

2022-2028年中国影视剧行业分析与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国影视剧行业分析与发展趋势研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202203/275818.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

2019年新成立影视公司数量为2597家，同比下降37.27%，吊销/注销公司2996家，同比提高47.22%，2019年全年影视公司数量减少399家，首次出现负增长。此外，截至2020年4月22日，全国范围内已有7300家影视公司注销。2019年电视剧市场总投资规模预计为168亿，同比降低27.59%，创近5年历史新低。在尾部中小企业及生产能力未能经受市场环境考验的企业出清后，未来更多资源及资金将进一步向拥有精品持续产出能力的龙头企业集中。2010-2019年持有《电视剧制作许可证（甲种）》的机构数量数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国影视剧行业分析与发展趋势研究报告》共十四章。首先介绍了影视剧行业市场发展环境、影视剧整体运行态势等，接着分析了影视剧行业市场运行的现状，然后介绍了影视剧市场竞争格局。随后，报告对影视剧做了重点企业经营状况分析，最后分析了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 影视剧行业发展综述

1.1 影视剧行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 影视剧行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 影视剧行业在国民经济中的地位

1.2.3 影视剧行业生命周期分析

（1）行业生命周期理论基础

（2）影视剧行业生命周期

1.3 最近3-5年中国影视剧行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 影视剧行业运行环境分析

2.1 影视剧行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

严格执行影视剧薪酬改革，剧集“量价”都面临限制。2020年2月6日，国家广播电视总局发布了《关于进一步加强电视剧网络剧创作生产管理有关工作的通知》。文件要求在影视剧项目制作备案时，制作机构须向有关广电主管部门承诺已基本完成剧本创作，同时规范集数长度，提倡不超过40集，鼓励30集以内的短剧创作，并做好制作成本配置比例报备工作。

日期	文件名称	发布单位	内容概要
----	------	------	------

2019/2/15	《关于网络视听节目信息备案系统升级的通知》	国家广播电视总局	重点网络影视剧在制作前，需由制作机构提交节目规划信息，经省级广播电视行政部门审核后，将自动获得备案系统生成的规划备案号。重点网络影视剧拍摄制作完成后，制作机构将相关信息在备案系统中登记，经过广电行政部门内容把关的节目，自动获得备案系统生成的上线备案号。
-----------	-----------------------	----------	--

2019/3/22	限古令	国家广播电视总局	网传广电总局出调控新规，从即日起至6月，包括武侠、玄幻、历史、神话、
-----------	-----	----------	------------------------------------

穿越、传记、宫斗等在内的所有古装题材网剧、电视剧、网大都不允许播出。

2019/4/22	《关于严格执行电视剧网络剧制作成本配置比例规定的通知》	中国广播电影电视社会组织联合会电视制片委员会	重申“限薪”，强调各会员单位、影视制作机构和广大电视剧网络剧从业人员要从讲政治的高度深刻认识不当追星炒星、高价片酬等问题造成的不良影响，坚决抵制拜金主义，传播正能量，坚守底线红线。
-----------	-----------------------------	------------------------	--

2019/8/5	《关于做好庆祝新中国成立70周年电视剧展播工作的通知》	国家广播电视总局电视剧司	展播活动遴选86部剧目，供全国各级电视台尤其是各省级卫视自8月起选购播出。全国各级电视台严把选剧关、内容关、播出关，展播期间不得播出娱乐性较强的古装剧、偶像剧，确保播出剧目与宣传期整体氛围相协调。在为期百日的
----------	-----------------------------	--------------	--

展播活动期间，参加展播的剧目要统一加上“庆祝中华人民共和国成立七十周年国家广播电视总局优秀剧目展播”字样。 2020/2/6 《关于进一步加强电视剧网络剧创作生产管理有关工作的通知》 国家广播电视总局 加强源头引导，完善拍摄制作备案公示管理。在申报备案公示时，制作机构须向有关广播电视主管部门承诺已基本完成剧本创作。反对内容“注水”，规范集数长度。电视剧网络剧拍摄制作提倡不超过40集，鼓励30集以内的短剧创作。做好制作成本配置比例情况报备工作。在电视剧网络剧完成片审查阶段，制作机构须将制作成本决算配置比例情况报告、演员片酬合同复印件，提交至有关广播电视主管部门备案。每部电视剧网络剧全部演员总片酬不得超过制作总成本的40%，其中主要演员片酬不得超过总片酬的70%。 2020/2/21 《网络综艺节目内容审核标准细则》 中国网络视听节目服务协会 通用准则包括对主创及出镜人员选用，出镜人员言行举止，造型（服装、化妆）、道具、舞美等布设，文字语言使用问题和节目制作包装等问题作出规定。以及针对访谈及脱口秀，选秀及偶像，情感交友类，少儿亲子类，生活体验等9种类型综艺的明细规定。

数据来源：公开资料整理

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 影视剧行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 影视剧行业社会环境分析

2.3.1 影视剧产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 影视剧产业发展对社会发展的影响

2.4 影视剧行业技术环境分析

2.4.1 影视剧技术分析

2.4.2 影视剧技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国影视剧行业运行分析

3.1 我国影视剧行业发展状况分析

3.1.1 我国影视剧行业发展阶段

3.1.2 我国影视剧行业发展总体概况

3.1.3 我国影视剧行业发展特点分析

- 3.2 2015-2019年影视剧行业发展现状
 - 3.2.1 2015-2019年我国影视剧行业市场规模
 - 3.2.2 2015-2019年我国影视剧行业发展分析
 - 3.2.3 2015-2019年中国影视剧企业发展分析
- 3.3 区域市场分析
 - 3.3.1 区域市场分布总体情况
 - 3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析
- 3.4 影视剧细分产品/服务市场分析
 - 3.4.1 细分产品/服务特色
 - 3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速
 - 3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测
- 3.5 影视剧产品/服务价格分析
 - 3.5.1 2015-2019年影视剧价格走势
 - 3.5.2 影响影视剧价格的关键因素分析
 - (1) 成本
 - (2) 供需情况
 - (3) 关联产品
 - (4) 其他
 - 3.5.3 2022-2028年影视剧产品/服务价格变化趋势
 - 3.5.4 主要影视剧企业价位及价格策略

第四章 我国影视剧所属行业整体运行指标分析

- 4.1 2015-2019年中国影视剧所属行业总体规模分析
 - 4.1.1 企业数量结构分析
 - 4.1.2 人员规模状况分析
 - 4.1.3 行业资产规模分析
 - 4.1.4 行业市场规模分析
- 4.2 2015-2019年中国影视剧所属行业产销情况分析
 - 4.2.1 我国影视剧所属行业工业总产值
 - 4.2.2 我国影视剧所属行业工业销售产值
 - 4.2.3 我国影视剧所属行业产销率
- 4.3 2015-2019年中国影视剧所属行业财务指标总体分析

- 4.3.1 行业盈利能力分析
- 4.3.2 行业偿债能力分析
- 4.3.3 行业营运能力分析
- 4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国影视剧行业供需形势分析

- 5.1 影视剧行业供给分析
 - 5.1.1 2015-2019年影视剧行业供给分析
 - 5.1.2 2022-2028年影视剧行业供给变化趋势
 - 5.1.3 影视剧行业区域供给分析
- 5.2 2015-2019年我国影视剧行业需求情况
 - 5.2.1 影视剧行业需求市场
 - 5.2.2 影视剧行业客户结构
 - 5.2.3 影视剧行业需求的地区差异
- 5.3 影视剧市场应用及需求预测
 - 5.3.1 影视剧应用市场总体需求分析
 - (1) 影视剧应用市场需求特征
 - (2) 影视剧应用市场需求总规模
 - 5.3.2 2022-2028年影视剧行业领域需求量预测
 - (1) 2022-2028年影视剧行业领域需求产品/服务功能预测
 - (2) 2022-2028年影视剧行业领域需求产品/服务市场格局预测
 - 5.3.3 重点行业影视剧产品/服务需求分析预测

第六章 影视剧行业产业结构分析

- 6.1 影视剧产业结构分析
 - 6.1.1 市场细分充分程度分析
 - 6.1.2 各细分市场领先企业排名
 - 6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例
 - 6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）
- 6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析
 - 6.2.1 产业价值链的构成
 - 6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国影视剧行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 产业结构调整方向分析

第七章 我国影视剧行业产业链分析

7.1 影视剧行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 影视剧上游行业分析

7.2.1 影视剧产品成本构成

7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状

7.2.3 2022-2028年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对影视剧行业的影响

7.3 影视剧下游行业分析

7.3.1 影视剧下游行业分布

7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状

7.3.3 2022-2028年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对影视剧行业的影响

第八章 我国影视剧行业渠道分析及策略

8.1 影视剧行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对影视剧行业的影响

8.1.3 主要影视剧企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 影视剧行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 影视剧行业营销策略分析

8.3.1 中国影视剧营销概况

8.3.2 影视剧营销策略探讨

8.3.3 影视剧营销发展趋势

第九章 我国影视剧行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 影视剧行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 影视剧行业企业间竞争格局分析

9.1.3 影视剧行业集中度分析

9.1.4 影视剧行业SWOT分析

9.2 中国影视剧行业竞争格局综述

9.2.1 影视剧行业竞争概况

(1) 中国影视剧行业竞争格局

(2) 影视剧行业未来竞争格局和特点

(3) 影视剧市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国影视剧行业竞争力分析

(1) 我国影视剧行业竞争力剖析

(2) 我国影视剧企业市场竞争的优势

(3) 国内影视剧企业竞争能力提升途径

9.2.3 影视剧市场竞争策略分析

第十章 影视剧行业领先企业经营形势分析

10.1 唐德影视

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

10.1.3 产品/服务特色

10.1.4 公司经营状况

10.1.5 公司发展规划

10.2 慈文传媒

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业优势分析

10.2.3 产品/服务特色

10.2.4 公司经营状况

10.2.5 公司发展规划

10.3 华策影视

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业优势分析

10.3.3 产品/服务特色

10.3.4 公司经营状况

10.3.5 公司发展规划

10.4 华录百纳

10.4.1 企业概况

10.4.2 企业优势分析

10.4.3 产品/服务特色

10.4.4 公司经营状况

10.4.5 公司发展规划

第十一章 2022-2028年影视剧行业投资前景

11.1 2022-2028年影视剧市场发展前景

11.1.1 2022-2028年影视剧市场发展潜力

11.1.2 2022-2028年影视剧市场发展前景展望

11.1.3 2022-2028年影视剧细分行业发展前景分析

11.2 2022-2028年影视剧市场发展趋势预测

11.2.1 2022-2028年影视剧行业发展趋势

11.2.2 2022-2028年影视剧市场规模预测

11.2.3 2022-2028年影视剧行业应用趋势预测

11.2.4 2022-2028年细分市场发展趋势预测

- 11.3 2022-2028年中国影视剧行业供需预测
 - 11.3.1 2022-2028年中国影视剧行业供给预测
 - 11.3.2 2022-2028年中国影视剧行业需求预测
 - 11.3.3 2022-2028年中国影视剧供需平衡预测
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
 - 11.4.1 市场整合成长趋势
 - 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势
 - 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
 - 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2022-2028年影视剧行业投资机会与风险

- 12.1 影视剧行业投融资情况
 - 12.1.1 行业资金渠道分析
 - 12.1.2 固定资产投资分析
 - 12.1.3 兼并重组情况分析
- 12.2 2022-2028年影视剧行业投资机会
 - 12.2.1 产业链投资机会
 - 12.2.2 细分市场投资机会
 - 12.2.3 重点区域投资机会
- 12.3 2022-2028年影视剧行业投资风险及防范
 - 12.3.1 政策风险及防范
 - 12.3.2 技术风险及防范
 - 12.3.3 供求风险及防范
 - 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
 - 12.3.5 关联产业风险及防范
 - 12.3.6 产品结构风险及防范
 - 12.3.7 其他风险及防范

第十三章 影视剧行业投资战略研究

- 13.1 影视剧行业发展战略研究
 - 13.1.1 战略综合规划

- 13.1.2 技术开发战略
- 13.1.3 业务组合战略
- 13.1.4 区域战略规划
- 13.1.5 产业战略规划
- 13.1.6 营销品牌战略
- 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国影视剧品牌的战略思考
 - 13.2.1 影视剧品牌的重要性
 - 13.2.2 影视剧实施品牌战略的意义
 - 13.2.3 影视剧企业品牌的现状分析
 - 13.2.4 我国影视剧企业的品牌战略
 - 13.2.5 影视剧品牌战略管理的策略
- 13.3 影视剧经营策略分析
 - 13.3.1 影视剧市场细分策略
 - 13.3.2 影视剧市场创新策略
 - 13.3.3 品牌定位与品类规划
 - 13.3.4 影视剧新产品差异化战略
- 13.4 影视剧行业投资战略研究
 - 13.4.1 2019年影视剧行业投资战略
 - 13.4.2 2022-2028年影视剧行业投资战略
 - 13.4.3 2022-2028年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议（）

- 14.1 影视剧行业研究结论
- 14.2 影视剧行业投资价值评估
- 14.3 影视剧行业投资建议
 - 14.3.1 行业发展策略建议
 - 14.3.2 行业投资方向建议
 - 14.3.3 行业投资方式建议（）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/275818.html>