2022-2028年中国电视剧行业市场研究分析及投资机会预测报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国电视剧行业市场研究分析及投资机会预测报告》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/202111/986142.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

智研咨询发布的《2022-2028年中国电视剧行业市场研究分析及投资机会预测报告》共十章。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
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
5.5 热播电视剧创作特征分析
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 2021年热播电视剧营销实践分析
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 2021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
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
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
9.3 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
10.3 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 （ZY LZQ）
部分图表目录：
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11：2021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
更多图表请见正文……

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/202111/986142.html