

# 2018-2024年中国影视剧行业市场分析预测及投资 战略研究报告

报告大纲

智研咨询

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

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国影视剧行业市场分析预测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/201710/578149.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

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、智研咨询整理

智研咨询发布的《2018-2024年中国影视剧行业市场分析预测及投资战略研究报告》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衍生品开发
- 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况

#### 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 中国影视剧衍生产业开发现状

#### 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、智研咨询整理

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、智研咨询整理

##### 2013-2017 年电视剧和网络剧上线

数据来源：公开资料、智研咨询整理

##### 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

图表：2011-2017年各级频道影视剧收视份额

图表：2013-2017年中央级频道全天各时段影视剧人均收视量

图表：2013-2017年省级上星频道各时段影视剧收视量分布

图表：2012-2017年各题材影视剧播出比重

图表：2017年各级频道各类节目收播比重

图表：2017年省级卫视晚间黄金时段影视剧收视排行榜前十位

图表：2003-2017年观众人均每日电视收视时长（历年所有调查城市）

图表：2014-2017年网络视频用户数及使用率

图表：电视广告收入与GDP的相关性

图表：影视剧占电视台收视与播出比重

图表：“限娱令”、“限播令”强化电视台对内容资源的争夺

图表：2018-2024年中国影视剧行业市场规模预测

图表：2018-2024年中国影视剧产量预测

图表：影视剧的市场力量

图表：我国网络视频服务行业发展阶段

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201710/578149.html>