2021-2027年中国电视剧行业市场发展前景及投资规模预测报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国电视剧行业市场发展前景及投资规模预测报告》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/202011/908944.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

电视剧（TVplay; teleplay; TV drama; TV serial;）一种专为在电视上播映的演剧形式。它兼容电影、戏剧、文学、音乐、舞蹈、绘画、造型等现代艺术诸元素，是一种适应电视广播特点、融合舞台和电影艺术的表现方法而形成的现代艺术样式。一般分单本剧和系列剧（电视影集）。电视剧是随着电视广播事业的诞生而发展起来的，在这幕后有一定的推动作用致使一些电视剧网站孕育而生，比较典型的分类电视剧在线观看网站很受大众的喜爱。生活中，电视剧的定义已经狭义化，仅指电视剧集系列，而非其他形式。“电视剧”的概念是中国特有的，在美国称“电视戏剧”，在苏联称“电视故事片”，在日本称“电视小说”。

电视剧（又称为剧集、电视戏剧节 目、电视戏剧或电视系列剧）是一种适应电视广播特点、融合舞台和电影艺术的表现方法而形成的艺术样式。一般分单元剧和连续剧，利用电视技术制作并通过电视网放映。电视发明后不断普及，最后改变大家对艺术欣赏的方式。电视剧的播放平台一般叫剧场。

智研咨询发布的《2021-2027年中国电视剧行业市场发展前景及投资规模预测报告》共十三章 。首先介绍了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：

第一部分 电视剧行业发展环境
第一章 电视剧行业发展综述
第一节 电视剧行业定义及分类
一、行业定义
二、行业分类
第二节 电视剧行业特征分析
一、经营模式
二、区域性特征
三、周期性特征
四、娱乐性和教育性
第三节 电视剧行业产业链分析

一、电视剧行业产业链简介
二、产业链上游发展分析
1、剧本及编剧状况
2、制片机构状况
三、产业链下游发展分析
1、电视产业发展分析
2、音像出版发展分析
3、新媒体发展分析
四、上下游行业影响分析
1、上游行业对本行业的影响分析
2、下游行业对本行业的影响分析
第四节 电视剧行业价值链分析
一、题材策划
二、拍摄制作
三、发行销售
四、播放服务
第二章 电视剧行业发展环境分析
第一节 电视剧行业政策环境分析
一、电视剧行业主管部门分析
二、电视剧行业监管体制分析
三、电视剧行业主要政策法规
四、电视剧行业未来政策趋势
第二节 电视剧行业经济环境分析
一、宏观经济环境分析
二、电视剧行业周期与宏观经济周期分析
第三节 电视剧行业社会环境分析
一、电视机及用户数量
二、电视频道及收视
三、电视广告行业
四、广播电视行业
五、网络视频行业
第四节 电视剧行业技术环境分析
一、电视剧制作技术分析
1、电视剧制作流程分析
2、演播室直接完成的制作

3、对编完成的制作
4、支撑艺术上反复创作的制作
5、引用时间码（LTC）功能的制作
6、引用双重时间码（LTC/VITC）功能的制作
7、引用计算机非线性制作
二、广播电视传输技术发展分析
1、行业技术活跃程度
2、行业专利增长趋势
3、技术领先企业技术分析
4、目前最热门技术分析
三、数字技术对电视剧的影响分析
1、数字技术综述及在影视剧方面的应用
2、数字技术对不同题材电视剧创作的影响
3、数字技术对电视剧整体包装的影响
4、借鉴电影中数字技术的运用手段
5、数字技术运用于电视剧创作的发展前景展望
第二部分 电视剧所属行业发展现状
第三章 全球电视剧所属行业发展现状分析
第一节 全球电视剧市场总体情况分析
一、全球所有节目类型分析
二、全球人均收视时间分析
三、全球电视剧行业发展现状
四、全球电视剧市场类别分析
五、全球电视剧竞争格局分析
六、全球电视剧市场发展趋势
第二节 美国电视剧市场发展分析
一、美国电视剧发展综述
二、美国电视剧产品生产流程
三、美国电视剧产量与结构
四、美国电视剧营销分析
五、美国电视剧主要赢利点
第三节 韩国电视剧市场发展分析
一、韩国电视剧制作机构
二、韩国电视剧产量分析
三、韩国电视剧类型与播出特点

四、韩国电视剧主要收视分析
五、韩国电视剧在我国传播分析
第四节 日本电视剧市场发展分析
一、日本电视产业概述
二、日本电视剧类型与播出特点
三、日本电视剧特征分析
四、日本电视剧主要收视分析
五、日本电视剧在我国传播分析
第五节 我国电视剧行业的国际比较分析
一、我国、美国、香港电视剧产业链比较分析
1、产业链上游-电视剧制作播出模式比较分析
2、产业链中游-电视剧经营销售模式比较分析
3、产业链下游-电视剧的衍生产品比较分析
4、启示
二、国内外电视剧产业比较分析
1、中美电视剧行业比较分析
2、中韩电视剧行业比较分析
三、国内外周播剧比较分析
1、剧目立项及审查制度不同
2、制作模式及收视习惯不同
3、获利方式不同
四、国外电视剧的发展模式启示分析
1、美剧的发展模式
2、英剧的发展模式
3、韩剧的发展模式
4、对国产剧的启示
第四章 我国电视剧所属行业发展现状分析
第一节 电视剧市场发展现状分析
一、电视剧行业运行回顾分析
1、电视剧行业政策调控分析
2、电视剧行业编排播出分析
3、电视剧行业生产制造分析
4、电视剧产业格局发展分析
二、电视剧行业发展特点分析
1、电视剧行业一剧两星分析

2、电视剧行业台网融合分析
3、电视剧行业IP风潮分析
4、电视剧行业制播模式分析
5、电视剧行业传统正剧分析
三、电视剧行业发展态势分析
1、电视剧行业内容生态分析
2、电视剧行业竞争态势分析
3、电视剧行业营销升级分析
第二节 电视剧行业发展热点分析
一、电视剧制作行业转型升级分析
1、新政对电剧视制作主体的影响分析
2、电视剧制作行业转型升级策略分析
二、电视剧购播市场的变化分析
1、新政对电视剧购播市场影响分析
2、电视台调整编播模式的策略分析
3、视频网站购播电视剧的策略分析
三、“互联网+电视剧”发展分析
1、“互联网+”对电视剧行业影响分析
2、电视剧T2O模式的背景及应用现状
3、我国电视剧T2O模式面临问题分析
4、电视剧T2O模式未来发展策略分析
四、电视剧“走出去”与海外市场分析
1、我国电视剧海外细分市场分析
2、电视剧“走出去”的困境分析
3、电视剧“走出去”的策略分析
第三节 我国自制电视剧市场分析
一、我国自制电视剧的发展与类型
1、我国自制电视剧发展历程
2、我国自制电视剧类型
二、我国自制电视剧发展优势分析
1、自制电视剧市场前景乐观
2、制播合一的优势
3、达到多方共赢
三、我国自制电视剧存在问题分析
1、编剧题材方面

2、制作技术方面
3、市场运营方面
4、实践操作方面
四、湖南卫视自制电视剧案例分析
1、湖南卫视自制电视剧的发展现状
2、湖南卫视自制电视剧的发展特色
3、湖南卫视自制电视剧的发展问题
五、我国自制电视剧的总结与展望
1、对我国自制电视剧发展的总结
2、对我国自制电视剧发展的展望
第四节 我国网络剧市场发展分析
一、网络剧行业发展现状分析
1、网络剧的概念界定及分类
2、网络剧行业发展环境分析
3、网络剧行业发展规模分析
二、网络剧行业竞争态势分析
1、网络剧与电视剧比较分析
2、网络剧制作市场格局分析
3、主要网络剧制作机构策略
4、网络剧制作机构市场表现
三、网络剧需求偏好特征分析
1、Kano模型分析
2、网络剧故事特点分析
3、网络剧要素特点分析
四、网络剧受众行为及渠道分析
1、网络剧收看频率和时间
2、网络剧收看时长
3、网络剧收看习惯
4、网络剧收看及获取渠道
5、网络剧收看类型
6、网络剧收看性别
五、网络剧行业发展趋势分析
1、网络剧变化分析
2、网络剧影响分析
3、网络剧发展趋势

第五节 电视剧植入广告发展现状分析
一、电视剧植入广告相关概述
1、植入广告
2、电视剧植入广告
3、电视剧植入广告主要形式
4、电视剧植入广告发展现状
二、电视剧植入广告的合理性与可行性分析
1、电视剧与广告的差异和共性
2、电视剧植入广告的合理性分析
3、电视剧植入广告的可行性分析
4、电视剧植入广告的个案分析
三、电视剧植入广告存在的问题
1、电视剧的泛商业化
2、植入广告方式粗糙
3、高收视、低评价致使媒介生态失衡
4、合理性、合法性遭质疑,监管缺失
四、电视剧植入广告未来发展思考分析
1、以电视剧为基础，巧妙植入商业因素
2、广告定制剧-可借鉴的广告手法
3、合理的监管体系
第六节 电视剧衍生产业开发思路分析
一、书报刊与电子出版物发行
二、广播与电影服务
三、文艺创作及表演服务
四、互联网信息服务
五、旅游及娱乐文化服务
六、文化产品出租与拍卖服务
七、文化用品生产
八、版权服务
第五章 我国电视剧行业市场供需分析
第一节 电视剧行业产能分析
一、广播电视制作经营许可证分析
二、电视剧行业备案部数分析
三、电视剧行业备案题材分析
第二节 电视剧行业供给分析

一、电视剧行业供给方分析
二、电视剧行业发行数量分析
三、电视剧行业发行题材比重分析
第三节 电视剧行业需求分析
一、电视剧行业需求方分析
二、电视剧行业交易额分析
三、观众对电视剧需求分析
四、电视台对电视需求分析
五、海外对电视剧需求分析
六、网络视频对电视剧需求分析
七、IPTV和有线点播对电视剧需求分析
第四节 电视剧行业供需平衡分析
一、电视剧供给方和需求方的关系
二、电视剧行业供需平衡分析
第五节 电视剧所属行业进出口市场分析
一、电视剧所属行业进口总量
二、电视剧所属行业进口总额
三、电视剧所属行业出口总量
四、电视剧所属行业出口总额
五、电视剧所属行业进出口市场展望
第六章 我国电视剧行业营销趋势及策略分析
第一节 电视剧行业营销环境
一、电视剧产业的内部环境
二、国家文化政策的影响
三、市场受众需求的变化
第二节 电视剧行业营销渠道
一、电视剧行业营销方式
二、电视剧行业营销渠道
第三节 电视剧行业营销问题
一、机制问题带来的营销问题
二、我国电视剧的消费者问题
三、电视剧的制片方营销问题
四、电视剧营销问题的根源探究
第四节 电视剧行业营销趋势分析
一、电视剧营销“技术化”

二、电视剧营销“大片化”
三、电视剧营销“品牌化”
四、电视剧营销“国际化”
第五节 电视剧市场营销的战略
一、市场细分选择目标市场
二、电视剧定位
三、营销组合
第六节 电视剧市场营销的战术
一、地毯式轰炸
二、主动出击
三、随片就市，不失时机
四、逆时而动，与众不同
五、蓄势不发，以待佳期
六、两步发行，提前回本
七、渐进有序，梅开二度
八、力炒卖点，正反结合
九、制造观众，大小通吃
十、优化组合，以老带新
十一、利用资源，开创品牌
十二、立足国内，放眼海外
十三、相关产品，一个都不能少
第七节 电视剧行业营销的模式及策略分析
一、电视剧营销模式分析
1、直销模式
2、分销模式
3、“期货”交易模式
4、零销模式
二、制作方营销策略分析
1、从题材规划入手
2、打造精品剧的同时降低制作成本
3、利用品牌进行宣传
4、拓展发行渠道、重视网络营销
5、案例分析
三、播出方营销策略分析
1、以观众需求为出发点

2、频道和剧场品牌化建设
3、积极开展跨媒体合作
4、利用多种营销方式
5、案例分析
第三部分 电视剧市场领航调研
第七章 我国电视剧制作与发行市场研究
第一节 电视剧制作机构市场分析
一、制作许可证持证数量分析
二、电视剧制作机构竞争格局
三、电视剧制作机构市场份额
第二节 电视剧制作与发行规模分析
一、电视剧拍摄制作备案分析
1、电视剧拍摄制作备案数量规模
2、电视剧拍摄制作备案题材结构
二、电视剧制作发行规模分析
1、电视剧制作发行数量规模分析
2、电视剧制作发行题材结构分析
第三节 电视剧各类题材市场分析
一、电视剧各类题材市场表现分析
二、电视剧各类题材市场特点分析
第四节 电视剧制作市场特征分析
一、国产剧投资趋于理性
二、供大于求依然严重
三、现实题材热度提升
四、电视剧制作成本上升
第五节 电视剧发行市场特征分析
一、电视剧发行方式
二、电视剧的两次发行
三、电视剧的四级发行市场
四、电视剧版权价格分析
五、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

六、国产电视剧网络发行分析
1、网络发行的优势
2、有待解决的问题
第八章 我国电视剧播出与收视市场研究
第一节 电视剧传统播出平台分析
一、中央级各频道电视剧播出状况
二、省级卫视频道电视剧播出状况
三、省级非上星频道及市级频道播出状况
四、全国电视剧题材播出比重分析
第二节 电视剧网络播出平台分析
一、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
二、网络视频行业整体概况
1、网络视频行业用户规模
2、网络视频行业市场规模
三、视频网站收入构成分析
1、视频网站收入构成分析
2、视频网站广告收入分析
3、视频网站其他收入分析
四、电视剧网络播出平台分析
1、各视频网站电视剧播放概况
2、视频网站网台联播电视剧状况
五、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、视频增值服务模式
六、网络自制剧分析
1、网络自制剧的缘起
2、2020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、网络自制剧趋势分析

七、网络电视剧与传统电视剧收视对比
1、双屏用户热播电视剧收看方式
2、不同年龄段双屏用户热播剧收看方式
3、不同学历双屏用户热播剧收看方式
4、双屏选择影响因素
第三节 电视剧行业收视分析
一、电视剧收视总量分析
二、各级频道电视剧收视份额对比
三、不同类型电视剧收视情况对比
四、各类节 目收视量历年对比分析
五、电视剧收视贡献分析
六、电视剧主要观众状况
1、电视剧观众性别结构
2、电视剧观众年龄结构
3、电视剧观众学历结构
4、电视剧观众职业结构
5、电视剧观众收入结构
七、电视剧收视率TOP10分析
第四节 电视剧所属行业收入分析
一、电视剧版权收入分析
1、电视剧电视台版权收入
2、电视剧网络版权收入
3、电视剧版权收入预测
二、电视剧广告分析
1、电视广告收入规模
2、电视剧广告收入份额
3、电视剧广告投放形式
4、电视剧广告发展趋势
三、电视剧相关产业开发分析
1、纵向开发
2、横向开发
第九章 我国电视剧市场热点专题分析
第一节 “一剧两星”对电视剧行业的影响分析
一、“一剧两星”发展背景分析
1、“一剧两星”的政策背景分析

2、“一剧两星”下购销格局分析
3、“一剧两星”下发展模式变化
二、“一剧两星”市场影响分析
1、“一剧两星”对电视台的影响分析
2、“一剧两星”对制作方的影响分析
3、“一剧两星”对演员的影响分析
4、“一剧两星”对视频平台的影响分析
5、“一剧两星”对观众的影响分析
6、“一剧两星”对电视剧行业影响分析
第二节 三网融合对电视剧行业的影响分析
一、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意义
二、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
2、三网融合有利于电视剧的发展
3、三网融合对视频运营模式的影响
三、三网融合进展分析
1、运营商加大投资力度
2、三网融合用户数量取得突破
3、各地区试点与实施方案
第三节 电视剧周播模式分析
一、我国周播剧现状
二、我国周播剧特点
三、我国周播剧发展的限制因素
四、我国周播剧发展建议
第四节 独播剧、自制剧和定制剧分析
一、自制剧、独播剧与定制剧的概念
二、国内自制剧分析
三、定制剧与自制剧的现状
四、国内定制剧将占据主流
第五节 互联网电视盒子市场现状和模式探讨
一、互联网电视盒子市场现状
二、互联网电视盒子市场问题

三、互联网电视盒子市场主体
四、互联网电视盒子发展模式
第六节 电影的电视剧改编分析
一、改编的可行性及动因
1、电视剧艺术本体的追求
2、受众心理分析
3、商业盈利的市场需求
二、电影到电视剧的文本转换
1、题材选择的新颖性
2、叙事主题的置换
3、叙事策略的张力
4、细节 描写的逼真性
5、人物塑造的立体感
三、改编的策略分析
1、坚持其文化品格
2、提升其审美价值
3、重视观众的审美接受心理
第七节 电视剧IP热潮分析
一、IP及相关产业内涵分析
二、IP产业链分析
三、电视剧IP成功案例分析
四、电视剧IP注意因素分析
五、电视剧IP前景分析
第四部分 电视剧行业竞争格局
第十章 我国电视剧行业竞争格局分析
第一节 电视剧行业竞争结构分析
一、同行业内的竞争能力
二、潜在竞争者的进入能力
三、替代品的替代能力
四、客户的讨价还价能力
五、供应商的讨价还价能力
第二节 电视剧行业竞争特点分析
一、对观众注意力资源的争夺，省级卫视整体占优
二、对优秀剧目资源的争夺，强势平台占优
三、收视扁平化、平庸化，顶尖剧目严重缺乏

四、市场重新洗牌，竞争格局有待明朗
五、独家首播成为竞争利器，多家首播胜在联合
第三节 电视剧行业竞争格局分析
一、国内外电视剧竞争分析
二、我国电视剧市场竞争分析
三、我国电视剧市场集中度分析
四、国内主要电视剧企业动向
第四节 电视剧市场竞争策略分析
一、独播剧红海力争潮头，自制、外购因地制宜
二、自制剧外销，与兄弟电视台竞合求双赢
三、创新营销方案，加大自制剧植入广告
四、探索微剧模式，打造电视剧竞争新掘金点
五、台网联动，大剧播出携手视频网站优势互补
第五节 提升我国电视剧产业竞争力对策
一、国家层面
二、产业层面
三、企业层面
四、国际贸易角度
第十一章 我国重点电视剧企业经营分析
第一节 电视剧制作公司经营分析
1、企业发展简介分析
2、企业电视剧制作分析
3、企业经营情况分析
4、企业经营模式分析
二、华谊兄弟传媒股份有限公司
1、企业发展简介分析
2、企业电视剧制作分析
3、企业经营情况分析
4、企业经营模式分析
三、中视传媒股份有限公司
1、企业发展简介分析
2、企业电视剧制作分析
3、企业经营情况分析
4、企业经营模式分析
四、北京光线传媒股份有限公司

1、企业发展简介分析
2、企业电视剧制作分析
3、企业经营情况分析
4、企业经营模式分析
五、北京华录百纳影视股份有限公司
1、企业发展简介分析
2、企业电视剧制作分析
3、企业经营情况分析
4、企业经营模式分析
六、海润影视制作有限公司
1、企业发展简介分析
2、企业电视剧制作分析
3、企业经营情况分析
4、企业经营模式分析
七、北京小马奔腾文化传媒股份有限公司
1、企业发展简介分析
2、企业电视剧制作分析
3、企业经营情况分析
4、企业经营模式分析
八、无锡慈文传媒有限公司
1、企业发展简介分析
2、企业电视剧制作分析
3、企业经营情况分析
4、企业经营模式分析
九、厦门金英马影视传媒股份有限公司
1、企业发展简介分析
2、企业电视剧制作分析
3、企业经营情况分析
4、企业经营模式分析
十、欢瑞世纪影视传媒股份有限公司
1、企业发展简介分析
2、企业电视剧制作分析
3、企业经营情况分析
4、企业经营模式分析
第二节 电视剧播出平台经营分析

一、乐视网
1、平台发展简介分析
2、平台的电视剧购买分析
3、平台的电视剧播出分析
4、平台的电视剧收视分析
二、爱奇艺
1、平台发展简介分析
2、平台的电视剧购买分析
3、平台的电视剧播出分析
4、平台的电视剧收视分析
三、优酷网
1、平台发展简介分析
2、平台的电视剧购买分析
3、平台的电视剧播出分析
4、平台的电视剧收视分析
四、腾讯视频
1、平台发展简介分析
2、平台的电视剧购买分析
3、平台的电视剧播出分析
4、平台的电视剧收视分析
五、搜狐视频
1、平台发展简介分析
2、平台的电视剧购买分析
3、平台的电视剧播出分析
4、平台的电视剧收视分析
六、中央电视台
1、平台发展简介分析
2、平台的电视剧购买分析
3、平台的电视剧播出分析
4、平台的电视剧收视分析
七、湖南电视台
1、平台发展简介分析
2、平台的电视剧购买分析
3、平台的电视剧播出分析
4、平台的电视剧收视分析

八、江苏电视台
1、平台发展简介分析
2、平台的电视剧购买分析
3、平台的电视剧播出分析
4、平台的电视剧收视分析
九、浙江电视台
1、平台发展简介分析
2、平台的电视剧购买分析
3、平台的电视剧播出分析
4、平台的电视剧收视分析
十、安徽电视台
1、平台发展简介分析
2、平台的电视剧购买分析
3、平台的电视剧播出分析
4、平台的电视剧收视分析
第五部分 电视剧行业发展趋势
第十二章 我国电视剧行业发展趋势预测
第一节 2021-2027年电视剧行业发展驱动因素
一、电视剧行业发展驱动因素
1、政策利好
2、文化消费增长
3、市场竞争日益规范
4、三网融合的推动
5、新技术应用带来机遇
6、海外市场拓宽盈利渠道
二、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
第二节 2021-2027年电视剧行业发展前景预测
一、电视剧制作企业收入具有预测性
二、电视剧交易额增长具有稳定性
三、一线卫视电视剧采购规模仍将扩大
第三节 2021-2027年电视剧市场发展趋势预测
一、资本并购及上市热潮趋势分析

二、制作机构跨界合作转型趋势分析
三、电视剧从版权到品牌变化趋势分析
第四节 2021-2027年电视剧细分市场发展趋势预测
一、电视剧制作趋势分析
1、一剧两星新政或致制作公司两极分化
2、产业资本并购与上市热潮加速
3、新政加速行业调整，优质资源或将抱团
4、新政加快新剧流通速度，缓解库存压力
二、电视剧发行市场趋势预测
三、电视剧播出收视趋势预测
四、视频网站发展趋势预测
第五节 2021-2027年电视剧行业发展规模预测
一、电视剧行业市场供给预测
二、电视剧行业市场交易额预测
第六部分 电视剧行业投资战略规划(ZY LZQ)
第十三章 我国电视剧行业投资战略规划
第一节 电视剧行业投资特性分析
一、电视剧商业特性分析
1、品质特性
2、边际成本特性
3、产品衍生功能
4、成本与效益的关系
二、电视剧盈利渠道分析
1、电视剧创造的产品及其赢利方式
2、电视剧的近期效益与长远效益
3、国产电视剧盈利创新渠道探索
三、电视剧行业壁垒分析
1、资金壁垒
2、政策壁垒
3、人才壁垒
4、销售壁垒
5、资源运用壁垒
第二节 电视剧行业融资分析
一、电视剧行业融资模式
1、政府融资

2、海外融资
3、广告公司的融资
4、社会公司募集资金
5、制作公司和电视台合作
6、国内现阶段电视剧的其他融资渠道
二、电视剧行业融资分析
1、电视剧融资环境分析
2、电视剧融资特点分析
3、电视剧融资规模分析
4、电视剧融资策略分析
第三节 2021-2027年电视剧行业投资风险分析
一、政策监管风险
二、税收政策风险
三、竞争加剧风险
四、知识产权纠纷风险
五、联合投资制作风险
六、安全生产的风险
第四节 2021-2027年电视剧行业投资机会分析
一、电视剧需求空间巨大
二、电视剧投入回报率较高
三、行业具备中长期投资价值
四、精品剧投资机会大
五、卫视黄金档存投资机会
六、新媒体电视剧投资机会
第五节 2021-2027年电视剧行业投资战略规划
一、择机上市
二、投资定制剧
三、投资精品剧
四、投资新媒体播放平台
部分图表目录：
图表：电视剧的分类
图表：电视剧行业的特点分析
图表：电视剧行业初创阶段的特点分析
图表：电视剧行业萌芽阶段的特点分析
图表：电视剧行业发展阶段的特点分析

图表：电视剧行业逐步成熟阶段的特点分析
图表：电视剧行业主管部门职能简介
图表：电视剧行业主要监管体制简介
图表：我国电视剧行业主要法律法规和政策
图表：新数字媒体时代下的电视产品
图表：数字电视技术对电视剧行业的影响分析
图表：2016-2020年电视剧行业备案部数
图表：2016-2020年电视剧行业发行数量
图表：2016-2020年电视剧行业交易额
图表：2016-2020年电视剧行业进口总量
图表：2016-2020年电视剧行业进口总额
图表：2016-2020年电视剧行业出口总量
图表：2016-2020年电视剧行业出口总额
图表：2016-2020年制作许可证持证数量
图表：2020年电视剧制作机构竞争格局
图表：2016-2020年电视剧拍摄制作备案数量规模
图表：2016-2020年电视剧拍摄制作备案题材结构
图表：2016-2020年电视剧制作发行数量规模
图表：2016-2020年电视剧制作发行题材结构
图表：2016-2020年我国网民规模与互联网普及率
图表：2016-2020年我国网络经济市场规模分析
图表：2016-2020年我国网络广告市场规模分析
图表：2021-2027年电视剧行业备案部数预测
图表：2021-2027年电视剧行业发行数量预测
图表：2021-2027年电视剧行业发行题材比重预测
图表：2021-2027年电视剧行业交易额预测
图表：2021-2027年电视剧题材播出比重预测
图表：2021-2027年电视剧行业进口总量预测
图表：2021-2027年电视剧行业进口总额预测
图表：2021-2027年电视剧行业出口总量预测
图表：2021-2027年电视剧行业出口总额预测
图表：2021-2027年电视剧版权收入预测
图表：2021-2027年网络视频行业用户规模预测
图表：2021-2027年网络视频行业市场规模预测
图表：2021-2027年视频网站广告收入预测

图表：2021-2027年视频网站其他收入预测
图表：2021-2027年电视剧电视台版权收入预测
图表：2021-2027年电视剧网络版权收入预测
更多图表见正文……

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/202011/908944.html