

中国剧集行业发展现状研究与投资前景预测报告 (2025-2032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《中国剧集行业发展现状研究与投资前景预测报告（2025-2032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/202504/749683.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

前言：

2024年，我国剧集市场提质减量持续，新剧综合表现提升。2025年Q1，我国剧集市场进入降速期，长视频平台共上新126部剧，同比减少10部，其中腾讯视频上新27部，同比减少14部，主要因为库存剧缩减，新剧仍保持稳定上新。同时，在用户注意力愈发稀缺，对剧集内容质量提出更高的要求，去冗长、短篇化趋势日益凸显。不过，长视频平台各出“短”招，未来我国剧集市场将朝向两极分化。

1、提质减量持续，新剧综合表现提升

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。

回顾2024年，我国新剧数量为266部，同比下降10.1%，新剧累计正片播放量超千亿，总集数量7650集，同比减少11.3%，平均每部集数28.8，与2023年相比减少0.3集。同时，头部剧集表现依然强劲，腰部剧集综合播放表现提升。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

2、我国剧集市场进入降速期，腾讯视频上新剧减少

从平台表现来看，数据显示，2025年Q1，我国长视频平台共上新126部剧，同比减少10部。其中，爱奇艺上新国产剧集32部，芒果TV上新7部，优酷上新19部，同比保持稳定，腾讯视频上新27部，同比减少14部，主要因为库存剧缩减，新剧仍保持稳定上新。虽然当前平台剧集表现有各家均有主打作品，但仍未出现现象级爆款。

数据来源：观研天下整理

具体从头部剧集平台表现来看，在爱奇艺方面，刑侦类型一向是爱奇艺的优势，根据真实案件改编的《漂白》被观众誉为“纪录片”；《白月梵星》“仙侠+甜宠”的创新配方抢占平台流量第一，单日弹幕量超百万次，以9.80亿的播放量位居1月的网络剧播放量排名中第一。根据相关资料，爱奇艺Q1剧集热播期，点播播放量累计42.5亿，并且纯网播剧的单集平均时长从2024年Q1的45分钟降为41.8分钟，平均集数从28.6集降为28集。可见，2025年，爱奇艺长剧继续降低剧集体量，打造系列化长剧IP，尝试由内容价值决定剧集时长总量。

2025年Q1我国上新剧·热播期集均有效播放排行榜

排名

剧集名称

热播期集均

计算/总集

上线日期

播出平台

1

漂白

5098万

14

2025/1/17

爱奇艺

2

大奉打更人

4626万

40

2024/12/28

腾讯

3

国色芳华

4083万

32

2025/1/7

芒果TV

4

难哄

3403万

32

2025/2/18

优酷

5

六姊妹

3358万

38

2025/2/3

腾讯

6

白月梵星

2945万

40

2025/1/7

爱奇艺

7

五福临门

2352万

36

2025/1/25

芒果TV

8

冬至

2286万

36

2024/12/20

爱奇艺

9

雁回时*

2112万

25/30

2025/3/18

腾讯

10

清明上河图密码

2105万

26

2024/12

优酷

资料来源：观研天下整理

腾讯视频方面，2025年第一季度覆盖最多的热剧，共有12部剧集，数量占比达到40%。其

中，《大奉打更人》进入霸屏榜、集均V30榜、热播期集均榜TOP3内；《雁回时》是一部女性视角作品，用细腻的情感描绘和扣人心弦的故事吸引大批年轻女性观众。同样，腾讯的内容短篇化趋势明显，总集数23集以下、总时长7-16小时剧集同比增长1-2倍。

2025年Q1全网剧集·累计有效播放霸屏榜

排名

剧集名称

正片有效播放

总集数

上线日期

播出平台

1

大奉打更人

18.3亿

40

2024/12/28

腾讯

2

国色芳华

14.4亿

32

2025/1/7

芒果TV

3

白月梵星

13.3亿

40

2025/1/7

爱奇艺

4

六姊妹

12.9亿

38

2025/2/3

腾讯

5

难哄

10.9亿

32

2025/2/18

优酷

6

五福临门

9.0亿

36

2025/1/25

芒果TV

7

漂白

8.4亿

14

2025/1/17

爱奇艺

8

北上

7.2亿

38

2025/3/3

爱奇艺

9

似锦

6.7亿

40

2025/3/1

腾讯

10

无所畏惧之永不放弃

6.6亿

38

2025/1/

爱奇艺

资料来源：观研天下整理

优酷视频方面，《难哄》开播即爆，通过显微镜般的细节捕捉，以真实生活为底色，在柴米油盐中编织童话；《偷偷藏不住》重回云合日榜TOP10，并在优酷站内的“N刷指数”排名中一度飙升至TOP3。同样，优酷内容短篇化趋势明显，总集数23集以下、总时长7-16小时剧集同比增长1-2倍。

芒果TV方面，芒果TV上新数量较少，但依托版权优势，台网联播比例上扬。其中，联合播放的《六姊妹》表现优异，首轮播出平均收视率4.349%，位居中国视听大数据（CVB）有收视记录以来电视剧收视率第一。

4、长视频平台各出“短”招，我国剧集市场将朝向两极分化趋势

综上，2025年Q1我国剧集市场进入降速期，这也背后也折射出内容消费逻辑的根本性转变。随着短剧市场快速渗透，现代观众的时间成本核算愈发精确，40集剧集需投入60小时，相当于半个月通勤时间。而短视频平台培养的“15秒高潮周期律”重塑观众的娱乐习惯，传统电视剧的铺垫、渐进、高潮结构，已经被部分观众所遗弃。

不过，长视频平台各出“短”招。例如，2024年9月底，在微短剧业务上始终持观望态度的爱奇艺官宣开设“短剧场”和“微剧场”，开始在微短剧业务上发力；2024年4月，中央广播电视总台发布“微短剧里看中国”计划。以微短剧+“产业创投”“新质传播”“传统文化”“百城百剧”四大主题，启动市场合作。同时，央视频平台还配套上新了“微短剧”Tab页面。

我国主流长视频平台的“短”招

平台名称

策略

爱奇艺

2024年9月底，在微短剧业务上始终持观望态度的爱奇艺官宣开设“短剧场”和“微剧场”，开始在微短剧业务上发力。

芒果TV

2024年10月底，通过“大芒计划”在微短剧赛道上提前布局的湖南广电，宣布把微短剧提升至集团战略层面。要重点推进芒果TV大芒计划；同时还要升级聚焦短内容的风芒APP，做自己的短视频平台。

上海广播电视台

2024年9月，上海广播电视台宣布启动“中国微短剧品质东方计划”，10月在东方卫视推出全国首个日播微短剧展播带——“品质东方微剧场”，还同步开播了中国首档“微短剧+综艺”创新真人秀《开播！短剧季》。

中央广播电视

2024年4月，中央广播电视总台发布“微短剧里看中国”计划。以微短剧+“产业创投”“新质传播

”“传统文化”“百城百剧”四大主题，启动市场合作。同时，央视频平台还配套上新了“微短剧”Tab页面。

江苏广电

2024年年中，江苏广电总台举办荔枝微短剧“潮计划”启动暨项目发布活动，公布了包括10部即将上线项目和40部精品储备项目在内的50部微短剧项目名单。

资料来源：观研天下整理

同时，2024年10月底，优酷、腾讯视频先后更新短剧分账规则和合作方式。腾讯视频延长了精品微短剧分账周期，对于6个月内分账收入超千万的独播项目，分账周期将延长至1年；优酷则上调了分账单价，将S级单价定为16元，A级单价定为8元；爱奇艺阶梯分账模式，提高了基础分账单价，亦将作品分账有效时长表现纳入定价考量标准，旨在发掘打造更加多元化高品质的内容、为创作者提供更大的收益空间、推动产业生态的健康可持续发展。

长远来看，我国剧集行业将分化为两极：一是单集千万成本的“顶奢”大制作，用电影级制作重塑观赏仪式感；二是基于AI驱动下的“液态剧”，根据观众反馈实时调整剧情走向。（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《中国剧集行业发展现状研究与投资前景预测报告（2025-2032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：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024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	中国 剧集	行业监管分析
第一节	中国 剧集	行业监管制度分析
	一、	行业主要监管体制
	二、	行业准入制度
第二节	中国 剧集	行业政策法规
	一、	行业主要政策法规
	二、	主要行业标准分析
第三节	国内监管与政策对 剧集	行业的影响分析
	【第二部分 行业环境与全球市场】	
第三章	2020-2024年中国 剧集	行业发展环境分析
第一节	中国宏观环境与对 剧集	行业的影响分析
	一、	中国宏观经济环境
	二、	中国宏观经济环境对 剧集 行业的影响分析
第二节	中国社会环境与对 剧集	行业的影响分析
第三节	中国对磷矿石易环境与对 剧集	行业的影响分析
第四节	中国 剧集	行业投资环境分析
第五节	中国 剧集	行业技术环境分析
第六节	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		
第七节	中国	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		
第四章	2020-2024年全球	剧集	行业发展现状分析	
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	剧集 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	2025-2032年全球	剧集	行业分	剧集 走势预测
第七节	2025-2032年全球	剧集	行业市场规模预测	
【第三部分 国内现状与企业案例】				
第五章	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
第六节 中国	剧集	行业存在的问题与解决策略分析
第六章 中国	剧集	行业产业链及细分市场分析
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 中国	剧集	行业细分市场分析
一、	细分市场一	
二、	细分市场二	
第七章 2020-2024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	
第八章 2020-2024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、SWOT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

第九章 2020-2024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 2025-2032年中国 剧集 行业价格影响因素与走势预测

第十章 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

第十一章 2020-2024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) 华东地区 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	
第九节 2025-2032年中国	剧集	行业市场规模区域分布	预测
第十二章	剧集	行业企业分析（随数据更新可能有调整）	
第一节 企业一			
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 企业二

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

第三节 企业三

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

第四节 企业四

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

第五节 企业五

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

第六节 企业六

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

第七节 企业七

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

第八节 企业八

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

第九节 企业九

- 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

第十节 企业十

- 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

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032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、中国 剧集 行业市场机会分析
- 二、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
第十四章 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、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	行业品牌营销策略分析
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	行业推广策略
第四节 观研天下分析师投资建议		

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202504/749683.html>