

2022-2028年中国互联网+ 电视剧行业发展态势与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国互联网+电视剧行业发展态势与投资前景分析报告》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/202205/292694.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年中国互联网+电视剧行业发展态势与投资前景分析报告》共八章。首先介绍了互联网+电视剧行业市场发展环境、互联网+电视剧整体运行态势等，接着分析了互联网+电视剧行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+电视剧市场竞争格局。随后，报告对互联网+电视剧做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网+电视剧行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+电视剧产业有个系统的了解或者想投资互联网+电视剧行业，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：

第一章 电子商务与“互联网+”

第一节 电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

（一）电子商务分类

（二）电子商务功能

（三）电子商务运营模式

六、电子商务规模分析

第二节 “互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

三、“互联网+”的发展

四、“互联网+”的评价

五、“互联网+”的趋势

第二章 互联网环境下电视剧行业的机会与挑战

第一节 2019年中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

（一）总体网民规模分析

（二）分省网民规模分析

（三）网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

（一）信息获取情况分析

（二）商务交易发展情况

（三）交流沟通现状分析

（四）网络娱乐应用分析

第二节 互联网环境下电视剧行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、电商成为传统企业突破口

第三节 互联网电视剧行业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变生产厂商营销模式

三、互联网导致行业利益重新分配

第四节 电视剧与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势分析

二、电子商务消费环境趋势分析

三、互联网技术对行业支撑作用

四、互联网黄金发展期机遇分析

第三章 电视剧行业发展情况分析

第一节 电视剧行业发展现状分析

一、电视剧行业产业政策分析

二、电视剧行业发展现状分析

三、电视剧行业发展特征分析

四、电视剧行业许可证发放情况

第二节 电视剧行业发展规模分析

一、中国电视剧产量情况分析

二、中国电视剧市场规模统计

三、中国电视剧市场结构分析

第三节 电视剧行业市场规模预测

一、电视剧行业产量预测分析

二、电视剧行业市场规模预测

第四节 电视剧行业发展趋势分析

一、构建数字媒体时代电视剧产业价值链

（一）数字媒体时代的特征

（二）电视剧产业价值链的重新构建架构图

（三）新电视剧产业价值链分析

二、网台合作共赢步伐加大

三、民营影视机构扮演重要角色

四、国家限制引进剧保护国内剧

第四章 网络电视剧发展情况分析

第一节 网络电视剧发展概述分析

一、网络电视剧发展定义分析

二、网络电视剧发展特征分析

三、网络电视剧传播方式分析

第二节 网络电视剧发展规模分析

一、网络电视剧产量分析

二、网络电视剧集数分析

三、网络电视剧播放量分析

四、IP网络剧发展情况分析

五、网络电视剧题材占比分析

六、中国网络电视剧主要作品

第三节 网剧视频网站市场发展情况分析

一、网剧视频网站市场份额分析

二、视频网站在网络剧的战略方针

第四节 网络电视剧行业发展趋势分析

一、网络电视剧制作市场格局分析

二、网络电视剧实行差异化发展分析

三、网络电视剧产量情况预测分析

四、网络电视剧未来发展趋势分析

第五章 网络电视剧受众情况调查分析

第一节 网剧调研样本情况分析

一、网剧调查者年龄分布情况

二、网剧调查者学历分布情况

三、网剧调查者职业分布情况

四、网剧调查者收入分布情况

第二节 网剧收看频率调查分析

一、调查者网剧收看频率分布

二、调查者网剧收看时段分布

三、调查者网剧收看时长分布

第三节 网剧收看渠道调查分析

一、调查者网剧收看习惯分析

二、调查者网剧收看渠道分析

第六章 电视剧电商行业发展情况分析

第一节 电视剧电商发展概述分析

一、电视剧电商发展背景分析

二、电视剧“T2O”的概念界定

三、电视剧“T2O”商业模式的特点

（一）“T2O”模式的共性特点分析

（二）“T2O”商业模式的个性特点

四、电视剧“T2O模式”发展现状分析

第二节 电视剧“T2O”模式遭遇的问题

一、电视剧T2O 模式的消费转化率太低

二、T2O模式合作各方都未能全力投入

三、实践T2O 模式，只能依傍电商平台

第三节 电视剧“T2O”模式发展建议分析

一、培养用户消费“正版”商品，提高T2O 模式的消费转化率

二、将电视剧T2O模式合作各方变成股东，调动各方积极参与

三、电视媒体主导实践多种形式的T2O 模式

第四节 电视剧“T2O”商业模式发展前景分析

一、从看买分离走向看买合一

二、形成一种全新的观剧体验

三、合作范围由窄到宽，由浅入深

四、由重视销售到更加注重受众的需求

第七章 电视剧主流网站平台比较及分析

第一节 腾讯视频

一、网站发展基本概述

二、总覆盖人数区域特征

三、总访问次数区域特征

四、总页面浏览量区域特征

五、总访问时长区域特征

第二节 搜狐视频

一、网站发展基本概述

二、总覆盖人数区域特征

三、总访问次数区域特征

四、总页面浏览量区域特征

五、总访问时长区域特征

第三节 爱奇艺

一、网站发展基本概述

二、总覆盖人数区域特征

三、总访问次数区域特征

四、总页面浏览量区域特征

五、总访问时长区域特征

第四节 芒果TV

一、网站发展基本概述

二、总覆盖人数区域特征

三、总访问次数区域特征

四、总页面浏览量区域特征

五、总访问时长区域特征

第五节 优酷网

- 一、网站发展基本概述
- 二、总覆盖人数区域特征
- 三、总访问次数区域特征
- 四、总页面浏览量区域特征
- 五、总访问时长区域特征

第八章 “互联网+”时代国产电视剧的IP开发与品牌运营

第一节 开发IP文化内涵

- 一、塑造IP品牌文化（ ）

第二节 创新IP粉丝营销方式

- 一、扩大IP品牌传播效果
- 一、借力已有资源引起粉丝关注
- 二、使用前置营销激发粉丝热情
- 三、设计互动方式让粉丝成为电视剧营销参与者

第三节 有效开发IP衍生品

- 一、实现IP品牌利润最大化
- 一、以产业链的形式开发衍生品
- 二、将衍生品销售与电视剧播出同步进行
- 三、将衍生品开发前置
- 四、应注重衍生剧的开发

第四节 全产业链开发

- 一、打造平台，培育原创IP品牌

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/292694.html>