2020-2026年中国电视剧行业深度研究与行业发展趋势报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2020-2026年中国电视剧行业深度研究与行业发展趋势报告》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.chinairr.org/report/R04/R0401/202005/07-346134.html

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936
传真: 010-60343813
网址: http://www.chinairr.org
Email: sales@chyxx.com
联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

60年前，电视就好像今天的互联网媒介一般，是一个全新的媒体，有人称电视机为"魔盒".进入21世纪，全球影视产业的数字化进程已是大势所趋，随着网络带宽逐步增加，从起初的网上下载服务，到如今的网上点击收看、同步直播、网络自制剧等，电视剧从生产到终端消费，每个环节都在发生翻天覆地的变化，电视剧创作也与时俱进、因时而变。

2019年电视剧行业的版权收益约为174.8亿元，其中传统播出平台交易额约134.8亿元，新媒体平台交易额约38亿元，海外交易额2亿元。随着文化体制改革的不断深入，国家对境内电视剧制作业务基本放开，电视剧制作的准入门槛相对较低，企业数量众多且增长较快，属于充分竞争市场。根据广电总局网站统计，2019年至2019年，取得《广播电视节目制作经营许可证》的制作机构数量从2,874家增长至6,175家，复合年均增长率达到16.52%.

2019年4月15日，总局召开2019年全国电视剧播出工作会议。会上宣布，自2019年1月1日开始，总局将对卫视综合频道黄金时段电视剧播出方式进行调整。一剧两星会让电视剧制作单位面临全新的洗牌。一些大的电视剧制作公司，可能会推出更多的精品去抢占市场。而一些小的制作公司，则会在这个竞争中渐渐萎缩，甚至会倒闭，好的剧本和团队会变成稀缺资源。

我国电视剧市场尽管整体产量达到世界第.一的高度，然而"内核"一盘散沙的局面很严重——我国电视剧生产商普遍规模弱小，制作能力不足，年产量不稳定，缺乏良性发展的后劲，"草台班子"的属性依旧，近八成的公司年仅1部剧获批发行的现状并没有得到改善。2019年约有300家制作机构的电视剧获批发行，其中"1部剧"制作公司比重上升到76.7%,年产2部剧的公司持续减少到12%,年产3部剧的制作公司比例增加到7%,年产4-5部剧的制作公司比例共占4%,年产6部及以上的公司寥寥无几。

报告目录

第.一部分 电视剧产业环境透视
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
三、产业链下游发展分析
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 电视剧行业市场环境及影响分析（PEST）
第.一节 电视剧行业政治法律环境（P）
一、行业监管部门分析
二、行业监管体制分析
三、行业相关法律法规和政策
第二节 行业经济环境分析（E）
一、宏观经济形势分析
二、宏观经济环境对行业的影响分析
第三节 行业社会环境分析（S）
一、电视剧产业社会环境
二、社会环境对行业的影响
第四节 行业技术环境分析（T）
一、电视剧制作技术分析
1、电视剧制作流程分析
2、引用时间码（LTC）功能的制作
3、引用双重时间码（LTC/VITC）功能的制作
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、影视素材创作数字化
4、影视素材存储数字化
5、影视合成数字化

第三章 国际电视剧行业发展分析及经验借鉴
第.一节 全球电视剧市场总体情况分析
一、全球各类电视系统分析
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
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、韩国电视剧在中国传播分析
第四节 日本电视剧市场发展分析
一、日本电视剧制作与播映模式剖析

二、日本电视剧制作走向衰退轨道
三、日本电视剧收视状况分析
四、日本电视剧行业重视衍生品开发
第五节 中国电视剧行业的国际比较分析
一、中国、美国、香港电视剧产业链比较分析
1、产业链上游——电视剧生产制作模式之比较
2、产业链中游——电视剧营销模式之比较
3、产业链下游——电视剧的衍生产品之比较
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

第二部分 电视剧行业深度分析
第四章 我国电视剧行业运行现状分析
第.一节 我国电视剧行业发展状况分析
一、我国电视剧行业发展阶段
二、我国电视剧行业发展总体概况
三、我国电视剧行业发展特点分析
四、我国电视剧行业商业模式分析
第二节 我国电视剧行业发展现状
一、我国电视剧行业市场规模
1、我国电视剧市场交易规模
2、我国电视剧播出量

3、我国电视剧投资规模
二、我国电视剧行业发展分析
1、电视剧平均收视分析
2、网络自制剧发展分析
3、剧集制作费用分析
4、“独播剧狂热”分析
5、台网互动播出分析
6、各大卫视电视剧收视率情况
7、2019年文艺工作座谈会分析
8、我国影视行业薪酬现状分析
三、我国电视剧企业发展分析
1、我国电视剧企业制作、发行情况分析
2、主要企业经营情况分析
3、我国电视剧企业排名及卫视播出情况分析
第三节 我国电视剧市场情况分析
一、我国电视剧市场总体概况
1、剧目类型多样化
2、行业面临“洗牌”
3、知识产权受保护
二、我国电视台情况分析
1、行业分化趋势明显
2、探索新的拼播模式
3、电视台自制剧发展情况
第四节 我国电视剧市场价格走势分析
一、电视剧市场盈利模式分析
二、内地十大最贵电视剧分析
三、2020-2026年电视剧价格走势预测

第五章 我国电视剧市场热点专题分析
第.一节 “限令”对电视剧行业的影响分析
一、“限播令”对电视剧行业的影响分析
二、“限娱令”对电视剧行业的影响分析

三、“限广令”对电视剧行业的影响分析
四、“限外令”对电视剧行业的影响分析
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、三网融合的发展历程
2、三网融合背景下民营电视剧的版权分析
3、三网融合有利于电视剧的发展
三、三网融合进展分析
第三节 “一剧两星”政策对电视剧行业的影响分析
一、“一剧两星”政策的出台背景
二、对卫视频道的影响
三、对电视剧行业的影响
四、“一剧两星”实行的利弊分析
第四节 电视剧周播模式分析
一、中国周播剧现状
二、中国周播剧特点
三、中国周播剧发展机遇
第五节 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、自制剧分析
三、定制剧现状
四、国内定制剧将占据主流
第六节 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规模
第七节 中国制播分离制度分析

一、制播分离政策环境分析
二、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
三、制播分离的重要性解析
四、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》
五、电视剧制播分离现存问题
六、制播分离发展前景分析

第六章 我国电视剧市场供需形势分析
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、电视剧行业备案机构数量分析
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、电视剧行业供给分析
二、电视剧行业发行数量分析
三、2019年电视剧生产情况综述
1、制作机构数量
2、年度申报剧目
3、年度完成剧目
4、主要题材比例
四、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
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、电视剧播出和收视比重
四、各级频道电视剧播出和收视比重
第四节 电视剧行业进出口市场分析
一、我国进出口行业政策分析
二、电视剧行业进口情况分析
1、电视剧行业进口总量
2、电视剧行业进口总额
3、进口剧播放情况
4、进口剧题材类型
三、电视剧行业
1、电视剧行业出口总量
2、电视剧行业出口总额
3、出口剧集题材类型
四、电视剧行业进出口市场展望

第三部分 电视剧市场全景调研
第七章 我国电视剧制作与发行市场分析
第.一节 电视剧剧本的策划与创作介绍
一、剧本策划的概念
二、剧本的题材类型
三、剧本策划的三大因素
四、剧本策划的主要工作
五、剧本的版权及权益
六、剧本合同的注意细节
1、增进了解消除隐患
2、不能轻信口头承诺
3、审慎对待版权交易
4、细节入手规避风险
5、加强保密防止剽窃
第二节 电视剧剧本来源分析
一、原著剧本

二、网络小说
三、网络游戏
四、热门电影
第三节 2018-2019年电视剧生产制作情况
一、2019年电视剧生产制作状况
二、2019年电视剧生产制作状况
三、2019年电视剧生产制作状况
四、2019年一季度电视剧生产制作状况
第四节 2018-2019年中国热播电视剧题材分析
一、公安题材
二、家庭伦理剧
三、青春剧
四、古装剧
1、武侠剧
2、历史剧
3、传奇剧（戏说剧）
五、军旅剧
六、谍战剧
七、情景喜剧
八、农村剧
第五节 电视剧发行市场分析
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、新媒体环境开创电视剧发行的新渠道

第八章 我国电视剧播出与收视市场分析
第.一节 2019年电视剧播出与收视市场特征分析
一、电视剧市场的播出与收视总量
二、电视剧各题材播出与收视
三、电视剧市场热点剧目
第二节 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

第三节 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

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

3、电视与网络受众群在电视剧选择差异分析

三、视频网站收入构成分析

四、电视剧网络播出平台分析

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、CPM分析

六、网络自制剧分析

七、网络电视剧与传统电视剧对比

第四节 中国电视剧播出分析

一、电视剧播出大事盘点

二、各级频道电视剧播出份额对比

三、不同类型电视剧播出份额变化

四、我国电视剧播出特征分析

1、电视剧是立台之本

2、中央、省级卫视、地面频道三国演义，央视地位面临挑战

3、电视剧老少咸宜、大众基础庞大

4、现代都市情感生活和革命历史题材成为收视亮点

5、电视剧播出平台强弱分明，逐渐分化

6、独播、首播剧具有一定的份额优势

7、电视剧播出方式更加灵活多样
8、电视剧资源利用率有所下降
9、电视剧的网络和新媒体市场明显扩展
第五节 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、电视剧收视率TOP10分析
第六节 电视剧行业收入分析
一、电视剧版权收入分析
二、电视剧广告收入分析

第九章 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、中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
二、制作方营销策略分析
三、播出方营销策略分析

第四部分 电视剧行业竞争格局分析
第十章 2020-2026年电视剧行业竞争形势及策略
第.一节 行业总体市场竞争状况分析
一、电视剧行业竞争结构分析
二、电视剧行业企业间竞争格局分析
三、电视剧行业集中度分析
四、电视剧行业SWOT分析
第二节 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

第三节 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
第四节 一剧两星新常态，电视剧制播战略的三大转型
一、内容题材策略
二、互动营销策略
三、盈利拓展策略

第十一章 2020-2026年电视剧行业领先企业经营形势分析
第.一节 电视剧制作公司经营分析
一、浙江华策影视股份有限公司
1、企业发展简介分析
2、企业电视剧制作分析
3、企业经营收入构成
4、企业偿债能力
5、企业经营效率
6、企业获利能力
7、企业发展能力
8、企业现金流量
9、企业投资收益
10、企业运营能力分析
11、企业竞争力分析
12、企业经营及发展策略
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、企业经营收入构成
4、企业偿债能力
5、企业经营效率

6、企业获利能力
7、企业发展能力
8、企业现金流量
9、企业投资收益
10、企业运营能力分析
11、企业竞争力分析
12、企业经营及发展策略
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、企业经营收入构成
4、企业偿债能力
5、企业经营效率
6、企业获利能力
7、企业发展能力
8、企业现金流量
9、企业投资收益
10、企业运营能力分析
11、企业竞争力分析
12、企业经营及发展策略
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、企业经营收入构成
4、企业偿债能力
5、企业经营效率
6、企业获利能力
7、企业发展能力
8、企业现金流量
9、企业投资收益
10、企业运营能力分析
11、企业竞争力分析

12、企业经营及发展策略

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、企业经营收入构成

4、企业偿债能力

5、企业经营效率

6、企业获利能力

7、企业发展能力

8、企业现金流量

9、企业投资收益

10、企业运营能力分析

11、企业竞争力分析

12、企业经营及发展策略

六、海润影视制作有限公司

1、公司简介

2、电视剧业务发展状况

3、电视剧业务发展优势

4、涉足电视台业务

5、战略合作

七、北京小马奔腾壹影视文化发展有限公司

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、企业运营模式分析

5、企业竞争力分析

6、企业经营及发展策略

八、慈文传媒集团股份有限公司

1、企业发展简介分析

2、企业电视剧制作分析

3、企业竞争力分析

4、企业经营及发展策略

九、金英马影视文化股份有限公司

1、企业发展简介分析

2、企业电视剧制作分析

3、企业运营模式分析

4、企业竞争力分析

5、企业经营及发展策略

十、北京电视艺术中心有限公司

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、企业竞争力分析

5、企业经营及发展策略

十一、广东强视影业传媒有限公司

1、企业发展简介分析

2、企业经营情况分析

3、企业竞争力分析

十二、苏州福纳文化科技股份有限公司

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、企业经营及发展策略

十三、上海唐人电影制作有限公司

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

十四、北京鑫宝源影视投资有限公司

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、企业竞争力分析

十五、中国电视剧制作中心有限责任公司

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、企业竞争力分析

5、企业经营及发展策略

十六、中国国际电视总公司

1、企业发展简介分析

2、企业经营情况分析

3、企业运营模式分析

4、企业经营及发展策略

十七、湖南经视文化传播有限公司

1、企业发展简介分析

2、企业电视剧制作分析

3、企业竞争力分析

4、企业经营及发展策略

十八、大连天歌传媒股份有限公司

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、企业运营模式分析

5、企业经营及发展策略

十九、上海电影（集团）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、企业技术支撑分析

5、企业经营及发展策略

二十、上海新文化传媒集团股份有限公司

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、企业运营模式分析

5、企业竞争力分析

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、核心业务分析

3、平台经营情况分析

4、平台最新发展动向

5、平台发展策略分析

二、爱奇艺

1、平台发展简介分析

2、核心业务分析

3、平台竞争力分析

4、平台经营情况分析

5、平台最新发展动向

6、平台发展策略分析

三、优酷网

1、平台发展简介分析

2、核心业务分析

3、平台竞争力分析

4、平台经营情况分析

5、平台最新发展动向

四、土豆网

1、平台发展简介分析

2、核心业务分析

3、平台竞争力分析

4、平台经营情况分析

5、平台发展策略分析

五、搜狐视频

1、平台发展简介分析

2、核心业务分析

3、平台竞争力分析

4、平台经营情况分析

5、平台最新发展动向

六、中央电视台

1、平台发展简介分析

2、核心业务分析

3、公司结构分析

4、平台经营情况分析

5、核心技术分析

6、最新动态

七、湖南电视台

1、平台发展简介分析

2、核心业务分析

3、平台竞争力分析

4、平台经营情况分析

5、平台最新发展动向

八、江苏电视台

1、平台发展简介分析

2、核心业务分析

3、平台技术分析

4、平台发展策略分析

九、浙江电视台

1、平台发展简介分析

2、核心业务分析

3、平台竞争力分析

4、平台经营情况分析

5、平台发展策略分析

十、安徽电视台

1、平台发展简介分析

2、平台影视发展分析

3、平台经营理念

4、平台竞争力分析

5、平台经营情况分析

6、平台发展策略分析

第五部分 电视剧行业发展前景展望
第十二章 2020-2026年电视剧行业前景及趋势预测
第.一节 2020-2026年电视剧市场发展前景
一、电视剧制作企业收入具有性
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
第二节 2020-2026年电视剧制作趋势分析
一、影视与资本市场融合趋势
二、制作公司集中度提升趋势
三、电视台自制剧比重提高趋势
四、3D电视技术发展趋势分析
第三节 2020-2026年电视剧发行市场趋势预测
一、精品剧发行趋势分析
二、电视剧整合营销与新媒体营销趋势
三、制作公司布局新媒体发行趋势
第四节 2020-2026年电视剧播出收视趋势预测
一、网台联播双向互动趋势明显
二、卫视竞争格局不断调整
三、限娱令释放电视剧播出空间
第五节 2020-2026年视频网站发展趋势预测
一、视频网站购买电视剧形势分析
二、视频网站新的业务增长点分析
三、视频网站竞争趋势分析
四、网络自制剧产业布局趋势
第六节 2020-2026年中国电视剧行业供需预测
一、2020-2026年中国电视剧行业供给预测
二、2020-2026年中国电视剧行业需求预测
三、2020-2026年中国电视剧行业供需平衡预测

第十三章 2020-2026年电视剧行业投资价值评估
第.一节 电视剧的商业特性分析
一、品质特性

二、边际成本特性
三、产品衍生功能
四、成本与效益的关系
第二节 电视剧的盈利渠道分析
一、电视剧创造的产品及其赢利方式
二、电视剧的近期效益与长远效益
三、国产电视剧盈利创新渠道探索
第三节 电视剧制作中的广告植入分析
一、国产电视剧植入广告发展现状
二、国产电视剧植入广告镜头表现
三、国产电视剧植入式广告的机会
第四节 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
第五节 2020-2026年电视剧行业投资价值评估分析
一、电视剧需求空间巨大
二、电视剧投入回报率较高

第十四章 2020-2026年电视剧行业投资机会与风险
第.一节 电视剧行业融资分析
一、电视剧行业融资模式
1、股权融资
2、无形资产融资
3、产业内融资
4、政府融资
5、融资瓶颈

二、电视剧行业融资分析
1、信用融资
2、广告融资
3、版权融资
第二节 电视剧行业投资分析
一、电视剧行业投资环境
二、电视剧行业投资机遇
三、电视剧行业投资价值
第三节 2020-2026年电视剧行业投资战略
第四节 2020-2026年电视剧行业投资风险及防范
一、政策监管风险
二、市场风险
三、竞争加剧风险
四、技术风险
第五节 中国电视剧行业投资建议
一、电视剧行业未来发展方向
二、中国电视剧企业融资分析
三、电视剧行业投资定制剧

第六部分 电视剧行业发展战略研究
第十五章 2020-2026年电视剧行业面临困境及对策
第.一节 电视剧行业面临的困境
一、题材扎堆，追风模仿严重
二、比现实残酷的电视剧
三、农村题材电视剧辉煌背后的隐忧
四、儿童题材的缺失和历史题材的虚无主义
第二节 电视剧行业解决困境的对策
一、电视剧题材的拓展
二、创作手法的突破和创新
第三节 中国电视剧行业存在的问题及对策
一、中国电视剧行业存在的问题
1、题材狭窄，缺乏新鲜感

2、剪接失度，冗长拖沓
3、见好不收，狗尾续貂
4、移植失当，膨化虚空
5、语言直白，缺乏生动
6、重导轻编，位置失当
二、市场的重点客户战略实施

第十六章 电视剧行业发展战略研究
第.一节 电视剧行业发展战略研究
一、战略综合规划
二、技术开发战略
三、业务组合战略
四、区域战略规划
五、产业战略规划
六、营销品牌战略
七、竞争战略规划
第二节 对我国电视剧品牌的战略思考
一、电视剧品牌的重要性
二、电视剧实施品牌战略的意义
三、电视剧企业品牌的现状分析
四、我国电视剧企业的品牌战略
五、电视剧品牌战略管理的策略
第三节 电视剧经营策略分析
一、电视剧市场细分策略
二、电视剧市场创新策略
三、品牌定位与品类规划
四、电视剧新产品差异化战略
第四节 电视剧行业投资战略研究
一、2020-2026年电视剧行业投资战略
二、2020-2026年电视剧行业发行战略
第五节 研究结论及发展建议
一、电视剧行业研究结论及建议

二、电视剧行业发展建议

图表目录

图表：电视剧行业产业链结构
图表：电视剧行业相关法律法规划政策分析
图表：2005-2019年中国广播传输技术专利申请数量分析
图表：2007-2019年广播电视传输技术专利数量相对增长变化情况
图表：世界各地电视系统
图表：全球部分国家关闭模拟信号的时间表
图表：中、美以及香港电视剧制作模式（上游）比较分析
图表：中、美以及香港电视剧分销体系与营销模式比较分析
图表：2019年我国电视剧播出量
图表：2019年我国排名前十部电视剧收视率分析
图表：2019年csm50城2019年省级卫视1930-2400电视剧收视率排行榜
图表：2018-2019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：2018-2019年获得发行许可证数量排名前十的机构产量占比
图表：我国电视剧制作机构分类
图表：2019年度按获得发行许可证电视剧部数、集数统计的产量分布
图表：中国内地十大最贵电视剧分析
图表：三网融合的电视剧市场产业链
图表：2018-2019年我国电视剧行业备案机构数量分析
图表：2018-2019年我国电视剧行业获得发行许可证的电视剧总量分析 图表：2019年全国备案拍摄制作的电视剧题材分布

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R04/R0401/202005/07-346134.html