

# 中国电视剧行业需求趋势及投资商机研究报告2023-2029年

产品名称	中国电视剧行业需求趋势及投资商机研究报告2023-2029年
公司名称	智信中科（北京）信息科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区汤立路218号1层
联系电话	010-84825791 18311257565

## 产品详情

中国电视剧行业需求趋势及投资商机研究报告2023-2029年

+++hs++++hs+++hs+++hs++++hs++++hs++++hs++++hs++++hs++++hs++++hs++++

【全新修订】：2023年2月

【报告价格】：[纸质版]:6500元 [电子版]:6800元 [纸质+电子]:7000元 (可以优惠)

【服务形式】：文本+电子版+光盘

【联系人】：顾里

【出版机构】：鸿晟信合研究网

第1章：中国电视剧行业发展综述

1.1 电视剧行业概述

1.1.1 电视剧行业界定

(1) 电视剧的定义及分类

(2) 电视剧行业的内涵

1.1.2 电视剧行业特点

1.1.3 电视剧行业发展历程

## 1.2 电视剧行业监管体系及政策法规

### 1.2.1 行业主管部门

### 1.2.2 行业监管体制

### 1.2.3 行业主要法律法规及政策

## 1.3 电视剧行业发展影响因素分析

### 1.3.1 宏观经济因素分析

- (1) 宏观经济发展情况
- (2) 宏观经济与电视剧行业相关性

### 1.3.2 市场需求因素分析

- (1) 电视剧市场的潜在需求分析
- (2) 电视剧市场的实际需求分析
- (3) 中国电视剧需求市场的评价

### 1.3.3 新技术影响因素分析

- (1) 新数字媒体的时代特征
- (2) 数字电视技术的影响

## 第2章：国外电视剧行业发展动向与趋势分析

### 2.1 全球电视剧市场发展状况与趋势

#### 2.1.1 全球所有节目类型分析

#### 2.1.2 全球人均收视时间分析

#### 2.1.3 全球电视剧竞争格局分析

- (1) 美剧和英剧占据主体地位
- (2) 意、韩等剧具有局部影响力

#### 2.1.4 全球电视剧发展趋势分析

### 2.2 美国电视剧市场发展分析

#### 2.2.1 美国电视剧市场概况

- (1) 美国电视剧发展概述

(2) 美国电视剧主要类型

(3) 美国电视剧产量与结构

2.2.2 美国电视剧市场格局

2.2.3 美国电视剧产业链特征

2.2.4 美国电视剧市场规模与盈利模式

(1) 美国电视剧市场规模

(2) 美国电视剧盈利模式

2.2.5 美国电视剧特征分析

2.3 加拿大电视剧市场发展分析

2.3.1 英、法语收视差异分析

(1) 英、法语区收视差异明显

(2) 英、法语区的巨大差异由来已久

2.3.2 加拿大电视剧市场概况

(1) 英语区本土电视剧深受美剧挤压

(2) 法语区本土电视剧自得其乐

2.3.3 加拿大对电视剧的投入与收获

(1) 电视剧是制作昂贵的节目类型

(2) 本土电视剧的表现可圈可点

(3) 以特色在国际市场赢得一席之地

2.4 韩国电视剧市场发展分析

2.4.1 韩国电视剧发展概况

(1) 韩国电视剧制作机构

(2) 韩国电视剧产量分析

(3) 韩剧类型与播出特点

2.4.2 韩剧收视TOP10分析

2.4.3 韩国电视剧特征分析

#### 2.4.4 韩剧《面包王金卓求》案例分析

### 2.5 日本电视剧市场发展分析

#### 2.5.1 日本电视产业概述

#### 2.5.2 日剧类型与播出特点

#### 2.5.3 日剧年度收视TOP10分析

#### 2.5.4 近年日本电视剧特征分析

## 第3章：中国电视剧产业链及行业发展分析

### 3.1 中国电视剧行业产业链分析

#### 3.1.1 电视剧行业产业链

##### （1）电视剧行业产业链简介

##### （2）产业链上游发展分析

###### 1) 剧本及编剧状况

###### 2) 制片机构状况

##### （3）产业链下游发展分析

###### 1) 电视产业发展情况

###### 2) 音像出版发展情况

###### 3) 新媒体发展情况

#### 3.1.2 中国、美国、香港电视剧产业链比较分析

##### （1）产业链上游——电视剧制作播出模式比较

###### 1) 制播方式比较

###### 2) 内容结构比较

###### 3) 制作主体比较

###### 4) 版权机制比较

##### （2）产业链中游——电视剧经营销售模式比较

###### 1) 分销渠道比较

###### 2) 经营模式比较

### 3) 营销模式比较

#### (3) 产业链下游——电视剧的衍生产品比较

### 3.1.3 电视剧行业盈利模式分析

#### (1) 电视剧产业价值链构成

#### (2) 电视剧行业盈利模式

### 3.2 中国电视剧行业发展状况

#### 3.2.1 电视剧行业发展规模

#### 3.2.2 电视剧行业进口情况

##### (1) 进口剧播放情况

##### (2) 进口剧题材类型

##### (3) 进口剧收视情况

#### 3.2.3 电视剧行业竞争格局

##### (1) 行业整体竞争格局

##### (2) 频道内部竞争格局

##### (3) 电视剧制作机构高度分散

##### (4) 行业新进入者不断涌现

#### 3.2.4 电视剧行业现存问题解析

##### (1) 行业资本泡沫多

##### (2) 电视剧出口不力

### 3.3 中国电视剧行业发展趋势分析

#### 3.3.1 价格泡沫渐消，供给渐趋理性

#### 3.3.2 电视剧播出份额受综艺节目影响有限

#### 3.3.3 “独播化”推升优质电视剧需求

#### 3.3.4 优质电视剧价格上涨趋势仍将持续

#### 3.3.5 优质剧与普通剧价格差距持续扩大

#### 3.3.6 国内定制剧将占据主流市场

## 第4章：中国电视剧制作与发行情况分析

### 4.1 中国电视剧剧本题材分析

#### 4.1.1 电视剧剧本题材数量

(1) 各类题材数量

(2) 题材分布特点分析

#### 4.1.2 热播题材电视剧成功因素分析

(1) 谍战剧

(2) 军旅题材剧

(3) 族群迁徙剧

(4) 社会伦理剧

(5) 青春偶像剧

#### 4.1.3 我国电视剧创作特征分析

### 4.2 中国电视剧融资分析

#### 4.2.1 电视剧融资环境分析

#### 4.2.2 电视剧融资特点分析

#### 4.2.3 电视剧融资渠道与方式

#### 4.2.4 电视剧融资规模分析

#### 4.2.5 电视剧融资策略分析

### 4.3 中国电视剧生产制作分析

#### 4.3.1 电视剧生产情况综述

(1) 制作机构数量

(2) 年度完成剧目

(3) 主要题材比例

#### 4.3.2 电视剧生产历年对比分析

(1) 制作机构数量对比

(2) 完成剧目对比

### (3) 主要题材对比

#### 4.3.3 我国电视剧生产特征分析

(1) 产量下降，质量要求更高

(2) 生产成本提高，进入亿元大片时代

(3) 定制剧影响产业布局，台企合作考验生存本领

#### 4.4 中国电视剧发行分析

##### 4.4.1 电视剧发行方式

##### 4.4.2 电视剧的两次发行

##### 4.4.3 电视剧的四级发行市场

##### 4.4.4 新媒体环境开创电视剧发行的新渠道

(1) 电视剧经电视台和网络同步或跟从播出

(2) 电视剧经网络走红后电视台再次播映

(3) 电视剧以互联网作为播放的首映平台

(4) 互联网网站直接投拍网络电视剧

##### 4.4.5 国产电视剧网络发行模式的前景探讨

(1) 网络发行的优势

(2) 有待解决的问题

### 第5章：中国电视剧播出、收视与收入调研分析

#### 5.1 中国电视剧播出分析

##### 5.1.1 电视剧播出大势盘点

(1) 播出份额

(2) 资源使用率

##### 5.1.2 各级频道电视剧播出份额对比

(1) 央视：2018-2023年播出量逐年递增

(2) 省卫视：播出量超过节目总量三分之一

(3) 央视、省卫视：播出量增加，收视份额、资源使用率下降

### 5.1.3 不同类型电视剧播出份额变化

- (1) 主力剧目类型分析
- (2) 省卫视偏好剧型分析
- (3) 省地面频道偏好剧型分析
- (4) 城市频道偏好剧型分析

### 5.1.4 我国电视剧播出特征分析

- (1) 电视剧是立台之本
- (2) 主要题材“播出王”
- (3) 省卫视偏好播出剧目
- (4) 省卫视热播类型同质化

### 5.1.5 卫视黄金档拟播电视剧

## 5.2 中国电视剧收视分析

### 5.2.1 电视剧收视总量分析

### 5.2.2 各级频道电视剧收视份额对比

- (1) 全国整体情况
- (2) 中央级频道情况
- (3) 综合性省卫视情况
- (4) 地面频道情况

### 5.2.3 不同类型电视剧收视情况对比

### 5.2.4 各类节目收视量历年对比分析

### 5.2.5 电视剧收视贡献分析

### 5.2.6 电视剧主要观众状况

- (1) 电视剧观众性别及年龄结构
- (2) 不同频道电视剧观众结构
- (3) 不同年龄电视剧观众收视时间

### 5.2.7 电视剧收视率TOP10分析



(1) 央视年度内地剧收视TOP10

(2) 省卫视年度内地剧收视TOP10

### 5.2.8 热播优质电视剧特征分析

(1) 各级频道热播剧收视表现

(2) 热播剧特征案例分析

1) 制作方分析

2) 受众分析

3) 传播方式分析

4) 成功元素总结

### 5.3 中国电视剧收入分析

#### 5.3.1 电视剧版权收入分析

(1) 电视剧电视台版权收入

(2) 电视剧网络版权收入

(3) 电视剧版权收入预测

#### 5.3.2 电视剧广告分析

(1) 电视广告收入规模

(2) 电视剧广告收入份额

(3) 电视剧广告投放形式

(4) 电视剧广告发展趋势

1) 电视剧广告资源稀缺性显现

2) 电视剧广告市场份额保持稳定

3) 电视剧采购成本占广告收入比重有提升空间

#### 5.3.3 电视剧相关产业开发分析

(1) 纵向开发

1) 版权销售

2) 影视基地

## (2) 横向开发

### 1) 旅游业

### 2) 文化教育产业

### 3) 服装化妆品行业

## 第6章：中国电视剧行业热点专题分析

### 6.1 中国网络电视剧发展分析

#### 6.1.1 中国视频网民状况概述

##### (1) 视频网民规模

##### (2) 视频网民结构

###### 1) 性别结构

###### 2) 学历结构

###### 3) 年龄结构

###### 4) 收入结构

##### (3) 网民关注视频类型

##### (4) 网民关注电视剧分析

#### 6.1.2 主要视频网站影视剧策略

##### (1) 腾讯

##### (2) 搜狐

##### (3) 优酷

##### (4) 奇艺网

##### (5) 乐视网

##### (6) PPTV

#### 6.1.3 网络电视剧盈利模式分析

##### (1) 广告模式

##### (2) 用户付费模式 (B2C)

###### 1) 网络视频用户付费使用比率

2) 网络视频用户付费使用频率

3) 网络视频用户付费模式

4) 网络视频用户费用支出

(3) 版权营销模式 (B2B)

(4) 视频增值服务模式

6.1.4 网络自制剧分析

(1) 网络自制剧的缘起

(2) 近年主要网络自制剧

(3) 网络自制剧基本盈利模式：整合营销

(4) 网络自制剧趋势分析

6.1.5 网络电视剧与传统电视剧收视对比

(1) 双屏用户热播电视剧收看方式

(2) 不同年龄段双屏用户热播剧收看方式

(3) 不同学历双屏用户热播剧收看方式

(4) 双屏选择影响因素

6.2 中国制播分离制度分析

6.2.1 制播分离政策环境分析

6.2.2 制播分离模式分析

(1) 栏目承包制

(2) 节目购买型

(3) 全频道的制播分离

(4) 整体的制播分离型

6.2.3 制播分离的重要性解析

6.2.4 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》

## 6.2.5 电视剧制播分离现存问题

## 6.2.6 制播分离发展前景分析

### (1) 美国

### (2) 韩国

## 6.3 中国三网融合对电视剧的影响分析

### 6.3.1 三网融合概述

#### (1) 三网融合定义及涉及领域

#### (2) 三网融合包含四要素分析

#### (3) 发展三网融合的积极性

### 6.3.2 三网融合对电视剧的影响分析

#### (1) 三网融合背景下民营电视剧的版权分析

#### (2) 三网融合有利于电视剧的发展

#### (3) 三网融合对视频运营模式的影响

### 6.3.3 三网融合进展分析

#### (1) 运营商加大投资力度

#### (2) 三网融合用户数量取得突破

#### (3) 各地区试点与实施方案

## 6.4 “三限令”对中国电视剧行业的影响

### 6.4.1 “限播令”对电视剧行业的影响分析

#### (1) “限播令”颁发背景

#### (2) “限播令”主要内容

#### (3) “限播令”对电视剧行业的影响

### 6.4.2 “限娱令”对电视剧行业的影响分析

#### (1) “限娱令”颁发背景

#### (2) “限娱令”主要内容

#### (3) “限娱令”对电视剧行业的影响

### 6.4.3 “限广令”对电视剧行业的影响分析

(1) “限广令”颁发背景

(2) “限广令”主要内容

(3) “限广令”对电视剧行业的影响

### 6.5 优酷土豆合并概况与影响分析

#### 6.5.1 优酷土豆合并事件综述

#### 6.5.2 优酷土豆合并影响分析

## 第7章：中国电视剧制作机构经营情况分析

### 7.1 中国电视剧制作机构总体概况

### 7.2 中国电视剧民营制作机构经营情况分析

#### 7.2.1 浙江华策影视股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业电视剧制作分析

(3) 企业运营情况分析

1) 企业主要经济指标分析

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

(4) 企业组织架构分析

(5) 企业运营模式分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业发展战略分析

(8) 企业新发展动向

#### 7.2.2 华谊兄弟传媒股份有限公司

#### 7.2.3 中视传媒股份有限公司

(4) 企业经营优劣势分析

(5) 企业发展战略分析

(6) 企业新发展动向

7.2.4 北京光线传媒股份有限公司

(8) 企业投资兼并与重组分析

7.2.5 海润影视制作有限公司

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业电视剧制作分析

7.2.6 北京小马奔腾壹影视文化发展有限公司

7.2.7 北京慈文影视制作有限公司

7.2.8 北京荣信达影视艺术有限公司

(3) 企业组织架构分析

(4) 企业电视剧制作分析

(5) 企业经营优劣势分析

7.2.9 广东强视影业传媒有限公司

(3) 企业经营优劣势分析

7.3 中国电视剧主要国有制作机构经营情况分析

7.3.1 中国电视剧制作中心有限责任公司

7.3.2 中国国际电视总公司

7.3.3 芒果影视文化有限公司

7.3.4 大连天歌传媒股份有限公司

7.3.5 上海电影(集团)有限公司

7.3.6 北京紫禁城影业有限责任公司

7.3.7 珠江电影制片有限公司

第8章：中国电视剧主要播放平台经营分析

8.1 中国电视剧播放平台总体概况

## 8.2 中国主要电视台经营情况分析

### 8.2.1 中央电视台

#### (4) 企业电视剧播放频道分析

#### (5) 企业电视剧收视分析

### 8.2.2 山东电视台

#### (3) 企业电视剧播放频道分析

#### (4) 企业电视剧收视分析

### 8.2.3 浙江电视台

### 8.2.4 湖南电视台

### 8.2.5 安徽电视台

### 8.2.6 江苏电视台

### 8.2.7 四川电视台

### 8.2.8 上海电视台

### 8.2.9 北京电视台

## 8.3 中国电视剧主要网络平台经营情况分析

### 8.3.1 乐视网信息技术(北京)股份有限公司(乐视网)

#### (2) 企业运营情况分析

##### 1) 主要经济指标

##### 2) 盈利能力分析

##### 3) 运营能力分析

##### 4) 偿债能力分析

##### 5) 发展能力分析

#### (3) 乐视网电视剧播放分析

#### (5) 企业投资兼并与重组分析

### 8.3.2 百度在线网络技术(北京)有限公司

#### 1) 利润分析

2) 资产负债分析

3) 现金流量分析

(3) 奇艺网电视剧播放分析

(5) 企业新发展动向

8.3.3 上海聚力传媒技术有限公司

(3) PPTV电视剧播放分析

8.3.4 深圳市迅雷网络技术有限公司

(3) 迅雷看看电视剧播放分析

8.3.5 北京暴风科技股份有限公司

(3) 暴风影音电视剧播放分析

第9章：中国电视剧行业发展前景与投资分析

9.1 中国电视剧行业发展前景分析

9.1.1 电视剧行业发展驱动因素

(1) 政策利好

(2) 文化消费增长

(3) 市场竞争日益规范

(4) 三网融合的推动

(5) 新技术应用带来机遇

(6) 海外市场拓宽盈利渠道

9.1.2 电视剧行业发展阻碍因素

(1) 盗版冲击

(2) 国际市场竞争冲击

(3) 资金瓶颈限制

9.1.3 电视剧行业发展前景预测

(1) 电视剧制作企业收入具有前瞻性

1) 电视剧需求量持续上升



## 2) 盈利模式决定电视剧制作企业收入具备前瞻性和稳定性

(2) 电视剧交易额增长具有稳定性

(3) 一线卫视电视剧采购规模仍将扩大

## 9.2 中国电视剧行业投资特性分析

### 9.2.1 电视剧行业发展壁垒

### 9.2.2 电视剧行业市场供求分析

(1) 整体供大于求

(2) 需求呈增加趋势

(3) 精品剧供不应求

### 9.2.3 电视剧行业利润水平分析

(1) 成本分析

(2) 收入分析

### 9.2.4 电视剧行业投资风险分析

(1) 政策监管风险

(2) 税收政策风险

(3) 竞争加剧风险

(4) 知识产权纠纷风险

(5) 联合投资制作风险

(6) 安全生产的风险

## 9.3 中国电视剧行业投资机会与投资建议

### 9.3.1 电视剧行业投资价值分析

(1) 电视剧需求空间巨大

(2) 电视剧投入回报率较高

(3) 行业具备中长期投资价值

### 9.3.2 电视剧行业投资机会分析

(1) 精品剧投资机会大

(2) 卫视黄金档存投资机会

(3) 新媒体电视剧投资机会

### 9.3.3 电视剧行业投资建议

(1) 择机上市

(2) 投资定制剧

(3) 投资精品剧

(4) 投资新媒体播放平台

## 图表目录

图表1：电视剧的分类（按剧集长短及题材）

图表2：电视剧行业的特点分析

图表3：电视剧行业初创阶段的特点分析

图表4：电视剧行业萌芽阶段的特点分析

图表5：电视剧行业发展阶段的特点分析

图表6：电视剧行业逐步成熟阶段的特点分析

图表7：国产电视剧数量变化（单位：部，集）

图表8：电视剧行业主管部门职能简介

图表9：电视剧行业主要监管体制简介

图表10：中国电视剧行业主要法律法规和政策

图表11：2018-2023年中国GDP增长趋势图（单位：%）

图表12：2018-2023年主要经济指标增长及预测（单位：%）

图表13：中国电视综合人口覆盖率及变化（单位：%）

图表14：我国电视剧观众免费频道消费形式简析

图表15：2018-2023年网络视频用户数及使用率（单位：万人，%）

图表16：中国电视剧需求市场的评价

图表17：新数字媒体时代下的电视产品

图表18：数字电视技术对电视剧行业的影响分析

图表19：全球主要电视节目类型收视率变化对比（单位：%）

图表20：全球人均收视时间历年变化（单位：分钟）

图表21：全球电视剧发展趋势分析

图表22：美国电视剧主要类型

图表23：美国电视剧播出量和结构（单位：集，%）

图表24：美国电视剧制作市场结构（单位：%）

图表25：美国热播电视剧集出品方情况

图表26：美国收视率排名剧目

图表27：美国电视剧主要盈利模式

图表28：美国电视剧特征分析

图表29：加拿大英语和外国英语电视节目全天收视份额对比（单位：%）

图表30：加拿大英语和外国英语电视节目黄金时段收视份额对比（单位：%）

图表31：加拿大法语和外国法语电视节目全天收视份额对比（单位：%）

图表32：加拿大法语和外国法语电视节目黄金时段收视份额对比（单位：%）

图表33：加拿大英语电视节目收视排行（单位：人）

图表34：加拿大英语区本土电视剧和外国英语电视剧全天收视份额对比（单位：%）

图表35：加拿大英语区本土电视剧和外国英语电视剧黄金时段收视份额对比（单位：%）

图表36：加拿大法语区本土电视剧和外国电视剧全天收视份额对比（单位：%）

图表37：加拿大法语区本土电视剧和外国电视剧黄金时段收视份额对比（单位：%）

图表38：加拿大英语区电视节目制作成本统计（单位：千加元/小时）

图表39：加拿大法语区电视节目制作成本统计（单位：千加元/小时）

图表40：加拿大电视剧海外播出情况统计

图表41：韩国电视剧主要类型与播出特点

图表42：韩国三大电视机构电视剧收视率TOP10（单位：% ，集）

图表43：韩国部分穿越剧一览表

图表44：韩剧《面包王金卓求》成功因素分析

图表45：日本电视市场规模（单位：个，万户，亿日元，%）

图表46：日本电视媒体构造图

图表47：日本电视剧收视排行TOP10（单位：%）

图表48：数字媒体时代的电视剧行业产业链结构图

图表49：我国电视剧行业剧本及编剧状况

图表50：各类题材电视剧的编播比重（单位：%）

图表51：80城市所播电视剧编剧的题材创作数量分布（全天）（单位：%）

图表52：80城市所播电视剧编剧的题材创作情况（全天）（单位：部，%）

图表53：进入80城市各地收视率前20名的电视剧各题材编剧分布（单位：%）

图表54：各题材进入80城市各地收视率前20名部数多的电视剧编剧（单位：部）

图表55：进入80城市各地收视率前20名的电视剧编剧涉猎题材范围（单位：部）

图表56：进入80城市各地收视率前20名的电视剧编剧分布情况（单位：%）

图表57：进入80城市各地收视率前20名的电视剧编剧入围部数分布情况（单位：部，%）

图表58：进入80城市各地收视率前20名频次较高的电视剧编剧（单位：部）

图表59：国内电视剧制作机构分类

图表60：2018-2023年中国电视剧制作机构数量变化（单位：家）

图表61：全国电视台数量统计（单位：座）

图表62：中国电视产业规模变化趋势（单位：亿元，%）

图表63：中国有线电视网收入及变化（单位：亿元，%）

图表64：中国音像制品发行总金额及增长率（单位：亿元，%）

图表65：中国录音制品出版情况（单位：种，亿盒/张，亿元，%）

图表66：中国录像制品出版情况（单位：种，亿盒/张，亿元，%）

图表67：中国电子出版物出版情况（单位：种，万张，亿元，%）

图表68：中国音像出版进出口情况（单位：万盒/张，万美元，%）

图表69：中国音像出版业版权贸易情况（单位：种）

图表70：2018-2023年我国网民规模与互联网普及率（单位：万人，%）

图表71：2018-2023年中国网络经济市场规模及预测（单位：亿元，%）

图表72：2018-2023年中国网络广告市场规模及预测（单位：亿元，%）

图表73：2018-2023年中国网民对各类网络应用的使用率（单位：万人，%）

图表74：2018-2023年我国手机网民规模及占网民比例（单位：万人，%）

图表75：中国网民上网设备变化情况（单位：%）

图表76：2018-2023年中国手机网络视频用户数及使用率（单位：万人，%）

图表77：中国、美国、香港电视剧制播方式比较

图表78：中国、美国电视剧内容结构比较

图表79：中国、美国、香港电视剧制作主体比较

图表80：中国、美国电视剧分销渠道比较

图表81：中国、美国、香港电视剧经营模式比较

图表82：中国、美国、香港电视剧营销模式比较

图表83：中国、美国、香港电视剧衍生产品比较

图表84：数字媒体时代电视剧产业价值链重构图

图表85：我国电视剧行业各营收主体盈利模式分析

图表86：电视剧交易额及获准发行新剧数量（单位：亿元，部）

图表87：80城市主要产地电视剧播出比重（全天）（单位：%）

图表88：中国各级频道市场份额（单位：%）

图表89：2018-2023年各级频道市场份额对比（单位：%）

图表90：各级频道不同年龄段观众市场份额对比（单位：%）

图表91：各级频道全天收视率走势对比（单位：%）

图表92：中央台各频道收视份额贡献（单位：%）

图表93：中央台各频道市场份额年度变化（单位：%）

图表94：2018-2023年省级卫视市场份额对比（71大中城市，不包括动画卫视）（单位：%）

图表95：省级地面频道晚间在本省市场份额（18:00-24:00）（单位：%）

图表96：省级地面频道在本省晚间市场份额年度变化（单位：%）

图表97：117个地级市晚间市场份额（18:00-24:00）（单位：%）

图表98：省会城市台晚间市场份额（18:00-24:00）（单位：%）

图表99：国内电视剧制作机构产量占比及收入占比情况（单位：部，集，亿元，%）

图表100：近年涌入影视剧制作行业的各类机构

图表101：全国拍摄制作电视剧备案公示（单位：集，部）

图表102：湖南卫视周六不同时段5秒广告刊例价（单位：元）

图表103：广东卫视周六不同时段5秒广告刊例价（单位：元）

图表104：排名的电视剧与综艺节目收视率比较（单位：%）

图表105：美国电视节目广告收入排行（单位：万美元/30分钟）

图表106：2018-2023年电视剧播出及审批发行统计（单位：部，集，遍）

图表107：省级卫视电视剧收视率占比情况（单位：%）

图表108：2018-2023年部分热播剧单集售价（不含网络版权收入）（单位：万元）

图表109：优质剧与普通剧价格差距情况及预测（单位：万/集，倍）

图表110：生产完成的电视剧主要题材数量（单位：部，集）

图表111：生产完成的电视剧主要题材对比（单位：%）

图表112：近年热播谍战剧成功因素分析

图表113：近年热播社会伦理剧分类

图表114：近年热播社会伦理剧成功因素分析

图表115：近年我国电视剧题材特征分析

图表116：电视剧融资特点分析

图表117：电视剧融资渠道与方式分析

图表118：电视剧融资策略分析

图表119：2018-2023年中国电视剧制作机构数量变化（单位：家）

图表120：生产完成并取得发行许可证电视剧部数与集数（单位：部，集）

