

中国剧集行业现状深度研究与未来前景分析报告 (2024-2031年)

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国剧集行业现状深度研究与未来前景分析报告（2024-2031年）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202404/704298.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

1、剧集概述

剧集（又称为电视剧、电视戏剧节目或电视系列剧）是一种适应荧屏、专为在电视或网络视频平台上播映的戏剧样态。剧集的制作上既兼具了电影、戏曲、文学、动画、音乐、舞蹈、美术、配音等现代艺术的元素；又融入了广播剧、舞台剧、纪录片、电视节目等的表演方法和拍摄特点。电视剧本一般分单元剧、单本剧、连续剧等；而在呈现方式上可分为真人剧、动画剧、木偶剧等。

2、我国剧集行业稳住“基本盘”，提质减量成效进一步体现

回顾剧集行业整体态势，降本增效的思路在2023年得到延续，在内容方面需求创新和突破，提质减量成效进一步显现。

首先，创作生产进入理性和规范阶段。根据数据显示，2023年，我国剧集总上线数量达336部，与去年相比小幅下降，但是剧集平均景气指数呈现上升趋势，为0.934，这说明长剧市场向着精品化方向发展。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

其次，控制成本与紧握优质独播剧是各大视频平台的重点策略，其中腾讯视频提质减量效果最为显著。根据数据显示，腾讯视频独播剧同期缩减42.0%，2023年为58部。

数据来源：观研天下整理

最后，长视频平台扭亏为盈趋势显著，多家长视频平台亏损收窄、实现盈利。例如，根据爱奇艺三季度财报显示，2023年三季度总营收80亿元人民币，同比增长7%，Non-GAAP（非美国通用会计准则）运营利润8.95亿元，同比增长71%，连续七个季度保持盈利；2023年6月，腾讯视频宣布实现首个全年盈利，为长视频市场打上又一剂“强心针”。

3、爱情题材占据市场首位，“犯罪”题材再度崛起

从题材方面来看，剧情、爱情、都市、古装是2023年上线数量较多的剧集类型，平台和创作者也积极进行相应内容和题材创新。例如，在古装爱情方面，《长相思》以多重情感关系的创新设定，全方位满足观众不同“嗑点”的情绪价值，为观众“嗑CP”提供不同选择，并且剧中既有儿女情长的“小情”又有家国情怀的“大情”；古装题材数量有32部，项目数量增长77.8%，播放表现增长12.4%，有《少年歌行》《莲花楼》等出现精彩作品；都市题材中，《去有风的地方》是一部田园治愈剧，让人感受到生活中的美好与温暖；而悬疑、犯罪、警匪、刑侦等偏题材项目数量整体减少，但集中占据类型播放表现排行第5-8名，年度口碑作品《

《狂飙》以扫黑为题材，讲述京海市的初代黑势力影响了城市发展的故事，该剧的演员表现、剧情安排、制作水平等方面都备受赞誉，受到了广泛的关注和喜爱。

数据来源：观研天下整理

4、“破万剧”与“8分剧”频率提高

与此同时，根据数据，2023年豆瓣8分以上剧集数量高达23部，题材方面覆盖19种类型，以古装、爱情、都市、悬疑为主。其中，唯一一部破9分剧集《漫长的季节》评分高达9.4，最高时曾达9.5，是近8年国产剧最高分；改编自小说的科幻剧《三体》豆瓣评分8.7，该剧的场景还原、特效画面和科技脑洞等都呈现非常出色的视觉效果，让观众身临其境的感受三体世界；《去有风的地方》豆瓣评分 8.7，不仅为观众降低焦虑，还带动旅游产业发展。

豆瓣评分TOP10剧集名称及题材

剧集名称

题材类型

豆瓣评分

漫长的季节

剧情,悬疑,家庭

9.4

三体

科幻,剧情

8.7

去有风的地方

爱情,剧情

8.7

破事精英第二季

喜剧,剧情

8.6

曾少年之小时候

爱情,家庭,剧情

8.6

狂飙

警匪,刑侦,犯罪

8.5

莲花楼

武侠,古装

8.5

繁城之下

剧情,悬疑

8.5

我有一个朋友

古装,喜剧

8.5

少年歌行

武侠,古装

8.3

资料来源：观研天下整理

5、剧集行业宣发玩法不断迭代，微博、抖音成为两大重要阵地

除了上述剧集内容与题材竞争外，剧集宣发玩法近年来也不断进行迭代，微博和抖音成为两大重要阵地。微博作为剧集宣发基本阵地，承载着观众的观点表达、口碑输出等各类社交互动，覆盖全领域的各圈层用户对于在微博平台上产出内容更加轻车熟路。例如，《长相思》在剧集争议后，剧方携手艺人工作室官微联合发起 #梅林守护小天二创大赛# 话题发布分轨文件，唤起微博网友二创热情，带动剧集口碑扭转、讨论度回升，助力剧集破圈。

而抖音凭借着庞大的内容生态和多元立体、互动性强的用户群，逐渐成为各大剧集的宣发重要阵地之一，尤其是在剧集内容种草层面，抖音具有天然的创作者优势，头部的影视专业达人、专业的各垂类创作者及众多KOC，都能配合剧方一起做热点内容。

6、短剧的“狂奔”，成为剧集行业新标配

此外，2023年，微短剧赛道在剧集行业狂刷存在感，长短视频平台、影视公司、MCN机构、广告公司等各类“选手”争先入场，微短剧市场呈现火热。根据相关数据，2023年，中国网络微短剧市场规模为373.9亿元，同比增长267.65%；截至2023年第三季度，国内网络微短剧发行量达150部，接近2022年全年总和的两倍。

微短剧凭借着投资小、周期短、收益高等特点吸引越来越多的影视行业大佬们加入，如华谊兄弟、完美世界、柠萌影业、嘉行传媒、唐德影视、登峰文化、广电传媒机构ATV亚洲电视、芒果TV等传媒影视公司纷纷试水，“争夺”微短剧红利！

2023年11月，华策影视在接受机构调研时表示，公司从2022年开始关注短剧，到2023年6月开始逐步切入，明确建立微短剧剧本开发和营销分发两大核心能力，已经建立了6支队伍，已有5个短剧项目完成拍摄，其中《落魄老公总裁身份曝光了》11月7日上线，《我的将军男友》等4个项目预计将在11月底上线。

2024年4月11日，由ATV亚洲电视联合其他机构发布鲲鹏计划，此项计划旨在扶持全亚洲影视人才，开发改编亚视经典IP、制作精良短剧，并且将对外释放ATV亚洲电视百部经典IP的改编授权，并会在每年拿出10亿资金用作扶持短剧内容制作。同时还将投入更多资源做宣发，助力经典港剧IP与短剧的融合发展。

2024年4月12日，华谊兄弟与阅文集团合作出品一部男频短剧《鸿天神尊》，将于4月底在横店、贵州开机拍摄。

而微短剧市场火热也引起国家监管部门高度重视，并加强对短剧的专项治理工作。2023年1月15日，广电总局宣布开展为期1个月的网络微短剧专项整治工作，微信、快手、抖音等平台在第一时间集体出手，《深宅进阶录》等极端复仇题材被下架，还有《老公是个妈宝男》《最后的底线》《千金小姐反击》《怀孕的女人》等宣扬不健康和非主流的家庭观、婚恋观，刻意放大和渲染夫妻、婆媳矛盾等内容同样频繁被平台下架处理。

此次，剧集上市公司积极入局短剧行业或许正是合适时机，那些以猎奇题材、极端价值观吸引眼球的短剧内容路势将逐渐被市场淘汰，对于短剧专业内容制作的需求与日俱增，短剧也成为剧集行业新标配。

7、总结

剧集公司强势入局有可能正在改变短剧行业状态，对这些上市公司而言，短剧或许能真正从资本话题噱头变成门面招牌，内容整体精品化升级、题材管理趋严成为大趋势。不过，整体来看，短剧产品水平参差不齐，并且在国家加大对其监管力度的态势下，持续提质减量仍然是剧集市场发展的必然趋势，只有不断提高制作水平和观众体验，才能让行业发展更加繁荣和健康。同时，2023年剧集市场在内容和营销方面均取得了优异的成绩，所以相信不久的将来，剧集市场也将继续在理性、规范的发展路径上稳健前行，为观众带来更加丰富多彩的内容。（WYD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国剧集行业现状深度研究与未来前景分析报告（2024-2031年）》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，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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融

机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国剧集行业发展概述

第一节 剧集行业发展情况概述

- 一、剧集行业相关定义
- 二、剧集特点分析
- 三、剧集行业基本情况介绍
- 四、剧集行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、剧集行业需求主体分析

第二节 中国剧集行业生命周期分析

- 一、剧集行业生命周期理论概述
- 二、剧集行业所属的生命周期分析

第三节 剧集行业经济指标分析

- 一、剧集行业的赢利性分析
- 二、剧集行业的经济周期分析
- 三、剧集行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球剧集行业市场发展现状分析

第一节 全球剧集行业发展历程回顾

第二节 全球剧集行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲剧集行业地区市场分析

- 一、亚洲剧集行业市场现状分析
- 二、亚洲剧集行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲剧集行业市场前景分析

第四节 北美剧集行业地区市场分析

- 一、北美剧集行业市场现状分析
- 二、北美剧集行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美剧集行业市场前景分析

第五节 欧洲剧集行业地区市场分析

- 一、欧洲剧集行业市场现状分析

二、欧洲剧集行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲剧集行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界剧集行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球剧集行业市场规模预测

第三章 中国剧集行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对剧集行业的影响分析

第三节中国剧集行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对剧集行业的影响分析

第五节中国剧集行业产业社会环境分析

第四章 中国剧集行业运行情况

第一节中国剧集行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国剧集行业市场规模分析

一、影响中国剧集行业市场规模的因素

二、中国剧集行业市场规模

三、中国剧集行业市场规模解析

第三节中国剧集行业供应情况分析

一、中国剧集行业供应规模

二、中国剧集行业供应特点

第四节中国剧集行业需求情况分析

一、中国剧集行业需求规模

二、中国剧集行业需求特点

第五节中国剧集行业供需平衡分析

第五章 中国剧集行业产业链和细分市场分析

第一节中国剧集行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、剧集行业产业链图解

第二节中国剧集行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对剧集行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对剧集行业的影响分析

第三节我国剧集行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国剧集行业市场竞争分析

第一节中国剧集行业竞争现状分析

一、中国剧集行业竞争格局分析

二、中国剧集行业主要品牌分析

第二节中国剧集行业集中度分析

一、中国剧集行业市场集中度影响因素分析

二、中国剧集行业市场集中度分析

第三节中国剧集行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国剧集行业模型分析

第一节中国剧集行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国剧集行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国剧集行业SWOT分析结论

第三节中国剧集行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国剧集行业需求特点与动态分析

第一节中国剧集行业市场动态情况

第二节中国剧集行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节剧集行业成本结构分析

第四节剧集行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国剧集行业价格现状分析

第六节中国剧集行业平均价格走势预测

一、中国剧集行业平均价格趋势分析

二、中国剧集行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国剧集行业所属行业运行数据监测

第一节中国剧集行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国剧集行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国剧集行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国剧集行业区域市场现状分析

第一节中国剧集行业区域市场规模分析

一、影响剧集行业区域市场分布的因素

二、中国剧集行业区域市场分布

第二节中国华东地区剧集行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区剧集行业市场分析

(1) 华东地区剧集行业市场规模

(2) 华南地区剧集行业市场现状

(3) 华东地区剧集行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区剧集行业市场分析

(1) 华中地区剧集行业市场规模

(2) 华中地区剧集行业市场现状

(3) 华中地区剧集行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区剧集行业市场分析

(1) 华南地区剧集行业市场规模

(2) 华南地区剧集行业市场现状

(3) 华南地区剧集行业市场规模预测

第五节 华北地区剧集行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区剧集行业市场分析

(1) 华北地区剧集行业市场规模

(2) 华北地区剧集行业市场现状

(3) 华北地区剧集行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区剧集行业市场分析

(1) 东北地区剧集行业市场规模

(2) 东北地区剧集行业市场现状

(3) 东北地区剧集行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区剧集行业市场分析

(1) 西南地区剧集行业市场规模

(2) 西南地区剧集行业市场现状

(3) 西南地区剧集行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区剧集行业市场分析

(1) 西北地区剧集行业市场规模

(2) 西北地区剧集行业市场现状

(3) 西北地区剧集行业市场规模预测

第十一章 剧集行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第九节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国剧集行业发展前景分析与预测

第一节中国剧集行业未来发展前景分析

- 一、剧集行业国内投资环境分析
- 二、中国剧集行业市场机会分析
- 三、中国剧集行业投资增速预测

第二节中国剧集行业未来发展趋势预测

第三节中国剧集行业规模发展预测

- 一、中国剧集行业市场规模预测
- 二、中国剧集行业市场规模增速预测
- 三、中国剧集行业产值规模预测
- 四、中国剧集行业产值增速预测
- 五、中国剧集行业供需情况预测

第四节中国剧集行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国剧集行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国剧集行业进入壁垒分析

- 一、剧集行业资金壁垒分析
- 二、剧集行业技术壁垒分析
- 三、剧集行业人才壁垒分析

四、剧集行业品牌壁垒分析

五、剧集行业其他壁垒分析

第二节 剧集行业风险分析

一、剧集行业宏观环境风险

二、剧集行业技术风险

三、剧集行业竞争风险

四、剧集行业其他风险

第三节 中国剧集行业存在的问题

第四节 中国剧集行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国剧集行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国剧集行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国剧集行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 剧集行业营销策略分析

一、剧集行业产品策略

二、剧集行业定价策略

三、剧集行业渠道策略

四、剧集行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202404/704298.html>