

2019-2025年中国网络剧市场供需格局及未来发展 趋势报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国网络剧市场供需格局及未来发展趋势报告》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/407150.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

网络剧是专门为电脑网络制作的，通过互联网播放的一类网络连续剧。与电视剧一样，网络剧一般分单元剧和连续剧。

网络剧与电视剧的区别主要是播放媒介不同。传统电视剧的播放媒介主要为电视，网络剧的主要播放媒介是电脑、手机、平板电脑等网络设备。

2017年2月7日晚，腾讯视频在公号上发布107部网剧下架的重要通知。而下架的原因，是107部网剧因未在片头添加网络视听节目信息备案编号，不满足网络视听节目上线条件被集中下架。

我国的网络剧产生于21世纪初，在诞生之初，网络剧以网民自行创作或改编的娱乐恶搞类短剧为主，篇幅短、题材少、质量低，并不是网络视听产品的主流。2014年，国产网剧迎来了历史上重要的转折点，网剧一改之前的短小精悍、类型以喜剧为主、尤其注重娱乐性等特点，而是朝着类型多元化、制作精良化方向发展。中国网络剧在2014年左右产量开始出现爆发式增长，2014年中国网络剧数量达205部，同比增长了310%。

近几年我国网络剧在生产上开始逐步走向“高成本”与“大制作”，制作水平相比之前有了很大提升，明星加盟也日趋常态化，不少精品网络剧甚至反向输出传统卫视，这在很大程度上提高了网络剧的社会认知度和市场影响力。2018年我国网络剧数量达283部，同比2017年略有下降。

2012-2018年中国网络剧数量

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 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

1.3.4 韩国网络剧行业发展趋势

第二章 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

随着网剧自身能力的提高，资本的不断注入以及平台的不断发展，网剧的影响力在逐渐增强，网剧也成为各资本关注的焦点、竞相追逐的对象。近年来IP市场火热的火热带动了我国IP网络剧数量的快速增长，2015-2018年我国IP网络剧从每年37部增加到108部，与之相反，原创网络剧数量出现下滑，由2015年的342部下滑至2018年的175部。

2015-2018年中国原创、IP网络剧数量

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

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

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

第三章 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

第四章 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

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

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

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

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

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

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) 企业资质荣誉分析

(3) 企业经营优劣势分析

4.3.2 芭乐

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业资质荣誉分析

(3) 企业经营优劣势分析

4.3.3 慈文传媒

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业资质荣誉分析

(3) 企业经营优劣势分析

4.3.4 阿里数娱

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业资质荣誉分析
- (3) 企业经营优劣势分析

4.3.5 高格影视

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业资质荣誉分析
- (3) 企业经营优劣势分析

4.3.6 乐漾影视

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业资质荣誉分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第五章 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

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

第六章电商行业发展分析

6.1 电子商务发展分析

6.1.1 电子商务定义及发展模式分析

6.1.2 中国电子商务行业政策现状（AK LF）

6.1.3 2016-2018年中国电子商务行业发展现状

6.2 “互联网+”的相关概述

6.2.1 “互联网+”的提出

6.2.2 “互联网+”的内涵

6.2.3 “互联网+”的发展

6.2.4 “互联网+”的评价

6.2.5 “互联网+”的趋势

6.3 电商市场现状及建设情况

6.3.1 电商总体开展情况

6.3.2 电商案例分析

6.3.3 电商平台分析（自建和第三方网购平台）

6.4 电商行业未来前景及趋势预测

6.4.1 电商市场规模预测分析

6.4.2 电商发展前景分析

图表目录：

图表：全球网络剧行业发展周期

图表：2016-2018年全球网络剧行业发展规模

图表：2019-2025年全球网络剧行业发展前景预测

图表：2018年中国全网网络剧总点击量排行榜

图表：2018年中国全网网络剧分钟点击量排行榜

图表：2018年中国网络剧平台分布

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/407150.html>