

2025-2030年中国电视剧行业发展前景与投资机会分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国电视剧行业发展综述**1.1 电视剧行业概述**

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

1.1.3 电视剧行业发展历程

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

1.2.2 行业监管体制

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 宏观经济因素分析

- (1) 宏观经济发展情况
- (2) 国内经济对电视剧行业的影响

1.3.2 市场需求因素分析

- (1) 电视剧市场的潜在需求分析
- (2) 电视剧市场的实际需求分析
- (3) 中国电视剧需求市场的评价

1.3.3 新技术影响因素分析

- (1) 新数字媒体的时代特征
- (2) 数字电视技术的影响
- (3) 5G技术的影响

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 全球电视剧竞争格局分析

- (1) 美剧和英剧占据主体地位
- (2) 意、韩等剧具有局部影响力

2.1.4 全球电视剧发展趋势分析

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

- (1) 美国电视剧发展概述
- (2) 美国电视剧主要类型
- (3) 美国电视剧产量分析

2.2.2 美国电视剧市场格局

2.2.3 美国电视剧产业链特征

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 美国电视剧特征分析

2.3 加拿大电视剧市场发展分析

2.3.1 加拿大电视剧市场概况

2.3.2 加拿大节目收视分析

2.3.3 加拿大电视剧特征分析

- (1) 加拿大电视剧制作分析
- (2) 加拿大电视剧题材分析

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

- (1) 韩国电视剧制作机构

- (2) 韩国电视剧产量分析
- (3) 韩剧类型与播出特点
- 2.4.2 韩剧收视TOP10分析
- 2.4.3 韩国电视剧特征分析
- 2.4.4 韩剧《面包王金卓求》案例分析

2.5 日本电视剧市场发展分析

- 2.5.1 日本电视产业概述
- 2.5.2 日剧类型与播出特点
- 2.5.3 日剧年度收视TOP10分析
- 2.5.4 近年日本电视剧特征分析

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) 电视剧行业产业链简介
 - (2) 产业链上游发展分析
 - (3) 产业链下游发展分析
- 3.1.2 中国、美国、中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
 - (2) 产业链中游——电视剧经营销售模式比较
 - (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 电视剧行业发展规模
- 3.2.2 电视剧行业进口情况
 - (1) 进口电视剧播放部数情况分析
 - (2) 进口电视剧播出集数情况分析
- 3.2.3 电视剧行业竞争格局
 - (1) 行业整体竞争格局
 - (2) 频道内部竞争格局
- 3.2.4 电视剧行业现存问题解析
 - (1) 行业资本泡沫多
 - (2) 电视剧出口有待提高

3.3 中国电视剧行业发展趋势分析

- 3.3.1 中国电视剧行业将呈现电视台和网络平台融合模式
- 3.3.2 电视剧播出份额受综艺节目影响有限
- 3.3.3 “独播化”推升优质电视剧需求
- 3.3.4 优质电视剧价格上涨趋势趋缓
- 3.3.5 集中度将稳步提升
- 3.3.6 国内定制剧将占据主流市场

第4章：中国电视剧制作与发行情况分析

4.1 中国电视剧剧本题材分析

- 4.1.1 电视剧剧本题材数量分析
- 4.1.2 热播题材电视剧成功因素分析
 - (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
- 4.1.3 我国电视剧创作特征分析

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
- 4.2.3 电视剧融资渠道与方式
- 4.2.4 电视剧融资规模分析
- 4.2.5 电视剧融资策略分析

4.3 中国电视剧生产制作分析

- 4.3.1 电视剧生产情况综述

- 4.3.2 电视剧生产历年对比分析
 - (1) 完成剧目对比
 - (2) 主要题材对比
- 4.3.3 我国电视剧生产特征分析
 - (1) 产量下降, 质量要求更高
 - (2) 生产成本提高, 进入亿元大片时代
 - (3) 定制剧影响产业布局, 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
- 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 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
- 4.4.5 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) 资源使用率
- 5.1.2 各级频道电视剧播出份额对比
- 5.1.3 不同类型电视剧播出份额变化
 - (1) 主力剧目类型分析
 - (2) 省卫视偏好剧型分析
 - (3) 省地面频道偏好剧型分析
 - (4) 城市频道偏好剧型分析
- 5.1.4 我国电视剧播出特征分析
 - (1) 电视剧是立台之本
 - (2) 省卫视偏好播出剧目
- 5.1.5 卫视黄金档拟播电视剧

5.2 中国电视剧收视分析

- 5.2.1 电视剧收视总量分析
- 5.2.2 各级频道电视剧收视份额对比
- 5.2.3 不同类型电视剧收视情况对比
- 5.2.4 各类节目收视量历年对比分析
- 5.2.5 电视剧收视贡献分析
- 5.2.6 电视剧主要观众状况
 - (1) 电视剧观众性别及年龄结构
 - (2) 不同性别对电视剧类型偏好分析
- 5.2.7 电视剧收视率TOP10分析
- 5.2.8 热播优质电视剧特征分析
 - (1) 各级频道热播剧收视表现
 - (2) 优秀热播剧特征案例分析

5.3 中国电视剧收入分析

- 5.3.1 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
- 5.3.2 电视剧广告分析
 - (1) 电视广告收入规模
 - (2) 电视剧广告价格分析
 - (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
 - (2) 横向开发

第6章：中国电视剧行业热点专题分析

6.1 中国网络电视剧发展分析

6.1.1 中国网络视频网民状况概述

- (1) 网络视频网民规模
- (2) 网络视频网民结构
- (3) 网民最关注视频类型
- (4) 网民最关注电视剧分析

6.1.2 主要视频网站影视剧策略

- (1) 腾讯
- (2) 搜狐
- (3) 优酷
- (4) 爱奇艺
- (5) PPTV

6.1.3 网络电视剧盈利模式分析

- (1) 付费观看
- (2) 制作分账
- (3) 商业广告

6.1.4 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) 网络自制剧趋势分析

6.1.5 网络电视剧与传统电视剧收视对比

6.2 中国制播分离制度分析

6.2.1 制播分离政策环境分析

6.2.2 制播分离模式分析

- (1) 栏目承包制
- (2) 节目购买型
- (3) 全频道的制播分离
- (4) 整体的制播分离型

6.2.3 制播分离的重要性解析

6.2.4 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》

6.2.5 电视剧制播分离现存问题

6.2.6 制播分离发展前景分析

6.3 中国三网融合对电视剧的影响分析

6.3.1 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

6.3.2 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
- (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

6.3.3 三网融合进展分析

- (1) 运营商发展概况
- (2) 三网融合用户数量取得突破
- (3) 三网融合发展融合情况

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”主要内容
- (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”主要内容
- (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”主要内容
- (3) “限广令”对电视剧行业的影响

6.5 《延禧攻略》火爆事件概况与影响分析

- 6.5.1 《延禧攻略》火爆事件综述
- 6.5.2 《延禧攻略》火爆事件影响分析

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
- (4) 企业组织架构分析
- (5) 企业运营模式分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业发展战略分析
- (8) 企业最新发展动向

7.2.2 华谊兄弟传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业电视剧制作分析
- (3) 企业运营情况分析
- (4) 企业组织架构分析
- (5) 企业运营模式分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业发展战略分析
- (8) 企业最新发展动向

7.2.3 中视传媒股份有限公司

- (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
- (4) 企业经营优劣势分析
- (5) 企业发展战略分析

7.2.4 北京光线传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业电视剧制作分析
- (3) 企业运营情况分析
- (4) 企业组织架构分析
- (5) 企业运营模式分析
- (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

7.2.5 海润影视制作有限公司

- (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

7.2.6 北京小马奔腾壹影视文化发展有限公司

- (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

7.2.7 北京慈文影视制作有限公司

- (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

7.2.8 北京荣信达影视艺术有限公司

- (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) 企业电视剧制作分析
- (5) 企业经营优劣势分析

7.2.9 广东强视影业传媒有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业电视剧制作分析
- (3) 企业经营优劣势分析

7.2.10 天津唐人影视股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业电视剧制作分析
- (4) 企业经营优劣势分析

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) 企业组织架构分析
- (4) 企业电视剧制作分析
- (5) 企业经营优劣势分析

7.3.2 中国国际电视总公司

- (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

7.3.3 芒果影视文化有限公司

- (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

7.3.4 大连天歌传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业电视剧制作分析
- (5) 企业经营优劣势分析

7.3.5 上海电影（集团）有限公司

- (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

7.3.6 北京紫禁城影业有限责任公司

- (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

7.3.7 珠江电影制片有限公司

- (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

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
- 8.2.2 山东电视台
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业电视剧播放频道分析
 - (4) 企业电视剧收视分析
- 8.2.3 浙江电视台
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业电视剧播放频道分析
 - (4) 企业电视剧收视分析
- 8.2.4 湖南电视台
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业电视剧播放频道分析
 - (4) 企业电视剧收视分析
- 8.2.5 安徽电视台
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业电视剧播放频道分析
 - (4) 企业电视剧收视分析
- 8.2.6 江苏电视台
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业电视剧播放频道分析
 - (4) 企业电视剧收视分析
- 8.2.7 四川电视台
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业电视剧播放频道分析
 - (4) 企业电视剧收视分析
- 8.2.8 上海电视台
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业电视剧播放频道分析
 - (4) 企业电视剧收视分析
- 8.2.9 北京电视台
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业电视剧播放频道分析
 - (4) 企业电视剧收视分析
- 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
 - (3) 乐视网电视剧播放分析
 - (4) 企业经营优劣势分析
 - (5) 企业最新发展动向
 - 8.3.2 百度在线网络技术（北京）有限公司（爱奇艺网）
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业运营情况分析
 - (3) 爱奇艺网电视剧播放分析
 - (4) 企业经营优劣势分析
 - (5) 企业最新发展动向
 - 8.3.3 腾讯控股有限公司（QQlive）
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业运营情况分析
 - (3) QQlive电视剧播放分析

- (4) 企业经营优劣势分析
- (5) 企业最新发展动向
- 8.3.4 优酷信息技术（北京）有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业运营情况分析
 - (3) 网站电视剧播放分析
 - (4) 企业经营优劣势分析
 - (5) 企业最新发展动向
- 8.3.5 上海聚力传媒技术有限公司（PPTV）
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) PPTV电视剧播放分析
 - (4) 企业经营优劣势分析
- 8.3.6 深圳市迅雷网络技术有限公司（迅雷影音）
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 迅雷看看电视剧播放分析
 - (4) 企业经营优劣势分析
- 8.3.7 暴风集团股份有限公司（暴风影音）
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 暴风影音电视剧播放分析
 - (4) 企业经营优劣势分析
- 8.3.8 湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司（芒果TV）
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 第一视频视频服务分析
 - (4) 企业经营情况优劣势分析
 - (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) 市场竞争日益市场化
 - (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
- 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) 电视剧制作企业收入具有前瞻性
 - (2) 电视剧电视台版权收入将持续上涨

9.2 中国电视剧行业投资特性分析

- 9.2.1 电视剧行业发展壁垒
- 9.2.2 电视剧行业市场供求分析
 - (1) 整体供大于求
 - (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) 税收政策风险
 - (3) 竞争加剧风险

- (4) 知识产权纠纷风险
- (5) 联合投资制作风险
- (6) 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) 电视剧需求空间巨大
 - (2) 社会价值高
 - (3) 行业具备中长期投资价值
- 9.3.2 电视剧行业投资机会分析
 - (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
- 9.3.3 电视剧行业投资建议
 - (1) 择机上市
 - (2) 投资定制剧
 - (3) 投资精品剧
 - (4) 投资新媒体播放平台

图表目录

- 图表1: 电视剧的分类(按剧集长短及题材)
- 图表2: 电视剧行业的特点分析
- 图表3: 电视剧行业初创阶段的特点分析
- 图表4: 电视剧行业萌芽阶段的特点分析
- 图表5: 电视剧行业发展阶段的特点分析
- 图表6: 电视剧行业逐步成熟阶段的特点分析
- 图表7: 电视剧行业主管部门职能简介
- 图表8: 电视剧行业主要监管体制简介
- 图表9: 2020-2024年中国电视剧行业主要政策一览表
- 图表10: 2017-2024年上半年中国GDP增长趋势图(单位: 亿元, %)
- 图表11: 2024年中国主要经济指标增长及预测(单位: %)
- 图表12: 主要机构对2019年中国宏观经济的展望(单位: %)
- 图表13: 2018-2024年中国电视综合人口覆盖率及变化(单位: %)
- 图表14: 我国电视剧观众免费频道消费形式简析
- 图表15: 2020-2024年中国网络视频用户数及使用率情况(单位: 万人, %)
- 图表16: 2018-2024年中国手机网络视频用户数及手机网民使用率(单位: 亿人, %)
- 图表17: 中国电视剧需求市场的评价
- 图表18: 新数字媒体时代下的电视产品
- 图表19: 数字电视技术对电视剧行业的影响分析
- 图表20: 电视剧类别在虚拟类节目中的占比分析
- 图表21: 2024年美国与中国的人均收看电视时间对比(单位: 分钟)
- 图表22: 全球电视剧发展趋势分析
- 图表23: 美国电视剧主要类型
- 图表24: 2018-2024年美国电视剧产量情况(单位: 部)
- 图表25: 2024年美国电视剧制作平台结构(单位: %)
- 图表26: 美国电视剧主要盈利模式
- 图表27: 美国电视剧特征分析
- 图表28: 2024年秋季加拿大各大电视台晚间黄金时间档节目收视率TOP10(单位: 万人)
- 图表29: 2017-2024年加拿大部分电视剧类型一览表
- 图表30: 韩国电视剧主要类型与播出特点
- 图表31: 2024年韩国电视剧收视率TOP10(单位: %)
- 图表32: 韩国部分穿越剧一览表
- 图表33: 韩剧《面包王金卓求》成功因素分析
- 图表34: 2024年秋季日剧收视率TOP10(单位: %)
- 图表35: 数字媒体时代的电视剧行业产业链结构图
- 图表36: 我国电视剧行业剧本及编剧状况

- 图表37: 国内电视剧制作机构分类
- 图表38: 2018-2024年度中国电视剧制作甲种机构数量变化 (单位: 家)
- 图表39: 2008-2024年中国电视台数量变化 (单位: 座)
- 图表40: 2018-2024年中国电视产业规模变化趋势 (单位: 亿元)
- 图表41: 2019-2024年中国音像制品营业收入与增长率变化情况 (单位: 亿元, %)
- 图表42: 2024年中国录音制品出版情况 (单位: 种, 万盒(张), %)
- 图表43: 2013-2024年中国网民规模与互联网普及率增长趋势 (单位: 亿人, %)
- 图表44: 2019-2024年中国网络经济市场规模及增长率 (单位: 万亿元, %)
- 图表45: 2019-2024年中国网络视频广告市场规模及增长率 (单位: 亿元, %)
- 图表46: 2020-2024年中国网民各类互联网应用使用率 (单位: 万人, %)
- 图表47: 2019-2024年上半年我国手机网民规模及占网民比例 (单位: 万人, %)
- 图表48: 2020-2024年上半年中国网民上网设备变化情况 (单位: %)
- 图表49: 中国、美国、香港电视剧制播方式比较
- 图表50: 中国、美国电视剧内容结构比较
- 图表51: 中国、美国、香港电视剧制作主体比较
- 图表52: 中国、美国电视剧分销渠道比较
- 图表53: 中国、美国、香港电视剧经营模式比较
- 图表54: 中国、美国、香港电视剧营销模式比较
- 图表55: 中国、美国、香港电视剧衍生产品比较
- 图表56: 数字媒体时代电视剧产业价值链重构图
- 图表57: 我国电视剧行业各营收主体盈利模式分析
- 图表58: 2019-2024年上半年我国省级卫视电视剧播出数量变化及增长率分析 (单位: 部, %)
- 图表59: 2020-2024年中国进口电视剧播出部数以及增长情况分析 (单位: 万部, %)
- 图表60: 2020-2024年中国进口电视剧播出集数以及增长情况分析 (单位: 万集, %)
- 图表61: 2024年中国各级频道市场份额分析 (单位: %)
- 图表62: 2020-2024年省级卫视市场份额对比 (71大中城市, 不包括动画卫视) (单位: %)
- 图表63: 2024年省级地面频道晚间市场份额变化值对比分析 (18:00-24:00) (单位: %)
- 图表64: 2024年市级地面频道晚间市场份额变化额对比 (18:00-24:00) (单位: %)
- 图表65: 2024年排名前十的电视剧与综艺节目收视率比较 (单位: %)
- 图表66: 2024年中国生产电视剧各题材部数占比分析 (单位: %)
- 图表67: 近年热播谍战剧成功因素分析
- 图表68: 社会伦理剧分类
- 图表69: 社会伦理剧成功因素分析
- 图表70: 我国电视剧题材特征分析
- 图表71: 电视剧融资特点分析
- 图表72: 电视剧融资渠道与方式分析
- 图表73: 2019-2024年我国电视剧行业投融资规模分析 (单位: 次, 亿元)
- 图表74: 电视剧融资策略分析
- 图表75: 2018-2024年通过备案公示的电视剧总量 (单位: 部, 百集)
- 图表76: 2018-2024年电视剧生产完成并获得发行许可证的电视总量 (单位: 部, 万集)
- 图表77: 2024年生产完成的电视剧主要题材部数对比 (单位: %)
- 图表78: 中国电视剧发行方式分析
- 图表79: 中国电视剧的发行层次图
- 图表80: 中国电视剧的四级发行市场
- 图表81: 电视剧经电视台和网络同步或跟从播出简析
- 图表82: 电视剧经网络走红后电视台再次播映简析
- 图表83: 电视剧以互联网作为播放的首映平台简析
- 图表84: 互联网网站直接投拍网络电视剧简析
- 图表85: 国产电视剧网络发行的优势分析
- 图表86: 国产电视剧网络发行有待解决的问题
- 图表87: 2018-2024年全国电视剧播出份额变化 (单位: %)
- 图表88: 2018-2024年年电视剧资源使用效率变化 (单位: %)
- 图表89: 2024年我国新剧在各级频道组播出份额 (单位: %)
- 图表90: 2024年不同频道组黄晚档各题材电视剧播出比重 (单位: %)
- 图表91: 2024年省级卫视主要题材电视剧的播出比重 (单位: %)
- 图表92: 2024年全国各类节目播出比重对比 (单位: %)
- 图表93: 2024年部分省级卫视播出的部分独家首播剧
- 图表94: 2024年部分省级卫视联播剧播出情况一览表
- 图表95: 2024年省卫视晚黄档收视率超过1%的献礼剧目 (单位: %)

- 图表96：2024年下半年部分主要省级卫视黄金档拟播剧一览表（单位：集）
- 图表97：2018-2024年我国电视剧收视份额分析（单位：%）
- 图表98：2024年中国各级电视台频道市场份额对比（单位：%）
- 图表99：2024年不同题材电视剧的收视情况对比（单位：%）
- 图表100：2020-2024年主要节目类型收视比重（单位：%）
- 图表101：2024年各频道各类型节目收视比重对比（单位：%）
- 图表102：2024年电视剧观众的性别及年龄构成（单位：%）
- 图表103：2024年不同性别对电视剧类型偏好分析（单位：%）
- 图表104：2024年我国电视剧收视率TOP10一览表（单位：%）
- 图表105：2024年央视和省级上星卫视频道主要热播剧收视率一览表（单位：%）
- 图表106：2024年晚间时段省级地面频道部分热播电视剧情况（单位：个）
- 图表107：优秀热播剧制作方特征分析
- 图表108：《大江大河》成功元素总结
- 图表109：2019-2024年中国电视剧电视台版权收入分析（单位：亿元，%）
- 图表110：2017-2024年中国版权网络视频行业收入规模及预测（单位：亿元，%）
- 图表111：2018-2024年中国电视广告收入规模及增长率（单位：亿元，%）
- 图表112：2024年主流卫视频道电视剧黄金档广告刊例价格分析（单位：万元/次）
- 图表113：2012-2024年热播剧集网络版权销售情况（单位：万元/集，万元/部）
- 图表114：2015-2024年中国国内旅游收入（单位：万亿元，%）
- 图表115：2018-2024年中国文化产业市场规模及增长率（单位：亿元，%）
- 图表116：2024年文化产业进出口情况（单位：亿美元，%）
- 图表117：2020-2024年中国网络视频（含短视频）用户数及使用率情况（单位：万人，%）
- 图表118：2024年中国网络视频用户男女比例（单位：%）
- 图表119：2024年用户不同学历网络视频使用率（单位：%）
- 图表120：2024年中国网络视频用户年龄结构（单位：%）
- 略……完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：<https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！