

2017-2022年中国网络剧行业发展现状分析及市场 供需预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国网络剧行业发展现状分析及市场供需预测报告》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.huaon.com/detail/291923.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

网络电视剧指的是以互联网为核心播出平台的连续剧，由在线视频媒体自制或与专业影视公司联合制作，再投放到各大在线视频网站播出。用户观看网络剧的媒介也十分丰富，包括电脑、手机、平板等。而互联网与电视台同播的现象也逐渐频繁，这一类通过电视台和网络全渠道播放的被称之为网台联动剧，即广义网络剧的范围。2015年，我国网络剧产量为379部，同比增长85%。

2013-2015年中国网络剧产量统计

网络剧的题材分别则呈现出了丰富态势，类型市场较为分散。2015年网络剧题材分布中，以段子剧、精品短句为主打的喜剧类型是网剧的重要部分，占比最高达19%；其次是悬疑类、爱情类剧目，

占比均为17%。此外穿越、推理、灵异等小众类型也出现高市场关注度高的网剧作品，如《太子妃升职记》、《无心法师》等；《上瘾》等同性题材已有所尝试，市场话题度极高。

2015年网络剧题材分布占比情况

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1章 全球网络剧行业发展状况与趋势分析

1.1 全球网络剧行业发展分析

1.1.1 全球网络剧行业发展周期

1.1.2 全球网络剧行业发展规模

1.1.3 全球网络剧行业竞争格局

1.1.4 全球网络剧行业前景与趋势

(1) 行业发展前景预测

(2) 行业发展趋势预测

1.2 美国网络剧行业发展分析

1.2.1 美国网络剧行业发展现状

1.2.2 美国网络剧行业市场格局

(1) 行业市场“巨头”分析

1) Netflix

2) Amazon Prime

3) Hulu

(2) 行业新近“玩家”分析

1.2.3 美国网络剧成功案例分析

(1) 纸牌屋

1) 剧集所获成就

2) 剧集成功经验

(2) 超胆侠

1) 剧集所获成就

2) 剧集成功经验

(3) 超感八人组

1) 剧集所获成就

2) 剧集成功经验

(4) 风骚律师

1) 剧集所获成就

2) 剧集成功经验

1.2.4 美国网络剧行业发展趋势

1.3 韩国网络剧行业发展分析

1.3.1 韩国网络剧行业发展现状

1.3.2 韩国网络剧行业市场格局

1.3.3 韩国网络剧成功案例分析

(1) 扑通扑通love

1) 剧集所获成就

2) 剧集成功经验

(2) 寻找我的春天

1) 剧集所获成就

2) 剧集成功经验

(3) Dr.ian

1) 剧集所获成就

2) 剧集成功经验

1.3.4 韩国网络剧行业发展趋势

第2章 中国网络剧行业发展状况与运营模式分析

2.1 中国网络剧行业发展现状分析

2.1.1 中国网络剧行业发展周期

2.1.2 中国网络剧行业数量规模

2.1.3 中国网络剧行业收视情况

- (1) 网络剧总点击量情况
- (2) 网络剧分钟点击量情况

2.1.4 中国网络剧市场竞争格局

- (1) 制作端竞争格局
- (2) 渠道端竞争格局

2.2 中国网络剧行业运营模式分析

2.2.1 网络剧“链条”运营模式

- (1) 内容提供与制作模式
 - (2) 盈利模式
 - 1) 版权盈利
 - 2) 广告盈利
 - 3) 专业化经纪业务盈利
 - 4) 衍生品牌盈利
 - (3) 发行模式
 - (4) 传播模式
 - 1) 抱团宣传
 - 2) 线下推广
 - 3) 热剧套拍
 - (5) 模式案例
 - 1) 夏日甜心
 - 2) 屌丝男士
- ### 2.2.2 网络剧“微平”运营模式
- (1) 内容提供与制作模式
 - (2) 发行模式
 - 1) 网络发行与院线发行结合
 - 2) 移动端发行
 - (3) 盈利模式
 - (4) 传播模式
 - 1) 线上推广
 - 2) 线下推广
 - 3) 品牌化营销
 - (5) 模式案例
 - 1) 嘻哈四重奏
 - 2) 男左女右

2.2.3 网络剧“终端延伸”运营模式

- (1) 内容提供与制作模式
- (2) 盈利模式
- 1) 会员付费模式
- 2) 广告收入模式
- (3) 传播模式
- (4) 模式案例
- 1) 女人帮?妞儿
- 2) 盗墓笔记

第3章 中国网络剧行业细分市场与受众特征分析

3.1 中国网络剧行业细分市场分析

3.1.1 按级别划分细分市场分析

- (1) 网络剧按级别划分定义
 - (2) 按级别划分网络剧数量分布
 - (3) 按级别划分网络剧点击量分布
 - (4) A级网络剧市场分析
 - 1) A级网络剧目汇总
 - 2) A级网络剧点击量情况
 - 3) A级网络剧投资开发情况
 - 1、超级IP路线
 - 2、IP培育路线
 - 3、稳扎稳打路线
 - 4) A级网络剧运营情况分析
 - 1、A级网络剧市场份额
 - 2、试水全产业链开发
 - 3、会员付费之逐步成型
 - 4、独播方式成为主流
 - 5、与艺人互助共生
- #### 3.1.2 按结构划分细分市场分析
- (1) 网络剧按结构划分情况
 - (2) 段子网络剧市场分析
 - (3) 剧情网络剧市场分析
- #### 3.1.3 按时代背景划分市场分析
- (1) 网络剧按时代背景划分情况

- (2) 现代网络剧市场分析
- (3) 古代网络剧市场分析
- (4) 穿越网络剧市场分析
- 3.1.4 按题材划分细分市场分析
 - (1) 网络剧按题材划分情况
 - (2) 幽默搞笑网络剧市场分析
 - (3) 都市生活网络剧市场分析
 - (4) 青春校园网络剧市场分析
 - (5) 奇妙幻想网络剧市场分析
 - (6) 惊悚悬疑网络剧市场分析
 - (7) 热血励志网络剧市场分析
 - (8) 其他题材网络剧市场分析
- 3.2 中国网络剧受众市场特征分析
 - 3.2.1 网络剧受众性别状况
 - 3.2.2 网络剧受众婚姻状况
 - 3.2.3 网络剧受众年龄状况
 - 3.2.4 网络剧受众学历状况
 - 3.2.5 网络剧受众收入状况
 - 3.2.6 网络剧受众职业状况
 - 3.2.7 网络剧受众地区分布状况

第4章 中国网络剧行业领先企业案例分析

- 4.1 网络剧产业链主体发展概况
- 4.2 在线视频媒体网络剧业务布局
 - 4.2.1 优酷土豆
 - (1) 企业网络剧业务布局
 - (2) 企业网络剧营销推广
 - (3) 企业网络剧成果分析
 - (4) 企业经营情况分析
 - 1) 企业利润分析
 - 2) 企业资产负债分析
 - 3) 企业现金流量分析
 - 4) 企业主要指标分析
 - (5) 企业发展网络剧优劣势分析
 - (6) 企业网络剧投融资分析

4.2.2 爱奇艺PPS

- (1) 企业网络剧业务布局
- (2) 企业网络剧营销推广
- (3) 企业网络剧成果分析
- (4) 企业经营情况分析
- (5) 企业发展网络剧优劣势分析
- (6) 企业网络剧投融资分析

4.2.3 搜狐视频

- (1) 企业网络剧业务布局
- (2) 企业网络剧营销推广
- (3) 企业网络剧成果分析
- (4) 企业经营情况分析
- 1) 企业利润分析
- 2) 企业资产负债分析
- 3) 企业现金流量分析
- 4) 企业主要指标分析
- (5) 企业发展网络剧优劣势分析
- (6) 企业网络剧投融资分析

4.2.4 乐视视频

- (1) 企业网络剧业务布局
- (2) 企业网络剧营销推广
- (3) 企业网络剧成果分析
- (4) 企业经营情况分析
- 1) 企业主要经济指标
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (5) 企业发展网络剧优劣势分析
- (6) 企业网络剧投融资分析

4.2.5 腾讯视频

- (1) 企业网络剧业务布局
- (2) 企业网络剧营销推广
- (3) 企业网络剧成果分析
- (4) 企业经营情况分析

1) 企业主要经济指标

2) 企业盈利能力分析

3) 企业运营能力分析

4) 企业偿债能力分析

5) 企业发展能力分析

(5) 企业发展网络剧优劣势分析

(6) 企业网络剧投融资分析

4.2.6 响巢看看

(1) 企业网络剧业务布局

(2) 企业网络剧营销推广

(3) 企业网络剧成果分析

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业发展网络剧优劣势分析

(6) 企业网络剧投融资分析

4.2.7 PPTV聚力

(1) 企业网络剧业务布局

(2) 企业网络剧营销推广

(3) 企业网络剧成果分析

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业发展网络剧优劣势分析

(6) 企业网络剧投融资分析

4.3 专业网络剧制作运营企业案例分析

4.3.1 万合天宜

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业资质能力分析

(3) 企业网络剧业务分析

(4) 企业销售渠道与网络分析

(5) 企业经营情况分析

(6) 企业发展网络剧优劣势分析

(7) 企业网络剧投融资分析

4.3.2 芭乐

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业资质能力分析

(3) 企业网络剧业务分析

(4) 企业销售渠道与网络分析

- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业发展网络剧优劣势分析
- (7) 企业网络剧投融资分析

4.3.3 慈文传媒

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业资质能力分析
- (3) 企业网络剧业务分析
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业经营情况分析
- 1) 企业主要经济指标
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (6) 企业发展网络剧优劣势分析
- (7) 企业网络剧投融资分析

4.3.4 阿里数娱

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业资质能力分析
- (3) 企业网络剧业务分析
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业发展网络剧优劣势分析
- (7) 企业网络剧投融资分析

4.3.5 高格影视

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业资质能力分析
- (3) 企业网络剧业务分析
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业发展网络剧优劣势分析
- (7) 企业网络剧投融资分析

4.3.6 乐漾影视

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业网络剧核心技术

- (3) 企业网络剧业务分析
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业发展网络剧优劣势分析
- (7) 企业网络剧投融资分析

4.3.7 千色映画

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业资质能力分析
- (3) 企业网络剧业务分析
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业经营情况分析
- (6) 企业发展网络剧优劣势分析
- (7) 企业网络剧投融资分析

4.3.8 唐德影视

- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业资质能力分析
 - (3) 企业网络剧业务分析
 - (4) 企业销售渠道与网络分析
 - (5) 企业经营情况分析
- 1) 企业主要经济指标
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析
 - 4) 企业偿债能力分析
 - 5) 企业发展能力分析
 - (6) 企业发展网络剧优劣势分析
 - (7) 企业网络剧投融资分析

4.3.9 光线传媒

- (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业资质能力分析
 - (3) 企业网络剧业务分析
 - (4) 企业销售渠道与网络分析
 - (5) 企业经营情况分析
- 1) 企业主要经济指标
 - 2) 企业盈利能力分析
 - 3) 企业运营能力分析

- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (6) 企业发展网络剧优劣势分析
- (7) 企业网络剧投融资分析

4.3.10 华策影视

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业资质能力分析
- (3) 企业网络剧业务分析
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业经营情况分析
- 1) 企业主要经济指标
- 2) 企业盈利能力分析
- 3) 企业运营能力分析
- 4) 企业偿债能力分析
- 5) 企业发展能力分析
- (6) 企业发展网络剧优劣势分析
- (7) 企业网络剧投融资分析

第5章 中国网络剧行业投资潜力与策略规划

5.1 网络剧行业发展前景预测

5.1.1 行业影响因素分析

- (1) 政策支持因素
- (2) 技术推动因素
- (3) 市场需求因素

5.1.2 行业发展前景预测

2016年以来,广电总局对于网络剧的监管加紧之势日渐明显,《太子妃升职记》、《心理罪》、《盗墓笔记》等大热网剧被强制下线便是直观体现,从广电总局近期提出的网络剧监管要求来看,网络剧审查开始实行线上线下统一标准,魔幻奇幻神幻虚幻题材、背离主流文化价值的内容将进入严格监管。因此,网络剧市场将逐渐走向规范化,未来精品化内容将成为发展趋势,触碰底线者将被淘汰。其次,随着视频网站联合管理部门对盗版内容打击整治,以及移动支付的普及,在线视频开始迈入付费时代,网络剧形成了单部收费、会员抢先看(如《盗墓笔记》)、特定集数收费(如《太子妃升职记》付费可看不同结局)等多样化付费模式。总体来看,优质内容以及创新付费方式的不断更新,将带动付费化的盈利模式走向主流,会员打赏等模式成效逐渐显现。此外,综观网络剧的发展,精品化、细分化、内容多元化、模式创新、反向输等也将是未来网络剧发展的关键词。预计到2021年,我国网络

剧产量将达到671部。

2016-2021年中国网络剧产量预测

5.2 网络剧行业发展趋势预测

5.2.1 行业整体趋势预测

5.2.2 产品发展趋势预测

5.2.3 市场竞争格局预测

5.3 网络剧行业投资潜力分析

5.3.1 行业投资热潮分析

5.3.2 行业投资推动因素

（1）行业发展势头分析

（2）行业投资环境分析

5.4 网络剧行业投资现状分析

5.4.1 行业投资主体分析

（1）行业投资主体构成

（2）各投资主体投资优势

5.4.2 行业投资切入方式

5.4.3 行业投资案例分析

5.5 网络剧行业投资策略规划

5.5.1 行业投资方式策略

5.5.2 行业投资领域策略

5.5.3 行业产品创新策略

5.5.4 行业商业模式策略

图表目录：

图表1：全球网络剧行业发展周期

图表2：2014-2016年全球网络剧行业发展规模

图表3：2017-2022年全球网络剧行业发展前景预测

图表4：美国网络剧行业市场“巨头”

图表5：2014-2016年Netflix销售收入与盈利情况

图表6：1997-2016年Netflix发展大事件

图表7：Netflix上市以来三次转型的股价变动

图表8：2014-2016年Netflix流媒体付费用户数

图表9：Netflix内容布局

图表10：美国网络剧行业新近“玩家”

图表11：中国网络剧3.0时代发展特征

图表12：2007-2016年中国网络剧数量规模（单位：部）

图表13：2016年中国全网网络剧总点击量排行榜

图表14：2016年中国全网网络剧分钟点击量排行榜

图表15：2016年中国网络剧平台分布

图表16：国内外在线视频网站收费历程

图表17：国内主流视频网站VIP收费现状

图表18：2016年中国网络剧按级别划分数量分布（单位：部，%）

图表19：2016年中国网络剧按级别划分点击量分布（单位：%）

图表20：2016年中国A级网络剧汇总

图表21：2016年中国A级网络剧总点击量情况（单位：亿）

图表22：2016年中国A级网络剧分钟点击量情况

图表23：《盗墓笔记》点击增量趋势

图表24：《心理罪》点击增量趋势

图表25：《执念师》点击增量趋势

图表26：《名侦探狄仁杰》点击增量趋势

图表27：《屌丝男士4》点击增量趋势

图表28：2016年各在线视频媒体A级网络剧播放量

图表29：2016年各在线视频媒体A级网络剧点击量比例

图表30：2016年中国网络剧按结构划分比例（单位：部，%）

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/291923.html>