2017-2022年中国网络剧市场运行态势及投资战略研究报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国网络剧市场运行态势及投资战略研究报告》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：https://www.chyxx.com/research/201612/476291.html

报告价格：电子版: 9800元　纸介版：9800元　电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联 系 人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

视频网站为影视剧提供了新的平台。网络剧、网大、网综等纷纷兴起，其中不乏精品，获得高点击量和好的口碑。传统电视剧也开启“台网联动”模式，由电视台和视频网站合作播出，现在更是出现“先网后台”的播出模式。

2013-2016年中国网络剧数量

数量来源：公开资料整理

2013-2016年中国网络剧点击次数

数量来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2017-2022年中国网络剧市场运行态势及投资战略研究报告》共十三章。首先介绍了网络剧产业相关概念及发展环境，接着分析了中国网络剧行业规模及消费需求，然后对中国网络剧行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国网络剧行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国网络剧行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 2014-2016年国际网络剧产业分析及经验借鉴
2.1 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国网络剧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 2014-2016年中国网络剧产业深度分析
4.1 2014-2016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 2014-2016年中国网络剧产业发展现状
4.2.1 网络剧产业现状
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 2014-2016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

无论卫视还是视频网站，头部剧效应都非常显著，精品剧可以带动收视率和点击播放量，从而提升平台和内容的广告价值，促进综合收益的增加。目前，头部剧的版权价格大幅上涨。2016年底，《孤芳不自赏》网络版权700万/集，《如懿传》网络播映权卖到900万/集，2017年《凉生，我们可不可以不忧伤》网络版权费更是高达1000万/集，卫视平台虽然受到电视台预算限制，但是对于精品剧也是不惜价格购买版权，2016年底，《孤芳不自赏》由湖南卫视独播，独播权达到1000万/集。网络版权费近10年来实现1000倍以上的增长和卫视集中购入头部剧的预算变动，直接体现了头部剧的价值效应。

电视剧网络版权价格 时间 电视剧 网络播出权价格（万/集） 2017 《凉生，我们可不可以不忧伤》 1000 2017 《如懿传》 900 2017 《琅琊榜2》 800 2017 《赢天下》 800 2017 《孤芳不自赏》 700 2017 《择天记》 600 2014 《武媚娘传奇》 95 2013 《新编辑部的故事》 120 2012 《甄嬛传》 30 2011 《步步惊心》 70 2011 《宫2》 185 2010 《宫》 35 2009 《美人心计》 1 2007 《金婚》 0.3 2006 《武林外传》 0.125 2006 《士兵突击》 0.3

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 2014-2016年中国网络剧市场现状分析
5.1 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国网络剧内容市场发展分析
6.1 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国网络剧制作市场全面分析
7.1 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国网络剧渠道市场综合分析
8.1 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国网络剧衍生市场深度分析
9.1 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国网络剧产业营销分析
10.1 2014-2016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 2014-2016年中国网络剧营销案例分析
10.2.1 《万万没想到》
10.2.2 《盗墓笔记》
10.2.3 《心理罪》
10.2.4 《花千骨番外篇》
10.2.5 《太子妃升职记》
10.3 2014-2016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 2014-2016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
11.1.5 经营效益分析
11.1.6 业务经营分析
11.1.7 财务状况分析
11.1.8 未来前景展望
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
11.2.5 业务经营分析
11.2.6 财务状况分析
11.2.7 未来前景展望
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
11.3.5 财务状况分析
11.3.6 未来前景展望
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
11.4.5 财务状况分析
11.4.6 未来前景展望
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 2014-2016年中国网络剧产业投资潜力分析及风险预警
12.1 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2017-2022年中国网络剧产业发展前景及趋势分析（ZY CW）
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

中国网络剧市场规模预测（亿元）
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 2017-2022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 2017-2022年中国网络剧总体规模预测
13.3.3 2017-2022年中国网络剧版权交易市场规模预测
13.3.4 2017-2022年中国网络剧改编电影市场规模预测
13.3.5 2017-2022年中国网络剧改编游戏市场规模预测
部分图表目录：
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 2015年美国网络剧各类题材市场占比
图表 2013-2015年Netflix部分自制剧预算表
图表 2006-2016年Netflix营业收入及其同比增速
图表 Netflix发展历程
图表 2012-2016年Netflix各项主营收入对比
图表 2016年Netflix主营结构
图表 2011-2016年流媒体会员数变化趋势
图表 2002-2016年Netflix股价表现
图表 Netflix内容布局
图表 2006-2016年Netflix营业收入及其同比增速
图表 Netflix发展历程
图表 2012-2016年Netflix各项主营收入对比
图表 2016年Netflix主营结构
图表 2011-2016年流媒体会员数变化趋势
图表 2002-2016年Netflix股价表现
图表 Netflix内容布局
图表 2009-2015年中国文化产业增加值及其占GDP比重情况
图表 2011-2015年广电总局针对电视剧的政策
图表 2012-2016年相关部门对网络内容的政策概览
图表 2012-2016年影视剧内容整顿情况

图表 《电视剧内容制作通则》中对电视剧内容的禁止类型
图表 《网络出版服务管理规定》主要看点
图表 2011-2016年国内生产总值及其增速
图表 2011-2016年三次产业增加值占国内生产总值比重
图表 2011-2016年全国居民可支配收入及其增速
图表 2016年全国居民人均消费支出及其构成
图表
按收入登记分城镇居民家庭平均每人全年文教娱乐现金消费支出占总现金消费支出百分比
图表 1943-3013年我国现代消费占GDP比重
图表 全国网民各年龄段人数占比
图表 80、90后对各类新闻的关注度对比
图表 2008-2015年中国网络视频用户规模及其使用率
图表 2015年网络视频用户终端设备使用率
图表 2007-2020年中国互联网各年龄阶段用户增长趋势
图表 2007-2020年中国互联网用户按年龄层的分布
图表 2010-2015年中国互联网用户的人均每周上网时长
图表 2005-2016年中国互联网用户数量及其渗透率
图表 1995-2015年中美互联网渗透率对比分析
图表 2015年中国互联网各类娱乐应用的用户规模
图表 2009-2015年中国互联网各类娱乐应用的用户渗透率
图表 2016年十大IP剧
图表 网络剧“反哺”生态体系
图表 2016年传统电视剧题材分布
图表 2016年网络剧题材分布
图表 网络剧产业链各环节 盈利和成本来源
图表 2010-2015年中国电视剧市场规模及其增速
图表 2010-2015年网络剧部数及点击量
图表 2016年网剧排名TOP10及其播放次数
图表 2014-2016年各大在线视频平台网剧数量
图表 2016年热门网剧重点题材分布
图表 2016年网络剧单日最高播放量
图表 《王万没想到》IP全产业链布局一览
图表 2015年网络剧受众年龄结构分布
图表 2015年网络剧受众性别结构分析
图表 2015年网络剧与电视剧网络观影年龄对比分析

图表 2015年中国网络剧与电视剧网络用户学历对比

图表 2015年中国网络剧与电视剧网络用户家庭月

更多图表见正文……

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201612/476291.html