

电视剧行业研究报告

作者：滕振辉

一、行业监管体制、主要法律法规及政策

1、行业主管部门

电视剧作为受众广泛，是一种可以对观众精神世界产生影响的文化产品，属于设计意识形态领域的特殊行业，所以，电视剧行业在制作、发行等方面受到党和政府相关职能部门的严格监管。该行业的监管机构有：中共中央宣传部、国家新闻出版广电总局、文化部。同时，各省级广播电视节目制作业协会作为电视剧行业自律组织，在行业自律方面也发挥了一定作用。

(1) 中共中央宣传部（以下简称中宣部）

中宣部是中共中央主管意识形态方面工作的综合职能部门，属于国内媒体的总把关机构，其对影视制作行业的管理体现在宏观层面进行管理，其主要职能包括：指导全国理论研究、学习和宣传工作；引导社会舆论；从宏观上指导精神文化产品的创作和生产；负责提出宣传文化事业发展的指导方针；指导宣传文化系统制定政策和法规；按照中央的统一工作部署，做好宣传文化系统各有关部门之间的协调工作；负责文化体制改革，提出政策性建议等。

(2) 国家新闻出版广电总局（以下简称国家广电总局）

国家广电总局作为国务院直属机构，是我国电视剧行业的主要监管机构，具体管理职能由内设机构电视剧司具体负责，其主要职能包括：拟订电视剧、广播剧创作、生产、审查、发行的有关政策、规定和电视剧产业发展规划；负责国产电视剧、对外合拍电视剧的备案公示，指导、监管电视剧的生产制作；负责总局电视剧审查委员会及复审委员会、重大革命和历史题材影视创作领导小组电视剧组的日常工作，组织审查国产电视剧、引进电视剧和对外合拍电视剧（含动画片）的内容；发放和吊销国产电视剧的发行许可证；指导、调控全国电视剧播出工作。

国家广电总局在地方设置地方管理机构即省级广电局（省、自治区、直辖市），主要负责对所在地的文化广播影视事业实行行业管理，并履行国家广电总局赋予的行政审批权。

(3) 文化部

文化部是国务院的职能部门，在国务院领导下管理全国文化艺术事业。其主

要职能包括：拟订文化艺术方针政策，起草文化艺术法律法规草案；拟订文化艺术产业发展规划，指导、协调文化艺术产业发展；拟订文化市场发展规划，指导文化市场综合执法工作，负责对文化艺术经营活动进行行业监管；负责文艺类产品网上传播的前置审批工作，制定有关音像制品的相关规定。

2、行业监管体制

(1) 电视剧经营许可

《电视剧内容管理规定》和《广播电视节目制作经营管理规定》等规定指出，国家对从事电视剧制作业务的企业实行资格准入许可制度。从事电视剧制作的企业应当取得由国家广电总局或省级广电总局颁发的《广播电视节目制作经营许可证》，未经许可，任何单位和个人不得从事电视剧的制作业务。

(2) 电视剧备案公示和摄制行政许可

根据《广播电视节目制作经营管理规定》、《电视剧内容管理规定》及《电视剧拍摄制作备案公示管理暂行办法》的规定，依法设立的电视剧制作机构取得《广播电视节目制作经营许可证》后从事电视剧摄制工作，必须经过国家广电总局的备案公示管理并获得制作许可后方可进行。

电视剧制作许可证分为《电视剧制作许可证（乙种）》（俗称“乙证”）和《电视剧制作许可证（甲种）》（俗称“甲证”）。电视剧制作单位在拍摄每部电视剧之前都必须申请取得所拍摄电视剧的乙证。乙证实行一剧一报制度，在电视剧播放后自动作废。以后拍摄新的电视剧须重新履行许可审批程序。

电视剧制作机构已经以乙证的形式，在连续两年内制作完成六部以上单本剧或三部以上连续剧（每部3集以上）的，可向国家广电总局申请甲证。甲证有效期限为两年且需要接受国家广电总局的隔年检验。对于持有甲证的电视剧制作机构，拍摄每部电视剧之前只需向省级广电局进行备案审核，然后由省级广电局报国家广电总局备案。

(3) 电视剧的内容审查管理

根据《电视剧内容管理规定》，电视剧实行内容审查和发行许可制度，即电视剧制作完成后，必须按管辖范围经国家新闻出版广电总局或省级广播电影电视行政管理部门审查通过，才能取得《电视剧发行许可证》，之后相关电视剧才能发行。

(4) 电视剧的发行与播出管理

电视剧在拍摄完毕并取得《电视剧发行许可证》后，电视剧制作单位可以发行或委托其他机构开始电视剧的发行工作。在播出阶段，电视剧的播出业务由电视台经营。根据《广播电视管理条例》和《电视剧内容管理规定》，电视台对其播放的广播电视节目内容，应当进行播前审查和重播重审。

3、行业主要法律法规及政策

改革开放以来，国民经济的快速发展，文化体制改革的不断深入，我国电视剧行业逐渐形成了以《中华人民共和国著作权法》为指导，以《广播电视管理条例》、《电视剧内容管理规定》为基础，涵盖行业资质管理、行业业务标准审查、行业质量管理、产业体制改革等方面的法律法规和政策体系，实现了对电视剧行业的全方位的指导和监管。目前，对公司业务开展较为重要的法律法规和政策如下：

号	名称	时间	有关部门	主要内容
1	中华人民共和国著作权法	2001年10月27日实施	全国人民代表大会	主要包含了著作权人及其权利、著作权归属、权利的保护期、限制、著作权许可使用和转让合同、出版、表演、录音录像、播放、录音录像、广播电台、电视台播放等内容
2	中华人民共和国著作权法实施条例	2002年8月2日实施	国务院	为了让著作权法更好的得到实施和执行而制定的，对于著作权法中规定的操作性比较弱和指代不具体的条文做了进一步的补充和说明。
3	电视剧内容管理规定	2010年7月1日施行	广电总局	为了规范电视剧内容管理工作，对电视局内容的备案和公示，审查和许可及播出管理等作出了相关的规定。

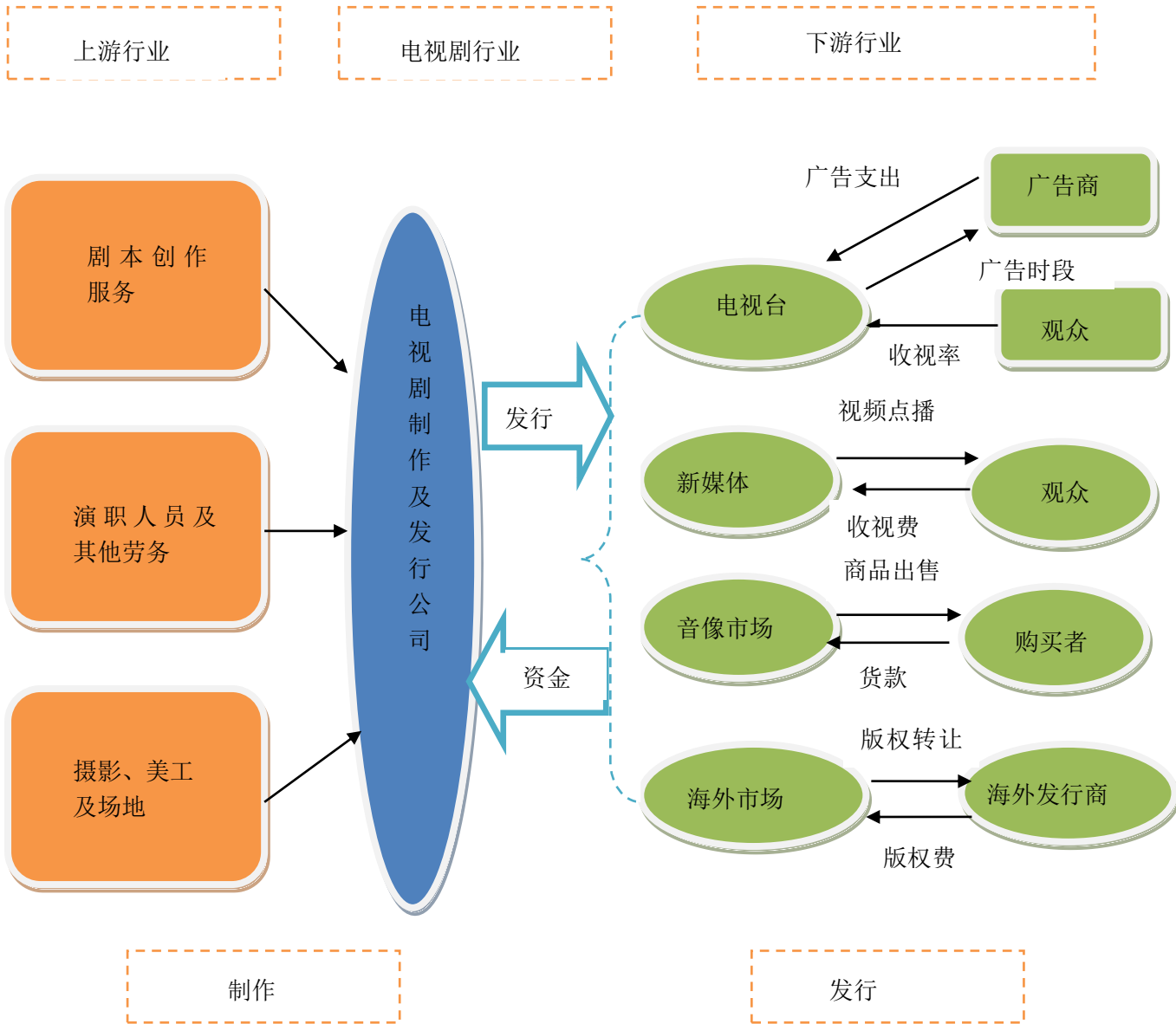
4	广播电视节目制作经营管理规定	2014年8月20日实施	广电总局	规定国家对从事电视剧制作业务的企业实行资格准入许可制度。从事电视剧制作的企业应当取得由国家广电总局或省级广电总局颁发的《广播电视节目制作经营许可证》，未经许可，任何单位和个人不得从事电视剧的制作业务。
5	《电视剧拍摄制作备案公示管理办法》	2013年12月1日实施	广电总局	规定申报电视剧拍摄制作备案公示的制作机构应具备的条件，备案内容、备案程序及需提交的纸质材料，并就已公示的电视剧目也作了相应的管理规定。
6	《音像制品管理条例》	2011年3月19日实施	国务院	为了加强音像制品的管理，促进音像业的健康发展和繁荣，丰富人民群众的文化生活，促进社会主义物质文明和精神文明建设，就音响制品的出版、复制、进口、批发零售均制定了相关管理规定。
7	《音像制品出版管理规定》	2004年8月1日实施	新闻出版总署	为了加强音像制品出版的管理促进我国音像出版事业的健康发展与繁荣，根据《出版管理条例》、《音像制品管理条例》，制定关于出版单位设立、出版活动、非卖品管理、委托复制管理及审核登记的相关规定。
8	《中外合作制作电视剧管理规定》	2004年10月21日实施	广电总局	规定国家对中外合作制作电视剧（含电视动画片）实行许可制度，就中外合作制作电视剧可采取的形式，立项应符合的条件及需提交的

				书面材料制定了相关规定。
9	广电总局电视剧司关于进一步规范卫视综合频道电视剧编播管理的通知	2010年5月1日实施	广电总局	高度重视卫视综合频道电视剧播出管理工作，明确电视剧播出属于宣传管理，不能混同于单纯的商业行为，更不能搞无序的商业竞争，对全国卫视综合频道做出如下规定：电视剧每天播出时间总量不得超过每天播出电视时间总量的45%；同一部电视剧每天播出总集数（包括重播集数）不得超过6集；双休日每天不得超过8集，在19:00至24:00之间，播出总集数不得超过3集
10	“一剧两星”	2014年4月实施	广电总局	对卫视综合频道黄金时段电视剧播出方式进行调整，规定同一部电视剧每晚黄金时段联播的综合频道不得超过两家，同一部电视剧在卫视综合频道每晚黄金时段播出不得超过二集。
11	国家“十二五”文化改革发展规划纲要	2012年12月印发	中央办公厅、国务院办公厅	重申了十七届六中全会提出的文化改革发展的指导思想，明确了“五个坚持”的重要方针，将《决定》中提出的战略目标、大政方针、政策措施进行了数量化、项目化和具体化，研究提出了到2015年我国文化改革发展的10项主要目标，进一步明确了完成这一目标的具体要求。

12	中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定	2011年10月18日通过	中国共产党第十七届中央委员会第六次全体会议	强调加快发展文化产业，推动文化产业成为国民经济支柱性产业
13	文化部“十二五”时期文化产业倍增计划	2012年2月印发	文化部	提出了“十二五”时期文化部门管理的文化产业增加值至少翻一番的目标，努力推动文化产业成为国民经济支柱性产业，满足人民日益增长的多样化精神文化需求。
14	文化部关于鼓励和引导民间资本进入文化领域的实施意见	2012年7月印发	文化部	鼓励民间资本参与国有文艺院团转企改制、参与公共文化服务体系建设、投资文化产业发展等
15	关于深入推进文化金融合作的意见	2014年3月印发	财政部	强调要更好发挥金融政策、财政政策与文化产业政策的协同作用，鼓励金融机构大力开拓文化金融市场，最大限度地发挥金融推动文化产业发展的作用
16	关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的	2014年8月通过	中央全面深化改革领导小组	强调推动传统媒体和新兴媒体融合发展，着力打造一批形态多样、手段先进、具有竞争力的新型主流媒体，建成几家拥有强大实力和传播力、

	指导意见			公信力、影响力的新型媒体集团，形成立体多样、融合发展的现代传播体系。
--	------	--	--	------------------------------------

二、行业与上下游的关系



1、电视剧行业上游情况及其影响

电视剧行业的上游主要包括剧本创作服务、演职人员劳务、摄制耗材、道具、服装等相关用品的采购，以及专用设施、设备和场景的租赁等。

电视剧剧本创作服务的提供者是编剧。随着电视剧创作的日益繁荣，编剧队伍也日益壮大。剧本创作行业与电视剧行业相辅相成，互相影响。剧本的好坏决定了电视剧产品最终成果的优劣，电视剧的发展也促进优质剧本的创作。

优秀的演职人员作为电视剧作品的关键资源，一直是电视剧行业互相争抢的对象。成功的电视剧作品离不开优秀的制片人、导演、摄影和演员的参与，这是制作精品剧的保障，知名演职人员的参与经常会让电视剧作品得到市场的热捧。电视剧制作和发行公司往往通过与知名编剧、导演、制片人和演员签订长期战略合作协议的方式，提升公司的竞争力和整体盈利能力。

电视剧作品拍摄过程中需要的主要摄制耗材包括道具、服装、化妆用品、专用设施和场景等。上述耗材和服务对一部优质电视剧的制作也不可或缺。上述的设置耗材和服务团队市场化程度比较高，电视剧制作公司在选择权方面具有主动性，其对电视剧制作行业的影响有限，但是，选择性价比较高有助于公司控制制作成本、提高作品质量。

2、电视剧行业下游情况及其影响

电视台是电视剧播放的最主要的渠道和载体，目前，电视剧制作公司的绝大部分收入来自于产品对电视台的销售。电视剧行业与电视台之间是相互促进的关系：优秀的电视剧会提高电视台的收视率，从而受到广告商的青睐，广告收入因此增加，广告收入的增加让电视台采购电视剧的规模和质量提升，又进一步推动电视剧制作业的繁荣。

电视剧制作和发行公司将电视剧作品的音像版权销售给音像出版公司，后者制作音像制品面向市场进行销售。近年来，盗版现象猖獗，对音像出版行业冲击较大，整个行业不景气，采购数量有限，影响了电视剧制作公司的收入。

网络速度的提升和互联网技术的快速发展，近年来移动电视、网络点播等新媒体迅猛发展，IPTV 运营商不断加大力度，新媒体方兴未艾，逐渐成为为观众观看电视剧新选择。“一剧两星”政策之后，传统影视公司更加意识到新媒体渠道的重要性，新兴媒体已经成为电视剧不可忽略的输出平台。新媒体的发展，改变了电视剧的竞争环境，让电视剧行业获得了新的利润增长点，促进了电视剧行业的发展。

三、行业发展现状及发展趋势

1、行业发展历史与现状

我国第一部电视剧诞生于 1958 年，自 1958 年至今，中国电视剧市场经历了萌芽、发展和成熟三个阶段。20 世纪 90 年代，国内电视剧行业才开始尝试制播

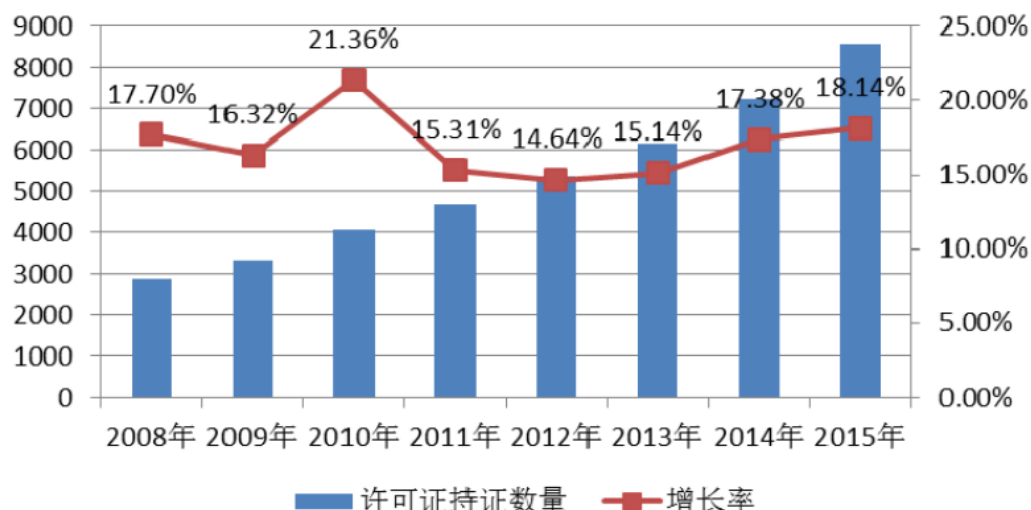
分离的模式，并引进竞争机制。2004 年，国家广电总局明确提出广播电视节目“制播分离”改革。2005 年，电视剧行业向民营资本开放，行业得到了快速的发展，开始进入品质竞争和品牌主导的时期。特别是 2006 年以“电视剧拍摄制作备案公示制”代替“电视剧题材规划立项审批制度”后，电视剧制作逐步向市场主导过渡，整个行业逐步走向制作、发行、播放、广告收益的产业化运作模式。根据艺恩咨询统计数据，从 2008 年到 2013 年，我国电视剧行业的市场规模稳步攀升，复合增长率达到 18.61%。2013 年市场规模达到 108 亿元人民币，同比增长 20%。2009 到 2012 年的四年间，我国电视剧产量也取得了较高的行业增速，目前已成为全球最大的电视剧生产国，其中 2011 年取得发行许可证的电视剧数量达到历史峰值 17,703 集、550 部。此后也一直保持在 15,000 集左右的水平。2014 年“一剧两星”政策出台，即从 2015 年 1 月 1 日开始，同一部电视剧作品只允许在两家上星卫视播出，并且在黄金时挡只能播出两集。受到政策预期因素的影响，电视剧厂家开始谨慎布局市场，由此产量同比下降 10.90%。

2、行业发展特征

(1) 电视剧行业市场竞争充分，市场集中度较低

当前，国内电视剧行业处于进入门槛较低、制作机数量众多，市场分散，充分竞争的状态。根据广电总局公布的数据显示，截至 2015 年 3 月我国拥有广播电视节目制作经营许可证的企业有 8563 家，呈逐年上升态势，持有《电视剧制作许可证（甲种）》的机构有 133 家，基本保持稳定。另一方面，根据艺恩咨询的数据显示 2011-2013 年电视剧制作集数前十名的机构只占到市场总份额的 20%，从总体上来看，电视剧制作机构的市场集中度仍较低。

2008年-2015年广播电视节目制作经营许可证数量变化情况



资料来源：根据艺恩咨询统计及国家新闻出版广电总局的政府网站公布的2015年度全国《广播电视节目制作经营许可证》机构情况的通告整理。

(2) 总供给过剩，精品剧稀缺

近些年，国家对电视剧的监管环境渐趋宽松，电视剧行业政策准入门槛的也得以降低，大量民营电视剧制作机构和资金涌入令电视剧制作行业，电视剧市场的规模不断得以扩大。以电视剧总产量来看，近年来电视剧市场一直处于整体供大于求的局面。每年约有20%的电视剧在摄制完成后就因质量、题材等原因无电视台采购而被市场淘汰，另有约30%的电视剧只能在收视率较低的播出时段播出且销售价格较低。但同时，精品电视剧的供给却一直不能满足市场需求，呈现出结构化过剩状态。

3、行业发展趋势

(1) 发展渐趋理性，产量总体平稳，质量明显提升

我国电视剧产量自2000年突破1万集开始，一直以来高居不下。直到2012年创下了历史新高，年产量达到了17000集，如此惊人的产量使得我国成为了全球电视剧第一生产大国。据国家新闻出版广电总局相关部门统计，2015年中国电视剧生产总部数为395部，集数为1.65万集，比2014年电视剧总部数减少34部，但集数增加了517集，每部的长度在增加。从绝对生产量来看，数量没有减少，质量明显提升。

(2) 互联网自制剧投资加大，逐步向精细化发展

近年来，互联网自制剧开始活跃，爱奇艺、搜狐视频、腾讯视频、乐视网等各大视频网站均推出了自家的多档自制剧目，题材开始趋于多元化，青春偶像剧、悬疑剧、奇幻剧均满足了不同口味的观众群体。2015年，网络剧自制剧发展迅速，各大网络视频平台对自制剧的投资开始朝着大制作高水平精细化的方向发展。

(3) “一剧两星”加速电视剧制作机构洗牌

“一剧两星”政策的出台使得一部电视剧最多只能由两家电视台平摊其黄金时段播出的费用，这极大的加剧了电视台购剧成本。这对于实力较强的一线卫视影响不大，但是二三线卫视压力较大。这导致电视剧的购片方在一段时间内会有

明显的下降，影视剧制作成本也随之回落，这种情形下整个电视剧市场将面临两极分化的局面。一方面市场对于精品剧的需求将不断提升，具有足够市场资源与雄厚制作实力的电视剧制作机构将会不断扩大其市场份额，强者愈强；另一方面，中小规模电视剧制作公司限于制作能力与资金限制，面对低成本电视剧是供应过剩与精品剧供应不足的市场，其生存空间将越来越小，在行业的加速洗牌中最终被淘汰。

（4）网络新媒体为电视剧产业发展提供强大助力，台网融合趋势明显

随着科学技术和无线网络传播技术的普及，以智能手机、智能电视、平板电脑为接收终端的相应产业收益良多。截止至 2015 年，中国网民规模达到 6.88 亿人，网络视频用户已达 5.04 亿人。新媒体电视剧版权交易市场日益活跃，从 2007 年的不足 3 亿元，至 2014 年的 38 亿元，可以看出以新媒体的发展刺激了电视剧消费的进一步增长，成为电视剧发行的重要渠道之一。在“一剧两星”政策正式实施后，随着版权价格的变动以及观众对于播放终端的转移，电视台也会加大和视频网站的深入合作，以丰富传播效益，台网融合趋势明显

四、行业竞争情况

随着文化体制改革的不断深入，国家对电视剧的监管环境渐趋宽松，电视剧行业政策准入门槛的也得以降低，大量民营电视剧制作机构和资金涌入令电视剧制作行业，电视剧行业的竞争格局发生了很大程度的改变，市场化水平的不断提高。整体来看，电视剧行业的竞争格局及市场化程度表现为国内市场竞争激烈，但同时也表现出实际从事制作业务的企业数量占比较少和市场集中度较低的特点

根据国家广电总局公布的数据，2015 年度持有《电视剧制作许可证（甲种）》的机构有 133 家，2015 年度持有《广播电视节目制作经营许可证》的机构有 8563 家。虽然持有《广播电视节目制作经营许可证》的机构数量众多，但是实际生产电视剧的机构数量则相对较低。2012 年至 2014 年，全国通过电视剧备案公示的电视剧制作机构数量分别为 589 家、622 家和 663 家，占持有《广播电视节目制作经营许可证》机构数量的 10.98%、10.07%和 9.15%；而同期获得发行许可证的机构数量仅为 309 家、275 家和 295 家，占持有《广播电视节目制作经营许可证》机构数量的 5.76%、4.45%和 4.07%。可以看出，虽然具有电视剧制作资质的机构

数量众多，但是真正从事电视剧制作并获得发行许可证的机构占比较低。

按获得发行许可证电视剧部数、集数计算，我国电视剧产量分布高度分散。根据广电总局对发行许可证颁发情况的统计，2012年、2013年、2014年及2015年取得发行许可证的电视剧总量分别为17,703集、15,770集、15,983集和16500集，获得发行许可证数量排名前十的机构产量占比为17.03%、17.86%、13.61%和17.20%。在美国电视剧行业，好莱坞六大公司掌握了美国市场85%的份额，相比之下，我国市场集中度还属于较低水平。因此可以预见，未来数年，产业内横向并购仍将非常活跃。

五、行业进入的主要壁垒

1、政策壁垒

电视剧行业属于国家管制较为严格的行业，属于国家许可经营范围，企业须取得《广播电视节目制作经营许可证》方可经营电视剧的制作、发行。同时，国家广电总局在电视剧拍摄、发行及引进等方面制定了一套严格且具体的法律法规体系以加强对该行业的行政管理。

根据《外商投资产业指导目录（2011年修订）》，电视剧制作企业属于禁止外商投资产业。

2、资金壁垒

近年来，电视剧制作成本不断提高，精品电视剧的拍摄制作需要大量资金投入，动辄数千万元。因此，电视剧行业在一定程度上属于资金密集型行业，从投资、制作、发行到衍生产业的发展都需要大量的资金投入，且投资回报周期较长。只有资金实力或融资能力较强的企业才能在电视剧业务的拓展中占据竞争优势，获得长远发展，电视剧行业资金壁垒明显。

3、专业人才壁垒

电视剧行业虽然入门门槛不高，但是能持续推出获得市场良好反响精品电视剧的企业必然拥有一直行业经验丰富、市场感知能力敏锐，创新意识突出的人才队伍，这是一个公司核心竞争力的所在。新进入行业的电视剧制作企业往往存在专业人才稀缺、从业经验不足，在电视剧制作水平、市场推广宣传能力等方面存在严重不足，在激烈的市场竞争中劣势明显。电视剧行业的专业人才需要通过长期的实践积累才能培养完成，因此行业优秀的专业人才一直处于紧缺状态。这为知

名度不高、实力较弱、无力聘任优秀专业人才的制作机构设置了进入壁垒。

4、品牌壁垒

由于我国电视剧作品制作行业进入门槛较低，竞争激烈，市场集中度较低，电视剧作品制作机构数量众多，规模差异较大，这使得实力雄厚、能够持续推出优秀精品影视作品的企业逐步建立和积累良好的市场形象及美誉度，市场对这些知名的品牌形成了一定程度上消费习惯和品牌认知，这是消费者心智上形成的壁垒，也是最牢固的壁垒。这些企业拥有强大的市场号召力，能聚集更多的优秀人才加盟，在融资能力和发行渠道方面优势也非常明显。新进行业的电视剧制作企业品牌效应的形成，有很长的路要走。因此，品牌成为进入电视剧行业的重要壁垒

六、影响行业发展的主要因素

1、有利因素

(1) 国家产业政策支持

近年来，国家高度重视文化体制建设和文化产业的发展，出台了多项支持、促进文化产业发展的政策，对电视剧市场的繁荣稳定形成了有力保障。《文化产业振兴规划》、《文化部关于加快文化产业发展的指导意见》、《关于金融支持文化产业振兴和发展繁荣的指导意见》、《中共中央关于深化文化体制改革、推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》、《“十二五”时期文化产业倍增计划》、《文化部关于鼓励和引导民间资本进入文化领域的实施意见》等产业政策的出台，为影视行业实现快速发展提供了良好政策环境，这使得电视剧行业的快速发展面临前所未有的良好机遇。

(2) 国民经济增长带来的生活水平提高和文化消费升级

近年来，我国经济发展持续迅速，居民收入和消费水平不断提高。国家统计局数据显示：2015年我国城镇居民人均可支配收入达31,195元，比上年增长8.2%，扣除价格因素，实际增长6.6%；我国社会消费品零售总额达到300931亿元，比上年增长10.7%，扣除价格因素，实际增长10.6%。同时，国家着力推进医疗、教育和社会保障体制改革，扩大内需政策逐步实施，我国居民生活水平和文化消费水平也不断提高。同时，民众基本生活需求从偏重物质需求到重视精神文化需求的转变，也推动了我国消费结构和产业结构的不断升级提高。包括电视剧行业

在内的文化产业的消费群体和消费规模不断扩大，市场潜力巨大。

(3) 网络新媒体扩展传播渠道

所谓“新媒体”是相对于传统媒体而言的，是报刊、广播、电视等传统媒体以后发展起来的新的媒体形态，是利用数字技术、网络技术、移动技术，通过互联网、无线通信网、卫星等渠道以及电脑、手机、数字电视机等终端，向用户提供信息和娱乐服务的传播形态和媒体形态。新媒体的快速发展，改变了传统媒体的传播方式和路径。对于电视剧产业而言，在很大程度上拓展了其传播渠道。这使得电视剧的播出平台多元化，发行对象不再局限于电视台，提高了电视剧制作企业的选择面和主动性，拥有了更多的话语权。同时，需求方的增多，也让电视剧企业的收入来源增加。

近年来，随着互联网普及率的大幅提高、网络基础资源的大力建设以及宽带日益普及带来的网速快速提升，网络视频成为新媒体平台中发展最为迅速的，比重飞速提升。2014年，中国在线视频市场规模为239.7亿元，同比增长76.4%，高于2013年的48.0%。据说艾瑞咨询预计2015年中国在线视频行业市场规模将达到368亿。网络视频行业的快速发展，为电视剧行业注入新活力，也带来新机遇。为了增加点击率，保持网站人气，网络视频网站越来越重视对精品、热门影视剧产品的采购，其已经成为电视剧行业最重要的销售渠道之一。同时，其他新媒体诸如IPTV、互联网电视、手机电视等其他新媒体平台也得到快速发展，整个新媒体产业规模有望得到更大幅度的增长。新媒体发展带来的传播渠道的拓展，将为电视剧行业带来新的利润增长点，也有利于电视剧播出平台的良性竞争。

2、不利因素

(1) 国际市场竞争冲击

近年来，国内电视剧市场获得了迅速发展，市场规模不断扩大。但是，国有垄断性播出平台和民营主导的竞争性制作平台间的收益分配失衡对制约了我国电视剧产业的国际竞争力的提升，同时电视剧制作质量和国际水平相差甚远，缺乏核心竞争力。近年来引进的一些电视剧，虽然在播出时段和播出时间上不如国产电视剧有优势，但是很多收视效果良好。很多国外精品剧在互联网上的播放，获得了越来越多的观众的青睐，也分流很多观众。随着我国对外开放的不断深入，国外电视剧对国产电视剧冲击也会越来越大，如果国产电视剧在制作质量、营销

战略等方面不能得以提升，必将面临更严重的挑战。

(2) 盗版现象依旧猖獗

近年来，我国愈来愈重视知识产权的保护在保护力度不断加大，成效显著。但是，目前盗版现象依旧非常猖獗，存储技术、摄像技术和网络传播技术的迅速发展使得盗版产品价格低廉且容易获得，也使得盗版现象有加剧化趋势。盗版现象对我国电视剧市场冲击很大，其不但分流了电视台的收视观众，降低了电视剧的收视率，还使得电视剧作品的印象以及网络传播市场无法健康发展，直接影响影视产品的销售发行收入，进而影响电视剧制作机构的企业利润。

(3) 资金瓶颈限制

近年来电视剧制作成本的不断上升，制作精良的电视剧需要大量资金投入，电视剧制作企业在业务扩张中现金流眼里越来越大。但是，目前国内民营影视制作机构普遍规模不大，“轻资产”运营特征明显，很难通过资产抵押等途径或单凭企业信用获得银行贷款，因此大多数影视剧制作机构只能凭借自身积累实现规模扩张。然而大多数影视制作机构盈利能力有限、自身积累速度较慢，由于资金瓶颈的限制，一些电视剧制作机构追求短期效益，压缩成本和制作周期，从而影响行业整体制作质量的提高，对行业的发展形成了不利影响。

七、行业周期性、季节性、区域性

1、周期性

电视剧行业作为文化产业，其市场发展受到国民经济、人均收入以及个人文化娱乐消费支出比重等因素影响。电视剧行业收入在与国民经济保持同步增长的同时，受经济周期的负面影响较少，周期性特征并不明显。

2、季节性

电视剧行业没有明显的季节性特征。

3、区域性

我国的电视剧制作机构区域分布集中，主要分布在北京、广东、浙江和上海等经济发达地区，这些吸引了大量的人才和资金的聚集，成为我国电视剧重点生产地区。

八、电视剧行业市场规模

改革开放以来，随着电视剧市场对境内民营资本的放开，电视剧行业进入发

展最活跃、最快速的历史时期。近年来，我国电视剧市场规模不断扩大，2013我国电视市场规模达108亿元，首次突破百亿大关。2010年以来，我国电视剧市场规模增长进入平稳发展期，市场容量增速将逐步回落。据国家新闻出版广电总局相关部门统计，2015年中国电视剧生产总部数为395部，集数为1.65万集，比2014年电视剧总部数减少34部，但集数增加了517集，每部的长度在增加。从绝对生产量来看，数量没有减少，质量明显提升，2015年中国电视剧产量依然是持续增长的一年。

下表为2010-2015年中国国产电视剧产量：

项目	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
产量（部）	436	469	506	441	429	395
剧集（集）	14685	14909	17668	15770	15983	16500

根据国家广电总局公布的数据显示，2015年度取得《电视剧制作许可证（甲种）》的有133家机构，取得《广播电视节目制作经营许可证》的有8563家机构，较2014年增幅明显。然而电视剧行业集中度较低，具备规模优势的并专注于影视剧产业链布局的上市公司，具有较强影响力。

虽然电视剧近年来增速放缓，但根据“十二五”对于文化产业的规划，整个文化产业仍将保持持续快速增长。假如未来5年电视剧市场以保守估计保持15%增长率，则未来五年电视剧市场总体规模总和将超过800亿元，市场前景广阔。

九、电视剧行业基本风险特征

1、产业政策变化风险

电视剧行业属于具有意识形态特殊属性的行业，一直以来，受到国家相关部门的严格监管。国家对电视剧制作、进口、发行等环节实行许可制度，并禁止出租、出借、出卖、转让或变相转让电视剧各类许可证。

电视剧制作资格准入、电视剧备案公示和摄制行政许可、电视剧内容审查、电视剧播出管理等方面都属于相关部门严格监管的内容，涉及到影视剧备案、制作、发行、播出各个阶段。这对公司政策导向把握程度，提出来相应要求。如果公司不能保持对相关政策变化的敏感性，并及时把握政策变化，从而调整电视剧制作、发行等阶段的工作以适应政策要求，则有可能产生相应的风险。

未来如果产业政策发生变动，对电视剧制作公司业务的开展存在有利的一面，

又存在有弊一方面。一方面，如果未来产业政策坚持市场化导向，进一步放款资格准入和相关监管政策，将吸引更多资金和公司进入电视剧投资领域，影视剧行业将更为激烈的竞争，甚至重新洗牌，将对国内现有的产业格局造成较大的冲击。另一方面，如果出于意识形态控制的需要，未来相关产业政策更加趋于严格，公司很好的遵循相关监管政策，将面临行政处罚，包括但不限于：责令停止制作、没收从事违法活动的专用工具、设备和节目载体、罚款，情节严重的还将被吊销相关许可证，从而对本公司的业务、财务状况和经营业绩产生重大不利影响。由此可见，产业政策的不断变化对电视剧制作企业未来经营造成了潜在的风险因素。

2、知识产权侵权和盗版风险

目前，知识产权保护在中国还处于发展中阶段，国民对知识产权保护的意识比较淡薄，相关法律保护不能得到严格的贯彻执行，有关知识产权方面保护比较薄弱。电视剧行业属于设计知识产权种类较多的行业，在知识产权保护方面，需要做一系列的工作来保护自己的知识产权和避免相关纠纷。

电视剧制作过程中，优势不可避免地会使用他人享有著作权的作品，例如使用他人创作的音乐等，这类行为一般需依法取得作者许可或授权，但是有时即使获得许可和授权仍有可能存在权利人自身的权利瑕疵和隐患，因此，电视剧制作存在知识产权侵权的风险。

随着数字刻录技术以及网络传播技术的迅速发展，使电视剧的盗版价格低廉，获取方便。因此，侵权和盗版现象屡有发生。国内投资拍摄一部电视剧的利润主要来自于国内电视台播出和音像制品发行两大部分，技术进步导致盗版现象愈演愈烈的现状，给电视剧的制作发行单位带来了极大的经济损失，造成了我国影视行业持续发展动力不足、原创缺乏等一系列问题。打击盗版侵权、规范市场秩序是一个长期的过程，很难在短期见效，各种侵权行为导致行业的恶性竞争，因此，在未来一段时间内，电视剧制作企业仍将面临盗版侵害的风险。

3、电视剧适销性的风险

电视剧产品是一种面向大众的文化消费产品，其具有与日常物质消费不同的特点。电视剧产品的评判标准跟一般的物质产品的有形的判断标准不同，在评判标准方面消费者的主观经验和独立判断是评判作品优劣的基础。消费者的主观体

验和判断标准不是一成不变的，会随着社会文化环境的变化而变化，具有很强的主观性、不确定性甚至随意性。大众对电视剧产品评判标准的特点要求电视剧作品要善于发现市场潮流变化，发掘新的文化热点，在不断创新基础上，努力迎合市场需求，迎合消费者的主观喜好，从而吸引消费者，获得消费者对出品的电视剧产品的认可。但是，消费者的主观喜好和判断标准有时并不能被及时的捕捉和把握，而且电视剧的创作者的这种认知也是一种主观判断，如果能与多数消费者取得一致，电视剧才能广受欢迎，才能取得良好的收视率，形成巨大的市场需求，促进电视剧的销售，创作者才能获得良好的收益。电视剧的创作题材选择失当、推出时机不佳、不符合观众审美取向甚至主演演员因突发事件受到社会舆论谴责等因素都可能对电视剧的收视率带来巨大影响，从而影响电视剧产品发行和播出，这种不确定性给电视剧制作者带来较大的投资风险。

4、“一剧两星”新政策风险

“一剧两星”指同一部电视剧每晚黄金时段联播的卫视综合频道不得超过两家，同一部电视剧在卫视综合频道每晚黄金时段播出不得超过二集。“一剧两星”政策实施前的十年，我们国家在播出政策方面实行的是“4+X”政策，2015年开始，我国全面实行“一剧两星”政策，有利于电视台的播出平台得到充分利用，使得整个市场空间得以扩大，使得电视剧荧屏丰富化、多样化，提升观众的观看体验，也有利于更多的电视剧产量库存的消化。但是，因为这个政策的实行，电视剧制作企业最多只能将首轮黄金时段的电视剧播映权同时卖给两家卫视，对于一线实力强大的卫视来说，影响不大，甚至还会产生有利影响，但是以前靠四家联合购买电视剧来摊低购剧成本的二三线卫视会产生较大影响，单剧购买成本因此上升，电视台本身主动权就比较强，这会让电视台在选剧时候更加趋于谨慎。新政策的实行，购买成本的增加，让多数电视台的购买力有所下降，也就意味着制片方的利润空间缩水，在剧集成本的控制上就要更加谨慎。长期来看，“一剧两星”政策将会对影响现有的电视剧制作业的竞争格局，如果电视剧制作企业不能有效应对，在激烈的市场竞争中将因此处于不利地位。

5、电视剧制作行业市场竞争加剧的风险

随着文化体制改革的不断深入，国家开始对电视剧行业的逐渐放开以，电视剧行业政策准入门槛的也得以降低，吸引了大量民营电视剧制作机构和资金涌入

令电视剧制作行业，电视剧行业已经成为一个充分竞争市场。根据国家新闻出版广电总局的统计，截至 2015 年 3 月，持有 2015 年度《电视剧制作许可证(甲种)》的机构有 133 家，可以申领 2015 年度《电视剧制作许可证(乙种)》的军队系统制作机构有 8 家，持有 2015 年度《广播电视节目制作经营许可证》的机构有 8,563 家，电视剧制作机构数量自 2007 年以来呈逐年上升之势。在拍电视赚钱的大潮涌动下，吸引了影视圈以外的公司、投资者投入到电视剧进入电视剧制作领域，在促进电视剧行业充分竞争的同时，也导致了电视剧投拍量和供应量的迅速增加，但是粗制滥造，质量低劣的电视剧作品也因此增加。据调查，国内电视剧的产量大约为每年 15000 集，而电视台一年的播放量却还不到 1/3，电视剧市场整体呈现“供过于求”甚至“产能过剩”的局面。另外，2012 年以来，受宏观经济增速放缓影响，“一剧两星”新政策等因素影响，传统电视台渠道的电视剧采购价格增速趋缓，同时行业理性回归带动网络视频渠道的采购价格也大幅下滑。因此，行业竞争加剧所产生的成本上升及电视剧产品销售价格和收入下降等系统性风险会对电视剧制作企业带来较大的经营压力。

(完)