

2015-2020年中国电视剧行业前景调查及投资策略 分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2015-2020年中国电视剧行业前景调查及投资策略分析报告》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/201511/358332.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

报告目录：

第1章：中国电视剧行业发展综述

1.1 电视剧行业的界定

1.1.1 电视剧行业界定

(1) 电视剧的定义及分类

(2) 电视剧行业的内涵

1.1.2 电视剧行业特点

(1) 具有娱乐性和教育性双重属性

(2) 经营模式特殊

(3) 电视剧制作机构区域性集中

(4) 电视剧行业不具明显的季节性和周期性

1.1.3 电视剧行业发展历程

(1) 初创阶段（1955年-1965年）

(2) 停滞阶段（1966年-1977年）

(3) 萌芽阶段（1978年-1989年）

(4) 发展阶段（1990年-2003年）

(5) 逐步成熟阶段（2004年至今）

1.2 电视剧行业监管体系及政策法规

1.2.1 行业主管部门

(1) 中共中央宣传部

(2) 国家广播电影电视总局

(3) 新闻出版总署和文化部

1.2.2 行业监管体制

(1) 电视剧经营许可制度

(2) 电视剧备案公示和摄制行政许可

(3) 电视剧内容审查许可

(4) 电视剧播出审查

1.2.3 行业主要法律法规及政策

1.3 电视剧行业发展影响因素分析

1.3.1 电视剧行业内部影响因素分析

(1) 电视剧生产制作因素分析

1) 剧本及编剧状况

2) 制片机构状况

- (2) 电视剧市场经营模式分析
 - 1) 供求状况
 - 2) 发行销售
 - 3) 盈利模式
- (3) 电视剧播出渠道分析
 - 1) 中国特色的电视台垄断地位
 - 2) 多元化播出平台的影响分析
- 1.3.2 电视剧行业外部影响因素分析
 - (1) 需求因素分析
 - 1) 电视剧市场的潜在需求分析
 - 2) 电视剧市场的实际需求情况分析
 - 3) 中国电视剧需求市场的评价
 - (2) 产业融资因素分析
 - 1) 融资规模分析
 - 2) 融资渠道及体制
 - (3) 新技术影响因素分析
 - 1) 新数字媒体的时代特征
 - 2) 数字付费电视的影响
- 第2章：国外电视剧行业发展动向与趋势分析
 - 2.1 全球电视剧市场发展状况与趋势
 - 2.1.1 全球所有节目类型分析
 - 2.1.2 全球人均收视时间分析
 - 2.1.3 全球性影响的电视剧分析
 - 2.1.4 区域性影响的电视剧分析
 - 2.1.5 本国性影响的电视剧分析
 - 2.1.6 全球电视剧业发展趋势分析
 - 2.2 美国电视剧市场发展分析
 - 2.2.1 美国电视剧市场概况
 - 2.2.2 美国电视剧市场格局
 - 2.2.3 美国电视剧产业链分析
 - 2.2.4 美国电视剧市场规模与盈利模式
 - (1) 美国电视剧市场规模
 - (2) 美国电视剧盈利模式
 - 2.2.5 美国电视剧最新动向
 - 2.3 英国电视剧市场发展分析

2.3.1 英国电视剧市场概况

2.3.2 英国电视剧发展特点

- (1) 以深厚文化渊源为依托
- (2) 丰富的创作人才为其提供持久动力
- (3) 高质量及丰富的创造性和突破性

2.3.3 英国电视剧最新动向

2.4 韩国电视剧市场发展分析

2.4.1 韩国电视剧发展概况

2.4.2 2013年度韩剧收视TOP10分析

2.4.3 《面包王金卓求》的成功秘诀

2.4.4 韩国电视剧最新动向

2.5 加拿大电视剧市场发展分析

2.5.1 英、法语收视差异分析

- (1) 英、法语区收视差异明显
- (2) 英、法语区的巨大差异由来已久

2.5.2 加拿大电视剧市场概况

- (1) 英语区本土电视剧深受美剧挤压
- (2) 法语区本土电视剧自得其乐

2.5.3 加拿大对电视剧的投入与收获

- (1) 电视剧是制作最昂贵的节目类型
- (2) 本土电视剧的表现可圈可点
- (3) 以特色在国际市场赢得一席之地

2.6 日本电视剧市场发展分析

2.6.1 日本电视产业概述

2.6.2 2013年日剧年度收视TOP10分析

2.6.3 日本电视剧最新动向

第3章：中国电视剧产业链及行业发展分析

3.1 中国电视剧行业产业链分析

3.1.1 电视剧行业产业链

- (1) 电视剧行业产业链结构
- (2) 电视剧上游行业情况及其影响
- (3) 电视剧下游行业情况及其影响

3.1.2 大陆、美国、香港电视剧产业链比较分析

- (1) 产业链上游——电视剧生产制作模式比较
- 1) 制播方式比较

2) 内容结构比较

3) 制作主体比较

4) 版权机制比较

(2) 产业链中游——电视剧营销模式比较

1) 分销渠道比较

2) 节目播出方式比较

3) 节目经营比较

4) 节目售卖比较

(3) 产业链下游——电视剧的衍生产品比较

3.1.3 电视剧行业盈利模式分析

(1) 电视剧产业价值链构成

(2) 电视剧行业盈利模式

3.2 中国电视剧行业发展状况

3.2.1 电视剧行业发展现状

(1) 电视剧行业规模分析

(2) 电视剧交易额分析

(3) 2014年电视剧经历“剧变”

(4) 各卫视电视剧市场状况分析

1) 好剧难求

2) 恶性竞争

3) 新媒体崛起对电视台的冲击

3.2.2 电视剧行业竞争格局分析

(1) 竞争格局高度分散

(2) 行业新进入者仍不断涌现

(3) 行业竞争变化趋势

3.2.3 电视剧行业存在问题解析

(1) 翻拍频繁跟风严重 产业创新驱动动力不足

(2) 电视剧行业泡沫多

(3) 电视剧出口不力

3.2.4 电视剧行业发展趋势分析

(1) 优质电视剧将步入卖方市场

(2) 电视剧走向整合播出

(3) 电视剧资源成为电视频道影响力的分水岭

(4) 电视剧进入多媒体传播时代

(5) 电视剧进入大片时代

(6) 电视台将越来越深入地介入电视剧生产

(7) 现实题材电视剧将大行其道

3.3 中国电视剧行业发展趋势分析

3.3.1 优质电视剧市场空间广阔

(1) 电视剧播出份额受综艺节目影响有限

(2) “独播化”推升优质电视剧需求

1) 播出环节格局演变趋势

2) 卫视具有推进“独播化”的意愿

3) 优质电视剧播出需求有3-4倍的增长空间

(3) 优质电视剧价格上涨趋势仍将持续

(4) 优质剧与普通剧价格差距持续扩大

3.3.2 自制剧与定制剧分析

(1) 自制剧、独播剧与定制剧的概念

(2) 国内自制剧分析

(3) 定制剧与自制剧的现状

(4) 国内定制剧将占据主流

第4章：中国电视剧制作与发行模式分析

4.1 中国电视剧剧本策划分析

4.1.1 电视剧剧本策划概述

(1) 剧本策划的概念

(2) 剧本的题材类型

(3) 剧本策划的三大因素

(4) 剧本策划的三大主要工作

4.1.2 电视剧剧本题材分析

(1) 当代剧

(2) 现代剧

(3) 近代剧

(4) 古代剧

(5) 重大剧

4.1.3 近年来我国热播电视剧题材分析

(1) 谍战剧

(2) 军旅题材剧

(3) 族群迁徙剧

(4) 社会伦理剧

(5) 青春偶像剧

4.1.4 我国电视剧创作特征分析

- (1) 现实家庭情感剧：提供日常生活哲学
- (2) 名著改编：在市场与艺术的夹缝中徘徊
- (3) 类型化电视剧：商业电视剧逐渐走向成熟

4.2 中国电视剧融资分析

4.2.1 电视剧融资环境分析

4.2.2 电视剧融资特点分析

- (1) 融资目标明确
- (2) 方式灵活多样
- (3) 高风险高回报

4.2.3 电视剧融资渠道与方式

- (1) 向金融机构贷款
- (2) 股票融资
- (3) 向社会募集资金
- (4) 与电视台合作
- (5) 政府融资

4.2.4 电视剧融资策略分析

- (1) 确定合理的资金结构
- (2) 最佳筹资规模与筹资时机
- (3) 做好融资策划书
- (4) 考虑筹资风险

4.3 中国电视剧生产制作分析

4.3.1 2013年电视剧生产情况综述

- (1) 年度申报剧目
- (2) 年度完成剧目
- (3) 主要题材比例
- (4) 制作机构数量

4.3.2 电视剧生产历年对比分析

- (1) 申报剧目对比
- (2) 完成剧目对比
- (3) 制作机构数量历年对比

4.3.3 2013年我国电视剧生产特征分析

- (1) 产量回升，部、集数达历史新高
- (2) 生产成本明显提高，进入亿元投资的大片时代
- (3) 定制剧盛行影响产业布局，台企合作考验生存本领

4.4 中国电视剧发行分析

4.4.1 电视剧发行方式

- (1) 自主发行
- (2) 委托发行

4.4.2 电视剧的两次发行

4.4.3 电视剧的四级发行市场

4.4.4 传统模式下国产电视剧的发行弊端

- (1) 官方意识形态掌控播放内容
- (2) “刻板审查”制度导致资源浪费
- (3) 固定插播广告引起受众流失

4.4.5 新媒体环境开创电视剧发行的新渠道

- (1) 电视剧经电视台和网络同步或跟从播出
- (2) 电视剧经网络走红后电视台再次播映
- (3) 电视剧以互联网作为播放的首映平台
- (4) 互联网网站直接投拍网络电视剧

4.4.6 国产电视剧网络发行模式的前景探讨

- (1) 网络发行的优势
- (2) 有待解决的问题

第5章：中国电视剧播出、收视与收入调研分析

5.1 中国电视剧播出分析

5.1.1 电视剧播出大势盘点

- (1) 播出份额
- (2) 收视份额
- (3) 资源使用率

5.1.2 中央、省卫视电视剧播出比重历年对比分析

- (1) 央视：2007年以来播出量逐年递增
- (2) 省卫视：播出量超过节目总量三分之一
- (3) 央视、省卫视：播出量增加，收视份额、资源使用率下降

5.1.3 中央、省上星、省地面、城市台电视剧市场占有历年对比分析

- (1) 省卫视市场占有分析
- (2) 央视市场占有分析
- (3) 省级地面频道市场占有分析

5.1.4 不同类型电视剧播出比重历年变化观察

- (1) 当今主力剧目类型分析
- (2) 央视偏好剧型分析

(3) 省卫视偏好剧型分析

(4) 省地面频道偏好剧型分析

(5) 城市频道偏好剧型分析

5.1.5 我国电视剧播出特征分析

(1) 电视剧播出是电视台的立台之本

(2) 中央、省级卫视、地面频道“三国演义”，央视地位面临挑战

(3) 电视剧老少咸宜、大众基础庞大

(4) 现代都市情感生活和革命历史题材成为收视亮点

(5) 电视剧播出平台强弱分明，逐渐分化

(6) 独播、首播剧具有一定的市场份额优势

(7) 电视剧播出方式更加灵活多样

(8) 电视剧资源利用率有所下降

(9) 电视剧的网络和新媒体市场明显扩展

5.2 中国电视剧收视分析

5.2.1 2013年度电视剧收视总量分析

5.2.2 各类节目收视量历年对比分析

5.2.3 电视剧主要观众状况

(1) 电视剧是女性剧

(2) 电视剧是中年剧

(3) 电视剧是低学历观众剧

(4) 电视剧是退休者之重要寄托

(5) 电视剧是低收入者的重要娱乐方式

(6) 电视剧观众集中度高于平均水平，广告价值高

5.2.4 2013年度电视剧TOP10分析

(1) 央视年度内地剧收视TOP10

(2) 省级卫视年度内地剧收视TOP10

5.2.5 优质电视剧分析

(1) 优质电视剧的标准

(2) 优质电视剧的生产

(3) 优质电视剧的传播

(4) 培育优质电视剧的建议

5.2.6 热播优质电视剧特征分析

(1) 制作方分析

(2) 受众分析

(3) 传播方式分析

- (4) 成功元素分析
- 5.3 中国电视剧收入分析
 - 5.3.1 电视剧销售收入分析
 - (1) 电视剧播出版权收入
 - (2) 电视剧网络版权收入
 - (3) 电视剧版权收入预测
 - 5.3.2 电视剧广告分析
 - (1) 电视剧广告收入
 - (2) 电视剧广告市场份额
 - (3) 电视剧广告投放形式
 - (4) 电视剧广告发展趋势
 - 5.3.3 电视剧相关产业开发分析
 - (1) 纵向开发
 - 1) 版权销售
 - 2) 音像出版业
 - 3) 影视基地
 - (2) 横向开发
 - 1) 旅游业
 - 2) 服装化妆品行业
 - 3) 文化教育产业

第6章：中国电视剧行业热点专题分析

- 6.1 中国制播分离制度分析
 - 6.1.1 制播分离政策环境分析
 - (1) 电视剧制播机制摸索阶段（1986年-1994年）
 - (2) 有所限制但不乏鼓励探索阶段（1995年-1999年）
 - (3) 制播分离实践谨慎探索的一年（2000年）
 - (4) 广播电视产业和体制整合、转型的关键时期（2001年-2010年）
 - (5) 指导制播分离具体实施阶段（2011年至今）
 - 6.1.2 制播分离模式分析
 - (1) 栏目承包制
 - (2) 节目购买型
 - (3) 全频道的制播分离
 - (4) 整体的制播分离型
 - 6.1.3 制播分离的现状分析
 - (1) 制播分离的重要性解析

(2) 电视剧行业制播分离体制存在的问题

(3) 制播分离的改革与发展趋势

6.2 中国三网融合对电视剧的影响分析

6.2.1 三网融合概述

(1) 三网融合定义及涉及领域

(2) 三网融合包含四要素分析

(3) 发展三网融合的积极性

(4) 三网融合受益方分析

1) 设备提供商在融合前期受益

2) 有线运营商与内容制作商长远受益

6.2.2 三网融合对电视剧的影响分析

(1) 三网融合背景下民营电视剧的版权分析

1) 版权交易现状分析

2) 版权交易困境分析

3) 版权管理分析

(2) 三网融合有利于电视剧的发展

6.2.3 2013年以来三网融合进展分析

(1) 运营商发展简况

(2) 三网融合用户数量取得突破

(3) 各地区三网融合制定试点与实施方案

6.3 中国网络电视剧发展分析

6.3.1 中国视频网民状况概述

(1) 视频网民人数

(2) 视频网民结构

(3) 网民最关注视频类型

(4) 网民最关注电视剧分析

6.3.2 网络电视剧盈利模式分析

(1) 广告模式

(2) 用户付费模式 (B2C)

(3) 版权营销模式 (B2B)

(4) 资本层面收益模式

6.3.3 网络自制剧分析

(1) 网络自制剧的缘起

(2) 近年主要网络自制剧

(3) 网络自制剧基本盈利模式：整合营销

- (4) 网络自制剧前景分析
- 6.3.4 网络电视剧对传统电视剧的冲击
- 6.4 “三限令”对中国电视剧行业的影响
 - 6.4.1 “限播令”对电视剧行业的影响分析
 - (1) “限播令”颁发背景
 - (2) “限播令”内容
 - (3) “限播令”对电视剧行业的影响
 - 6.4.2 “限娱令”对电视剧行业的影响分析
 - (1) “限娱令”颁发背景
 - (2) “限娱令”内容
 - (3) “限娱令”对电视剧行业的影响
 - 6.4.3 “限广令”对电视剧行业的影响分析
 - (1) “限广令”颁发背景
 - (2) “限广令”内容
 - (3) “限广令”对电视剧行业的影响
- 6.5 优酷土豆合并概况与影响分析
 - 6.5.1 优酷土豆合并事件综述
 - 6.5.2 优酷土豆合并影响分析
- 第7章：中国电视剧领先制作机构经营情况分析
 - 7.1 中国电视剧制作机构总体概况
 - 7.2 中国电视剧领先民营制作机构经营情况分析
 - 7.2.1 浙江华策影视股份有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业电视剧制作分析
 - (3) 企业运营情况分析
 - 1) 企业主要经济指标分析
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (4) 企业组织架构分析
 - (5) 企业经营模式分析
 - (6) 企业经营优劣势分析
 - (7) 企业发展战略分析
 - (8) 企业投资兼并与重组分析

(9) 企业最新发展动向

.....另有10家企业分析。

7.3 中国电视剧主要国有制作机构经营情况分析

7.3.1 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) 企业经营情况分析

(3) 企业电视剧制作分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业最新发展动向

.....另有6家企业分析。

第8章：中国电视剧主要播放平台经营分析

8.1 中国电视剧播放平台总体概况

8.2 中国主要电视台经营情况分析

8.2.1 中央电视台

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业电视剧播放频道分析

(5) 企业电视剧收视分析

(6) 企业最新发展动向

.....另有8家企业分析。

8.3 中国电视剧主要网络平台经营情况分析

8.3.1 乐视网信息技术（北京）股份有限公司（乐视网）

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业运营情况分析

1) 主要经济指标分析

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(3) 乐视网电视剧播放分析

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业投资兼并与重组分析

(6) 企业最新发展动向

.....另有9家企业分析。

第9章：中国电视剧行业发展前景与投资分析

9.1 中国电视剧行业发展前景分析

9.1.1 电视剧行业发展驱动因素

- (1) 政策利好
- (2) 文化消费增长
- (3) 电视广告的促进
- (4) 市场竞争日益规范
- (5) 三网融合的推动
- (6) 新技术应用带来机遇
- (7) 海外市场拓宽盈利渠道

9.1.2 电视剧行业发展阻碍因素

- (1) 盗版冲击
- (2) 国际市场竞争冲击
- (3) 资金瓶颈限制

9.1.3 电视剧行业发展前景预测

- (1) 价格回归理性，行业需求仍将保持旺盛
- (2) 精品剧需求旺盛，电视台对电视剧价格承受能力强
- (3) 电视剧采购规模仍将增加

9.2 中国电视剧行业投资特性分析

9.2.1 电视剧行业进入壁垒

- (1) 政策准入壁垒
- (2) 资源整合壁垒
- (3) 发行渠道壁垒
- (4) 品牌效应的无形障碍

9.2.2 电视剧行业市场供求分析

- (1) 整体供需状况为供大于求
- (2) 需求呈增加趋势
- (3) 精品剧供不应求

9.2.3 电视剧行业利润水平分析

- (1) 成本分析
- (2) 收入分析

9.2.4 电视剧行业投资风险分析

- (1) 政策监管风险

- (2) 产品风险
- (3) 市场风险
- (4) 税收政策风险
- (5) 市场竞争加剧风险
- (6) 知识产权纠纷风险
- (7) 制作成本上升风险
- (8) 联合投资制作风险
- (9) 安全生产的风险

9.3 中国电视剧行业投资机会与投资建议

9.3.1 电视剧行业投资价值分析

- (1) 电视剧需求空间较大
- (2) 电视剧是电视台主要广告收入来源，投入回报率较高
- (3) 电视剧价格存在巨大上升空间

9.3.2 电视剧行业投资兼并与重组分析

- (1) 电视剧行业投资兼并与重组事件
- (2) 电视剧行业投资兼并与重组动向

9.3.3 电视剧行业投资机会分析

- (1) 长期机遇：多屏时代，精品剧面临长期涨价与需求量扩张的黄金机遇
- (2) 短期价格走势：精品剧均价提升趋于平稳，重点热播剧价格弹性空间大
- (3) 下游容量趋势：渠道差异化竞争带来黄金剧集容量提升趋势明显

9.3.4 电视剧行业投资建议

图表目录：

图表1：2005-2013年国产电视剧数量变化（单位：部，集）

图表2：中国电视剧行业主要法律法规和政策

图表3：国内电视剧制作机构分类

图表4：中国电视剧的发行层次图

图表5：2002-2013年中国电视综合人口覆盖率及变化（单位：%）

图表6：2005-2013年中国有线电视用户数量及变化（单位：万户，%）

图表7：2005-2013年中国有线数字电视用户数量及变化（单位：万户，%）

图表8：全球主要电视节目类型变化对比（单位：%）

图表9：全球人均收视时间历年变化（单位：分钟）

图表10：2012年美国的电视剧播出量和结构（单位：集，%）

图表11：2012-2013播出季美国电视剧制作市场结构（单位：%）

图表12：2013年韩国三大电视机构电视剧收视率TOP10（单位：% ，集）

图表13：2014年韩国部分穿越剧一览表

图表14：2005-2011年加拿大英语和外国英语电视节目全天收视份额对比（单位：%）

图表15：2005-2011年加拿大英语和外国英语电视节目黄金时段收视份额对比（单位：%）

图表16：2005-2011年加拿大法语和外国法语电视节目全天收视份额对比（单位：%）

图表17：2005-2011年加拿大法语和外国法语电视节目黄金时段收视份额对比（单位：%）

图表18：2011年-2012年加拿大英语电视节目收视排行（单位：人）

图表19：2005-2011年加拿大英语区本土电视剧和外国英语电视剧全天收视份额对比（单位：%）

图表20：2005-2011年加拿大英语区本土电视剧和外国英语电视剧黄金时段收视份额对比（单位：%）

图表21：2005-2011年加拿大法语区本土电视剧和外国电视剧全天收视份额对比（单位：%）

图表22：2005-2011年加拿大法语区本土电视剧和外国电视剧黄金时段收视份额对比（单位：%）

图表23：2005-2012年加拿大英语区电视节目制作成本统计（单位：千加元/小时）

图表24：2005-2012年加拿大法语区电视节目制作成本统计（单位：千加元/小时）

图表25：CTF资助的加拿大电视剧海外播出情况统计

图表26：日本电视市场规模（单位：个，万户，亿日元，%）

图表27：日本电视媒体构造图

图表28：2013年日本电视剧收视排行TOP10（单位：%）

图表29：电视剧行业产业链结构图

图表30：电视剧产业价值链重构图

图表31：2007-2013年电视剧制作机构数量统计（单位：家）

图表32：1994-2013年全国电视台数量统计（单位：座）

图表33：2001-2013年电视剧交易额及获准发行新剧数量（单位：亿元，部）

图表34：2012-2013年部分电视剧网络版权价格（万元）

图表35：2012年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36：涌入影视剧制作行业的各类机构

图表37：2005-2013年电视剧产量及上星比例（单位：集，%）

图表38：2006-2014年电视剧单集平均价格及增长率（单位：万/集，%）

图表39：2013年部分国产电视剧例举

图表40：2014年湖南卫视周六不同时段5秒广告刊例价（单位：元）

图表41：2014年广东卫视周六不同时段5秒广告刊例价（单位：元）

图表42：2013年排名前十的电视剧与综艺节目收视率比较（单位：%）

- 图表43：2013年美国电视节目广告收入排行（单位：万美元/30分钟）
- 图表44：2005-2012年各级频道收视市场份额变化（历年所有样本城市）（单位：%）
- 图表45：2013年省级卫视电视剧收视率占比情况（单位：%）
- 图表46：2007-2012年电视剧播出及审批发行统计（单位：部，集，遍）
- 图表47：2007-2013年部分热播剧单集售价（不含网络版权收入）（单位：万元）
- 图表48：2001-2012年全国电视剧采购支出占电视广告收入比重（单位：亿元，%）
- 图表49：2011-2012年中央电视台及部分省级电视台广告收入情况（单位：亿元）
- 图表50：2011-2015年优质剧与普通剧价格差距情况及预测（单位：万/集，倍）
- 图表51：2013年全国获准发行当代国产电视剧题材统计（单位：部，集，%）
- 图表52：2013年全国获准发行现代国产电视剧题材统计（单位：部，集，%）
- 图表53：2013年度全国获准发行近代国产电视剧题材统计（单位：部，集，%）
- 图表54：2013年度全国获准发行古代国产电视剧题材统计（单位：部，集，%）
- 图表55：2013年度全国获准发行重大国产电视剧题材统计（单位：部，集，%）
- 图表56：2013年申报剧目年度情况统计（单位：部，集）
- 图表57：2012-2013年取得发行许可证部数与集数对比（单位：部，集）
- 图表58：2013年发行许可证年度题材比例（单位：%）
- 图表59：2007-2013年全国拍摄制作电视剧备案公示情况统计（单位：部，集）
- 图表60：2007-2013年获发行许可证剧目统计（单位：部，集）
- 图表61：2007-2013年制作机构数量变化统计（单位：家）
- 图表62：2007-2013年全国电视剧生产发行部数和集数（单位：部，集）
- 图表63：2005-2013年电视剧播出份额、收视份额及资源使用效率（单位：%）
- 图表64：2007-2013年卫视频道电视剧播出份额、收视份额及资源使用效率（单位：%）
- 图表65：2007-2013年各级频道的电视剧市场份额比较（单位：%）
- 图表66：2007-2013年晚间（18:00-24:00）主要题材电视剧的播出比重（单位：%）
- 图表67：2013年中央级频道主要题材电视剧的播出比重（单位：%）
- 图表68：2013年省级卫视主要题材电视剧的播出比重（单位：%）
- 图表69：2013年省地面频道主要题材电视剧的播出比重（单位：%）
- 图表70：2013年城市频道主要题材电视剧的播出比重（单位：%）
- 图表71：2013年部分电视台电视剧广告招标收入表（单位：亿元）
- 图表72：2011-2013年各级频道电视剧收视份额（单位：%）
- 图表73：2012-2013年省卫视频道全天市场份额分布（单位：%）
- 图表74：2002-2013年不同类型节目收视比重（单位：%）
- 图表75：2012年各级频道组电视剧的观众构成（单位：%）
- 图表76：2012年各级频道组电视剧的观众集中度（单位：%）
- 图表77：2013年中央电视台播出的内地剧收视率TOP10（单位：%）

- 图表78：2013年省级卫视播出的内地剧收视率TOP10（单位：%）
- 图表79：2004-2015年电视广告收入及预测（单位：亿元，%）
- 图表80：2011-2012年中央台广告时长和占比（单位：小时，%）
- 图表81：2011-2012年省级卫视广告时长和占比（单位：小时，%）
- 图表82：2006-2013年省级卫视广告时长和占比（单位：小时，%）
- 图表83：有线运营商业模式变化
- 图表84：2007-2013年中国IPTV用户数量（单位：万户）
- 图表85：2007-2013年中国有线宽带用户数量（单位：万户）
- 图表86：2014年中国三网融合产业规模及用户数量预测（单位：亿元，万户，%）
- 图表87：2007-2013年中国视频用户规模变化（单位：亿人，%）
- 图表88：2012年中国网络视频用户职业分布
- 图表89：2013年6月-12月中国视频网民经常观看的网络视频占比（单位：%）
- 图表90：2013年中国网民最关注电视剧排行榜（单位：亿次）
- 图表91：2012-2013中国在线视频行业广告收入（单位：亿元，%）
- 图表92：近年来中国主要视频网站自制剧情况（单位：%）
- 图表93：2012-2013优酷土豆内容成本占收入比重（单位：%）
- 图表94：电视剧制作机构分类
- 图表95：2011-2013年浙江华策影视股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
- 图表96：2011-2013年浙江华策影视股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表97：2011-2013年浙江华策影视股份有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表98：2011-2013年浙江华策影视股份有限公司偿债能力分析（单位：%）
- 图表99：2011-2013年浙江华策影视股份有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表100：浙江华策影视股份有限公司组织结构图
- 图表101：浙江华策影视股份有限公司优劣势分析
- 图表102：2011-2013年华谊兄弟传媒股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
- 图表103：2011-2013年华谊兄弟传媒股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表104：2011-2013年华谊兄弟传媒股份有限公司运营能力分析（单位：次）
- 图表105：2011-2013年华谊兄弟传媒股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）
- 图表106：2011-2013年华谊兄弟传媒股份有限公司发展能力分析（单位：%）
- 图表107：华谊兄弟传媒股份有限公司组织结构图
- 图表108：华谊兄弟传媒股份有限公司优劣势分析
- 图表109：中视传媒股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图
- 图表110：2011-2013年中视传媒股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
- 图表111：2011-2013年中视传媒股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
- 图表112：2011-2013年中视传媒股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表113：2011-2013年中视传媒股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表114：2011-2013年中视传媒股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表115：中视传媒股份有限公司优劣势分析

图表116：2011-2013年北京光线传媒股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）

图表117：2011-2013年北京光线传媒股份有限公司盈利能力分析（单位：%）

图表118：2011-2013年北京光线传媒股份有限公司运营能力分析（单位：次）

图表119：2011-2013年北京光线传媒股份有限公司偿债能力分析（单位：%、倍）

图表120：2011-2013年北京光线传媒股份有限公司发展能力分析（单位：%）

.....另有62个图表。

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201511/358332.html>