

# 2022-2028年中国电影电视 市场深度分析与投资分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2022-2028年中国电影电视市场深度分析与投资分析报告》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.cction.com/report/202208/316315.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中企顾问网发布的《2022-2028年中国电影电视市场深度分析与投资分析报告》共十章。首先介绍了电影电视行业市场发展环境、电影电视整体运行态势等，接着分析了电影电视行业市场运行的现状，然后介绍了电影电视市场竞争格局。随后，报告对电影电视做了重点企业经营状况分析，最后分析了电影电视行业发展趋势与投资预测。您若想对电影电视产业有个系统的了解或者想投资电影电视行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：2016-2020年中国电影电视行业发展综述

1.1 2016-2020年中国电影电视行业发展现状

1.1.1 电影电视行业发展规模

- (1) 电影电视制作机构规模
- (2) 电影电视申报数量规模
- (3) 电影电视完成数量规模

1.1.2 2016-2020年电影电视所属行业进口情况

- (1) 进口剧播放情况
- (2) 进口剧题材类型
- (3) 进口剧收视情况

1.1.3 电影电视行业竞争格局

- (1) 频道收视份额两极化
- (2) 强势频道垄断化格局
- (3) 电影电视制作机构高度分散
- (4) 行业新进入者不断涌现

1.1.4 电影电视行业现存问题解析

- (1) 行业资本泡沫多
- (2) 电影电视出口不力

1.1.5 电影电视行业转型升级必要性

## 1.2 电影电视行业政策环境分析

### 1.2.1 行业主管部门

### 1.2.2 行业监管体制

### 1.2.3 行业法规及政策

## 1.3 电影电视行业影响因素分析

### 1.3.1 宏观经济因素分析

- (1) 宏观经济发展情况
- (2) 宏观经济与电影电视行业相关性

### 1.3.2 行业消费现状分析

- (1) 电视综合人口覆盖率分析
- (2) 电影电视消费形式分析
- (3) 电影电视消费现状评价

### 1.3.3 行业技术现状分析

- (1) 广播电视传输技术分析
- (2) 数字电视技术发展分析

## 第2章：全媒体时代电影电视转型升级分析

## 2.1 全媒体时代电影电视产业链

### 2.1.1 全媒体电影电视产业链简介

### 2.1.2 全媒体电影电视产业链上游

- (1) 全媒体时代电影电视的创作
- (2) 全媒体时代电影电视的制作

### 2.1.3 全媒体电影电视产业链下游

- (1) 全媒体时代电影电视的传播
- (2) 全媒体时代电影电视的营销
- (3) 全媒体时代电影电视收看特征

## 2.2 全媒体时代电影电视价值链

### 2.2.1 全媒体电影电视价值链构成

### 2.2.2 全媒体电影电视盈利模式转变

## 2.3 全媒体时代电影电视市场格局

### 2.3.1 全媒体电影电视制作格局

- (1) 电影电视制作主体多元化

- (2) 电影电视制作流程更加开放
- (3) 电影电视跨媒体制作更加频繁

#### 2.3.2 全媒体电影电视收视格局

- (1) 电影电视播出平台竞争更加激烈
- (2) 播出平台差异化发展格局逐步形成
- (3) 电影电视参与式收看更加普遍
- (4) 电影电视社会化收看成为潮流
- (5) 电影电视收看终端的融合化

### 2.4 全媒体时代电影电视创新策略

#### 2.4.1 内容为王，打造电影电视精品

#### 2.4.2 电影电视制播模式多样化发展

#### 2.4.3 提高编剧在电影电视制作过程中的地位

## 第3章：国外电影电视行业转型升级与经验借鉴

### 3.1 全球电影电视行业转型升级分析

#### 3.1.1 全球电影电视发展概况

- (1) 全球所有节目类型
- (2) 全球人均收视时间
- (3) 全球电影电视竞争格局

#### 3.1.2 全球电影电视转型趋势

### 3.2 美国电影电视行业转型升级分析

#### 3.2.1 美国电影电视行业概况

- (1) 美国电影电视主要类型
- (2) 美国电影电视产量与结构
- (3) 美国电影电视市场格局

#### 3.2.2 美国电影电视产业链的转变

#### 3.2.3 美国电影电视盈利模式转变

#### 3.2.4 美国电影电视创作的转型升级

### 3.3 韩国电影电视行业转型升级分析

#### 3.3.1 韩国电影电视行业概况

- (1) 韩国电影电视制作机构
- (2) 韩国电影电视产量分析

- 3.3.2 韩剧类型与播出特点
- 3.3.3 韩国电影电视创作的转型升级
- 3.4 日本电影电视行业转型升级分析
  - 3.4.1 日本电影电视行业概况
  - 3.4.2 日本电影电视播放模式分析
  - 3.4.3 日本电影电视创作的转型升级
- 3.5 国外电影电视转型升级经验借鉴
  - 3.5.1 电影电视投资规模经验借鉴
  - 3.5.2 电影电视编剧地位经验借鉴
  - 3.5.3 电影电视制播模式经验借鉴
  - 3.5.4 电影电视文化折扣度经验借鉴
  - 3.5.5 电影电视产业链延伸经验借鉴

## 第4章：中国电影电视制播体制转型升级与实践

- 4.1 电影电视制播体制转变概况
  - 4.1.1 制播合一
  - 4.1.2 制播分离
  - 4.1.3 制播合作
- 4.2 电影电视制播分离实践分析
  - 4.2.1 制播分离政策导向
  - 4.2.2 制播分离模式分析
    - (1) 栏目承包制
    - (2) 节目购买型
    - (3) 全频道制播分离
    - (4) 整体制播分离型
  - 4.2.3 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》
  - 4.2.4 电影电视制播分离现存问题
- 4.3 电影电视制播合作实践分析
  - 4.3.1 制播合作的重要性解析
  - 4.3.2 制播合作实践案例分析

(1) 制播合作的自制剧

(2) 制播合作的周播剧

#### 4.3.3 制播合作的前景展望

### 第5章：中国电影电视创作转型升级与案例分析

#### 5.1 电影电视创作现状分析

##### 5.1.1 当前电影电视主要题材

##### 5.1.2 当前电影电视题材特征

#### 5.2 电影电视美学风格转型

##### 5.2.1 电影电视理念的平民化

##### 5.2.2 电影电视风格的娱乐化

##### 5.2.3 电影电视内容的纪实化

##### 5.2.4 电影电视人物“新英雄化”

#### 5.3 定制电影电视实践分析

##### 5.3.1 定制剧发展概况

##### 5.3.2 定制剧成功案例

##### 5.3.3 定制剧前景预测

#### 5.4 “美剧模式”转型分析

#### 5.5 热播电影电视创作特征分析

### 第6章：中国电影电视营销转型升级与案例分析

#### 6.1 电影电视播出模式转型升级分析

##### 6.1.1 台网同步播出

##### 6.1.2 先网后台播出

##### 6.1.3 网络独家播出

#### 6.2 电影电视海外传播转型升级分析

##### 6.2.1 中国电影电视海外传播历程

##### 6.2.2 中国电影电视海外传播现状

(1) 中国电影电视海外传播规模

(2) 中国电影电视海外传播地区

(3) 中国电影电视海外传播内容

(4) 中国电影电视海外传播总况

- 6.2.3 电影电视海外传播现存问题
- 6.3 电影电视传播与营销转型升级策略
  - 6.3.1 电影电视海外传播策略分析
  - 6.3.2 营销转型升级：全产业链营销
- 6.4 2020年热播电影电视营销实践分析

## 第7章：中国网络电影电视发展实践与案例分析

- 7.1 中国网络电影电视观众分析
  - 7.1.1 网络电影电视观众数量
  - 7.1.2 网络电影电视观众结构
    - (1) 性别结构
    - (2) 学历结构
    - (3) 年龄结构
  - 7.1.3 网民最关注电影电视分析
- 7.2 网络电影电视盈利模式分析
  - 7.2.1 广告模式
  - 7.2.2 用户付费模式（B2C）
  - 7.2.3 版权营销模式（B2B）
  - 7.2.4 视频增值服务模式
- 7.3 网络自制剧现状与案例分析
  - 7.3.1 网络自制剧的缘起
  - 7.3.2 2020年主要网络自制剧
  - 7.3.3 网络自制剧基本盈利模式：整合营销
  - 7.3.4 网路自制剧成功案例分析
  - 7.3.5 网络自制剧趋势分析
- 7.4 网络电影电视与传统电影电视收视对比
  - 7.4.1 双屏用户热播电影电视收看方式
  - 7.4.2 不同年龄段双屏用户热播剧收看方式
  - 7.4.3 不同学历双屏用户热播剧收看方式
  - 7.4.4 双屏选择影响因素

## 第8章：中国电影电视行业投融资转型升级分析



## 8.1 电影电视行业融资转型升级分析

### 8.1.1 电影电视融资环境转变

### 8.1.2 电影电视融资模式转变

- (1) 电影电视市场影响力融资
- (2) 电影电视植入广告融资
- (3) 电影电视版权抵押融资
- (4) 电影电视版权信托融资

## 8.2 电影电视行业投资价值与投资机会

### 8.2.1 电影电视行业投资价值

- (1) 电影电视需求空间巨大
- (2) 电影电视投入回报率较高
- (3) 行业具备中长期投资价值

### 8.2.2 电影电视行业投资机会

- (1) 精品剧投资机会大
- (2) 卫视黄金档存投资机会
- (3) 新媒体电影电视投资机会

## 第9章：中国领先电影电视制作机构转型升级实践

### 9.1 中国电影电视制作机构总体概况

### 9.2 领先民营电影电视制作机构转型升级实践

#### 9.2.1 浙江华策影视股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- (4) 企业电影电视制作转型升级实践

#### 9.2.2 华谊兄弟传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- (4) 企业电影电视制作转型升级实践

#### 9.2.3 中视传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- (4) 企业电影电视制作转型升级实践

#### 9.2.4 北京光线传媒股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- (4) 企业电影电视制作转型升级实践

#### 9.2.5 海润影视集团有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- (4) 企业电影电视制作转型升级实践

#### 9.2.6 世纪长龙影视股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- (4) 企业电影电视制作转型升级实践

#### 9.2.7 北京慈文影视制作有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- (4) 企业电影电视制作转型升级实践

#### 9.2.8 金英马影视文化股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业经营优劣势分析

#### 9.2.9 北京荣信达影视艺术有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业组织架构分析

(4) 企业经营优劣势分析

#### 9.2.10 广东强视影业传媒有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业运营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

(4) 企业电影电视制作转型升级实践

### 9.3 主要国有电影电视制作机构转型升级实践

#### 9.3.1 中国电影电视制作中心有限责任公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业运营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业经营优劣势分析

#### 9.3.2 中国国际电视总公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业运营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业经营优劣势分析

#### 9.3.3 湖南经视文化传播有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业运营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

(4) 企业电影电视制作转型升级实践

#### 9.3.4 大连天歌传媒股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业运营情况分析

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业经营优劣势分析

#### 9.3.5 上海电影（集团）有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业运营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

(4) 企业电影电视制作转型升级实践

## 第10章：中国主要电影电视播放平台转型升级实践

### 10.1 中国电影电视播放平台总体概况（）

### 10.2 主要电视台电影电视转型升级实践

#### 10.2.1 中央电视台

- （1）电视台发展简况分析
- （2）电视台运营情况分析
- （3）电视台组织架构分析
- （4）电视台电影电视播放转型升级实践

#### 10.2.2 北京电视台

- （1）电视台发展简况分析
- （2）电视台运营情况分析
- （3）电视台组织架构分析
- （4）电视台电影电视播放转型升级实践

#### 10.2.3 山东电视台

- （1）电视台发展简况分析
- （2）电视台覆盖范围分析
- （3）电视台组织架构分析
- （4）电视台电影电视播放转型升级实践

#### 10.2.4 浙江电视台

- （1）电视台发展简况分析
- （2）电视台运营情况分析
- （3）电视台组织架构分析
- （4）电视台电影电视播放转型升级实践

#### 10.2.5 湖南电视台

- （1）电视台发展简况分析
- （2）电视台运营情况分析
- （3）电视台组织架构分析
- （4）电视台电影电视播放转型升级实践

#### 10.2.6 安徽电视台

- （1）电视台发展简况分析
- （2）电视台运营情况分析

- (3) 电视台组织架构分析
- (4) 电视台电影电视播放转型升级实践

#### 10.2.7 江苏电视台

- (1) 电视台发展简况分析
- (2) 电视台运营情况分析
- (3) 电视台组织架构分析
- (4) 电视台电影电视播放转型升级实践

#### 10.2.8 上海电视台

- (1) 电视台发展简况分析
- (2) 电视台运营情况分析
- (3) 电视台组织架构分析
- (4) 电视台电影电视播放转型升级实践

#### 10.2.9 川电视台

- (1) 电视台发展简况分析
- (2) 电视台运营情况分析
- (3) 电视台组织架构分析
- (4) 电视台电影电视播放转型升级实践

### 10.3 电影电视主要网络平台转型升级实践

#### 10.3.1 乐视网

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业发展战略分析
- (4) 企业经营优劣势分析

#### 10.3.2 奇艺网

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业发展战略分析
- (4) 企业经营优劣势分析

#### 10.3.3 QQlive

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业发展战略分析

(4) 企业经营优劣势分析

#### 10.3.4 优酷土豆

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业运营情况分析

(3) 企业发展战略分析

(4) 企业经营优劣势分析

#### 10.3.5 搜狐网

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业运营情况分析

(3) 企业发展战略分析

(4) 企业经营优劣势分析

#### 10.3.6 激动网

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业运营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

(4) 企业电影电视播放转型升级实践

#### 10.3.7 PPTV

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业运营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

(4) 企业电影电视播放转型升级实践

#### 10.3.8 迅雷看看

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业运营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

(4) 企业电影电视播放转型升级实践

#### 10.3.9 暴风影音

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业运营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

(4) 企业电影电视播放转型升级实践

#### 10.3.10 PPStream

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业运营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- (4) 企业电影电视播放转型升级实践

部分图表目录：

图表：中国电影电视制作机构数量变化（单位：家）

图表：全国电影电视拍摄制作备案申报公示的剧目数量（单位：部，集）

图表：全国申报拍摄制作的电影电视数量对比（单位：部，集）

图表：生产完成并取得发行许可证电影电视部数与集数（单位：部，集）

图表：生产完成并获得发行许可证剧目部数与集数对比（单位：部，集）

图表：电影电视行业主管部门职能简介

图表：中国电影电视消费现状整体评价

图表：广播电视传输技术专利申请量变化趋势（单位：件）

图表：广播电视传输技术专利数量相对增长变化情况（单位：件，%）

图表：广播电视传输技术专利申请人构成分析

图表：广播电视传输技术专利申请人IPC技术差异分析（单位：件）

图表：广播电视传输IPC技术构成情况

图表：新数字媒体时代下的电视产品

图表：数字电视技术对电影电视行业的影响分析

图表：全媒体时代的电影电视行业产业链结构图

图表：全媒体时代电影电视产业价值链重构图

图表：全媒体时代电影电视行业盈利模式转变简析

图表：全媒体时代电影电视制作主体多元化的表现

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202208/316315.html>