电商导流等各类收入;网络剧方面,目前模式更为复杂,主要包括自制剧、定制剧和外购剧,其中定制剧和外购剧均有外部制作方参与,主要的盈利模式是购买版权或者定制费用支付,还包括正在逐步探索的付费分成、广告分成以及其他渠道的发行收入。影视剧网络端市场的主要盈利模式数据来源:公开资料整理 3.3.5 新媒体时代影视剧产业的创新思路3.4 国内外影视剧产业链的比较及借鉴3.4.1 上游影视剧制作模式的比较3.4.2 中游影视剧营销模式的比较3.4.3

下游影视剧衍生产品的比较3.4.4 中国影视剧产业链基本完形3.5 中国影视剧的国际化发展研究3.5.1 国产影视剧在海外市场发展概况3.5.2 世界各国对中国影视剧的偏好分析3.5.3 中国影视剧输出存在的问题分析3.5.4 国产影视剧进军海外市场的策略3.5.5 国产影视剧海

外市场发行销售对策3.6 中国影视剧行业管理状况分析3.6.1 我国影视剧行业管理现状3.6.2 我国影视剧行业管理的实际效应3.6.3 我国影视剧行业管理模式存在的弊端3.6.4 产业化背景下我国影视剧行业管理路径的构建3.7 2014-2017年重点区域影视剧产业的发展3.7.1 浙江省3.7.2 江苏省3.7.3 山东省3.7.4 广东省3.7.5 上海市3.7.6 吉林省3.7.7 江西省3.8 中国影视剧产业存在的问题分析3.8.1 中国影视剧产业面临的主要问题3.8.2 我国影视剧行业的泡沫破裂危机3.8.3 影视剧产业各环节发展中的问题3.8.4 影视剧产业价值链体系存在的不足3.8.5 中国影视剧市场面临的现实困境3.8.6 我国亟待提升影视剧质量3.8.7 国产影视剧市场面临隐忧3.9 中国影视剧产业发展的对策探讨3.9.1 我国影视剧产业的出路3.9.2 促进影视剧产业发展的政策建议3.9.3 新时期影视剧产业的发展策略3.9.4 提升中国影视剧品质的建议3.9.5 影视剧产业化健康发展的关键要素3.9.6 影视剧内容产业创新路径选择 第四章 2014-2017年中国影视剧市场热点专题分析4.1 影视剧的制播模式研究4.1.1 中国影视剧的三种制播模式4.1.2 影视剧制播体制的演变分析4.1.3 “制播分离”模式存在的问题解析4.1.4 “制播合作”模式的优点及前景4.1.5 “二元制播”模式的可行性思考4.2 影视剧市场的“翻拍风”研究4.2.1 翻拍影视剧的主要类型4.2.2 影视剧翻拍热产生的原因解析4.2.3 影视剧过度翻拍产生的问题4.2.4 解决翻拍剧问题的策略探讨4.3 独播剧、自制剧及定制剧发展分析4.3.1 我国影视剧行业进入独播时代4.3.2 我国电视台自制剧发展状况4.3.3 我国网络自制剧发展状况4.3.4 定制剧逐渐步入快速发展时期4.4 中国影视剧演员片酬疯涨现象分析4.4.1 国内影视剧演员片酬高涨现象4.4.2 片酬高涨给行业带来的负面影响4.4.3 演员片酬疯涨的成因剖析4.4.4 解决演员片酬疯涨问题的对策 第五章 2014-2017年影视剧的制作与发行分析5.1 影视剧剧本的策划与创作介绍5.1.1 剧本策划的概念5.1.2 剧本的题材类型5.1.3 剧本策划的三大因素5.1.4 剧本策划的主要工作5.1.5 剧本的版权及权益5.1.6 剧本合同的注意细节5.2 影视剧剧本来源分析5.2.1 原著剧本5.2.2 网络小说5.2.3 网络游戏5.2.4 热门电影5.3 2014-2017年影视剧生产制作情况5.3.1 2014年影视剧生产制作状况5.3.2 2017年影视剧生产制作状况5.3.3 2017年影视剧生产制作状况5.4 2014-2017年中国热播影视剧题材分析5.4.1 革命历史题材5.4.2 英模题材5.4.3 献礼剧5.4.4 家庭剧5.4.5 青春剧5.4.6 行业剧5.4.7 古装剧5.4.8 谍战剧5.4.9 军旅剧5.4.10 抗战题材5.4.11 民族题材5.5 中国影视剧的发行分析5.5.1 影视剧的基本发行方式5.5.2 影视剧的两次发行介绍5.5.3 影视剧的四级发行市场5.5.4 影视剧发行许可证申报流程5.6 影视剧市场交易分析5.6.1 影视剧直销模式5.6.2 影视剧分销方式5.6.3 新型交易模式5.6.4 民营影视企业的交易方式5.7 网络时代影视剧的发行模式探讨5.7.1 传统模式下的发行弊端分析5.7.2 现行主要网络发行模式浅析5.7.3 影视剧网络发行模式前景透析 第六章 2014-2017年影视剧的播出与收视分析6.1 2014-2017年影视剧播出与收视状况分析6.1.1

2014年影视剧播出与收视状况6.1.2 2017年影视剧播出与收视特点分析6.1.3 2017年我国影视剧收视率的隐忧6.2 2017年影视剧播出和收视状况分析6.2.1 影视剧播出状况分析6.2.2 影视剧播出市场特征6.2.3 影视剧收视状况分析6.3 宫廷剧的播出与收视研究6.3.1 播出平台分布6.3.2 观众特征分析6.3.3 收视走势分析6.3.4 整体竞争力分析6.4 影视剧季播模式发展探究6.4.1 “季播”的概念及优点6.4.2 本土影视剧“季播”的现状6.4.3 本土影视剧“季播”的问题6.4.4 我国影视剧季播机制改革策略 第七章 2014-2017年影视剧市场的营销分析7.1 影视剧的相关营销理论7.1.1 4P理论7.1.2 4C理论7.1.3 蓝海战略和长尾理论7.2 2014-2017年中国影视剧市场营销分析7.2.1 影视剧市场营销的环境与形势7.2.2 我国影视剧营销的基本态势7.2.3 我国影视剧市场营销战精彩纷呈7.2.4 我国影视剧市场营销新策略分析7.2.5 我国影视剧的网络营销分析7.2.6 中国影视剧营销中的问题7.3 影视剧的典型营销模式解析7.3.1 360度营销7.3.2 整合营销7.3.3 “借船出海”营销7.3.4 首播营销7.3.5 口碑营销7.3.6 病毒式营销7.4 4P营销在影视剧市场中的运用分析7.4.1 4P理论适用影视剧营销7.4.2 4P营销在影视剧市场的发展7.4.3 国内电视台的4P营销实践7.5 影视剧的营销策略探讨7.5.1 影视剧营销的要点及思路分析7.5.2 国产剧网络营销的创新策略7.5.3 新媒体时代影视剧的营销对策7.5.4 我国民营影视剧的营销路径7.6 重点省级卫视影视剧营销方案7.6.1 江苏卫视7.6.2 湖南卫视7.6.3 东方卫视7.6.4 安徽卫视7.7 影视剧市场营销趋势7.7.1 跨平台营销将引领我国影视剧市场7.7.2 我国影视剧营销的未来方向

第八章 2014-2017年影视剧市场的竞争分析

8.1 中美影视剧产业的竞争力评析
8.1.1 同行业内的竞争能力
8.1.2 潜在竞争者的进入能力
8.1.3 替代品的替代能力
8.1.4 客户的讨价还价能力
8.1.5 供应商的讨价还价能力
8.2 中国影视剧制作领域竞争状况
8.2.1 影视剧制作行业总体竞争格局
8.2.2 重点影视剧制作机构市场份额
8.2.3 影视剧制作领域的不规范竞争现象
8.2.4 影视剧制作企业的竞争策略
8.2.5 未来影视剧制作行业竞争形势

8.3 中国影视剧播出平台竞争状况

8.3.1 省级卫视影视剧的竞争形态

8.3.2 各级频道影视剧的竞争特点

8.3.3 省卫视收视竞争更倚重影视剧

8.3.4 视频网站与卫视频道影视剧竞争状况

8.3.5 竞争格局嬗变下省级卫视影视剧独播策略分析

8.4 电视台的影视剧市场竞争战略探索

8.4.1 重点实施独播剧战略

8.4.2 自制剧外销及与其他台合作

8.4.3 创新营销方案并加大广告植入

8.4.4 探索微剧模式打造新掘金点

8.4.5 与视频网站携手合作寻求共赢

第九章 2014-2017年影视剧产业的盈利分析

9.1 影视剧的商业特性浅析

9.1.1 品质特性

9.1.2 边际成本特性

9.1.3 产品衍生功能

9.1.4 成本与效益的关系

9.2 影视剧的盈利渠道分析

9.2.1 影视剧创造的产品及其赢利方式

9.2.2 影视剧的近期效益与长远效益

9.2.3 国产影视剧盈利创新渠道探索

9.3 影视剧制作中的广告植入分析

9.3.1 国产影视剧植入广告的发展现状

9.3.2 国产影视剧植入广告的镜头表现

9.3.3 国产影视剧植入式广告的主要问题

9.3.4 国产影视剧植入式广告的策略建议

9.3.5 国产影视剧植入式广告的发展契机

9.4 影视剧衍生产业开发思路探索

9.4.1 书报刊与电子出版物发行

9.4.2 广播与电影服务

9.4.3 文艺创作及表演服务

9.4.4 互联网信息服务

9.4.5 旅游及娱乐文化服务

9.4.6 文化产品出租与拍卖服务

9.4.7 文化用品生产

9.4.8 版权服务

第十章 影视剧产业的投融资分析

10.1 影视剧行业投资概况

10.1.1 行业投资环境

10.1.2 行业投资现状

10.1.3 行业投资机遇

10.1.4 行业投资价值

10.2 影视剧项目融资的基本概述

10.2.1 融资环境

10.2.2 融资特点

10.2.3 融资渠道和方式

10.2.4 融资策略

10.3 影视剧行业融资新趋势分析

10.3.1 股权融资

10.3.2 无形资产融资

10.3.3 产业内融资

10.3.4 政府融资

10.4 影视剧无形资产融资模式

10.4.1 信用融资

10.4.2 广告融资

10.4.3 版权融资

10.5 影视剧产业内融资模式

10.5.1 媒介预购融资

10.5.2 独播买断融资

10.5.3 定制剧融资

10.6 影视剧行业投资风险及建议

10.6.1 行业进入壁垒分析

10.6.2 投资风险及其原因

10.6.3 投资风险规避策略

10.6.4 影视剧投资需专业

第十一章 2014-2017年影视剧行业重点企业分析

11.1 唐德影视

11.1.1 企业发展概况

11.1.2 经营效益分析

11.1.3 业务经营分析

11.1.4 财务状况分析

11.1.5 未来前景展望

11.2 慈文传媒

11.2.1 企业发展概况

11.2.2 经营效益分析

11.2.3 业务经营分析

11.2.4 财务状况分析

11.2.5 未来前景展望

11.3 华策影视

11.3.1 企业发展概况

11.3.2 经营效益分析

11.3.3 业务经营分析

11.3.4 财务状况分析

11.3.5 未来前景展望

11.4 华录百纳

11.4.1 企业发展概

况11.4.2 经营效益分析11.4.3 业务经营分析11.4.4 财务状况分析11.4.5 未来前景展望 第十二章 中国影视剧产业的前景及趋势预测12.1 中国影视剧产业发展前景展望12.1.1 影视剧行业面临的机遇分析12.1.2 中国影视剧行业空间广阔12.1.3 我国影视剧市场前景光明12.2 2018-2024年中国影视剧产业规模预测12.2.1 影视剧产业总体发展形势预判12.2.2 2018-2024年影视剧市场规模预测12.2.3 2018-2024年影视剧行业产量预测12.3 中国影视剧产业发展趋势及方向12.3.1 影视剧内容制作环节的结构变化趋势12.3.2 影视剧生产制作模式发展方向分析12.3.3 未来中国影视剧产业发展形势预测12.3.4 影视剧行业利润水平的发展趋势12.3.5 国产影视剧“民族性建构”成大势所趋 第十三章 (ZY ZF) 2014-2017年影视剧产业政策监管环境分析13.1 影视剧行业的主管部门13.1.1 中共中央宣传部13.1.2 国家新闻出版广电总局13.2 影视剧的市场管理制度分析13.2.1 影视剧市场的国家基础13.2.2 影视剧市场的管理制度13.2.3 影视剧的市场调节13.2.4 影视剧的市场准入13.2.5 影视剧市场的管理改革13.3 2014-2017年影视剧行业重点监管政策解读13.3.1 三网融合对影视剧版权交易的影响透析13.3.2 上星综合频道管理政策给影视剧产业带来利好13.3.3 境外影视剧引进和播出新政发布13.3.4 影视剧拍摄制作备案公示管理办法出台13.3.5 “加强版限娱令”正式实施13.3.6 卫视黄金时段影视剧播出方式调整13.3.7 广电总局要求限制劣迹艺人作品13.3.8 我国海外剧引进将更趋严格化13.4 影视剧广告监管政策研究13.4.1 国外对影视剧广告的限制政策13.4.2 我国发布的影视剧广告监管政策13.4.3 影视剧广告播出管理政策的影响透析13.5 影视剧行业相关政策法规13.5.1 影视剧管理规定13.5.2 影视剧内容管理规定13.5.3 中外合作制作影视剧管理规定13.5.4 国产影视剧备案公示报备程序13.5.5 影视剧拍摄制作备案公示管理办法13.5.6 关于进一步加强和改进境外影视剧引进和播出管理的通知 图表目录： 图表：美国影视剧产业三大参与者利益格局图 图表：美国影视剧市场播出阶段利益格局图 图表：2006-2017年收视率超过40%的韩剧TOP10 图表：日剧高收视率排行榜 图表：2011-2017年传统及网络平台影视剧分析 图表：中、美、TVB影视剧制作模式（产业链上游）比较 图表：中、美、TVB影视剧分销体系与营销模式（产业链中游）比较 图表：影视剧产业价值链的一般构成 图表：当前中国影视剧产业价值链架构图 图表：2017年度全国获准发行国产影视剧题材统计表 图表：2017年度全国获准发行国产影视剧题材统计表 图表：影视剧的零售模式 图表：民营影视企业影视剧交易方式 图表：2010-2017年我国取得广播电视节目制作经营许可证的制作机构数量 图表：2013-2017年获得发行许可证数量排名前十的制作机构产量占比 图表：我国影视剧制作机构分类 图表：2017年度按获得发行许可证影视剧部数、集数统计的产量分布

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/X05043KIP5.html>