

# 2024年中国网络剧行业： “提质减量”下的突围之路

2024 China Web Series Industry:

The Road to Breakout in the Context of “Improve Quality and Reduce Quantity”

2024 年中国ウェブシリーズ産業:

“質の向上と量の削減”という文脈におけるブレイクアウトへの道

(摘要版)

报告标签：华策影视、柠萌影视、慈文传媒、芒果超媒

主笔人：程希

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

## 团队介绍



刘贵仁  
消费行业首席分析师  
gary.liu@leadleo.com



程希  
消费行业分析师  
xi.cheng@leadleo.com

## 头豹研究院

咨询/合作

网址: [www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

电话: 13080197867 (李先生)

电话: 13631510331 (刘先生)

@深圳市华润置地大厦E座4105室



## 观点摘要

网络剧是指在网络平台上播出的各类剧集，网络剧是互联网发展的必然结果，亦是信息技术飞跃与大众文化娱乐产品需求结合的产物。网络剧行业为适应社会发展的多样化需求和受众心理的复杂变化，以“高质量发展”为目标，呈现出“减量提质”的新常态，2022年网络剧上线数量为248部，较2021年同比下降11.1%。随着网络剧制作精品化的发展及网剧出海热度的提升，网络剧市场规模有望迎来进一步扩容，预计到2028年网络剧行业市场规模将达到178.9亿元。

- ✓ 网络剧供给侧结构性调整深化，创作生产提质量、减数量、调结构的趋势进一步增强，提质减量成为推动行业发展的新动力

网络剧行业为适应社会发展的多样化需求和受众心理的复杂变化，以“高质量发展”为目标，呈现出“减量提质”的新常态，2022年网络剧上线数量为248部，较2021年同比下降11.1%。剧集内容管理体系不断完善，“网标”“剧标”相继出台，《“十四五”中国电视剧发展规划》为网络剧未来五年的内容创作创新与监管、完善市场体系、加强国际传播、改善行业风气等方面确定了方向。

- ✓ 网络文学自带流量是剧集成功的有效助力，IP改编逐渐成为网络剧行业的主要模式，现阶段IP改编比例出现下降趋势

网络文学的蓬勃发展使得大量的网络文学作品成为网络剧改编的“富矿”，但随着观众审美水平的不断提高，这种模式不再适应观众需求，“原著党”和“剧粉”之间的纷争，亦是经典IP影视化过程中不可避免的难题。2022年网络IP改编的比例高达57.1%，2023年这一数据有所下降，改编比例为42.9%。

- ✓ 剧场已成为各大视频平台的品牌形象与标志，剧场在剧集体量、上新节奏等方面均体现出整体性、品牌化运营的特点

剧场模式是指视频平台将题材、风格、类型等相近的作品集纳到一个剧场集中播映，此种编排形式有利于受众区分作品风格，根据个人喜好进行针对性选择。剧场现已成为各大视频平台的品牌形象与标志，剧场在剧集体量、上新节奏等方面均体现出整体性、品牌化运营的特点，例如爱奇艺的“迷雾剧场”、“恋恋剧场”、优酷的“悬疑剧场”、“宠爱剧场”。

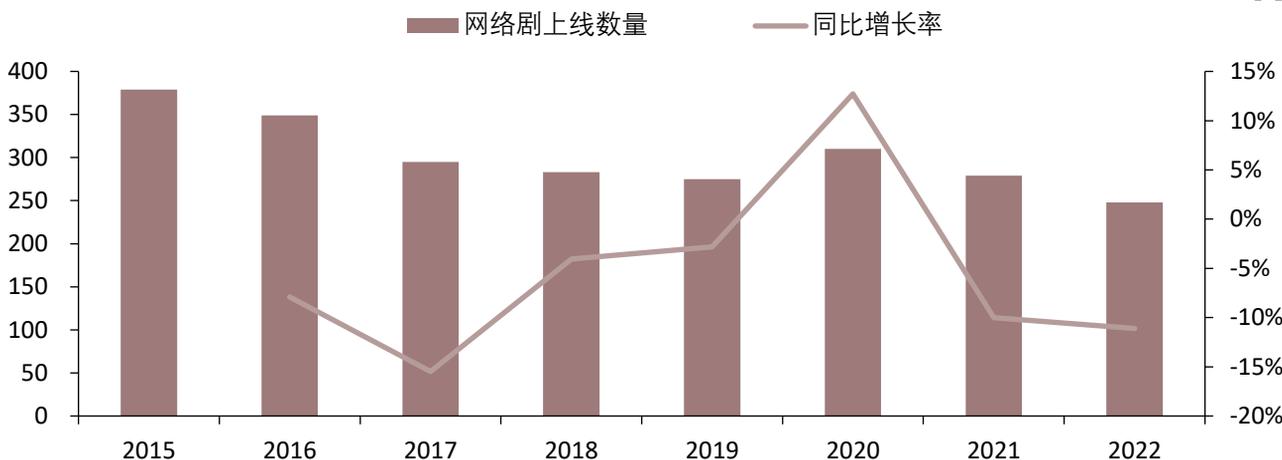
## 中国网络剧行业——行业特征

网络剧供给侧结构性调整深化，创作生产提质量、减数量、调结构的趋势进一步增强，提质减量成为推动行业发展的新动力

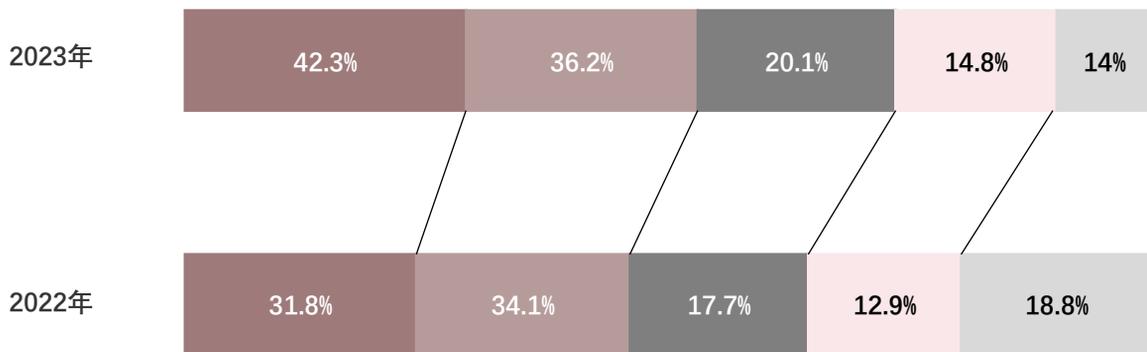
中国网络剧上线数量，2015-2022年

单位：[部]

单位：[%]



网络剧题材分布，2022-2023年



■ 网络剧供给侧结构调整深化，提质减量成为推动行业发展的新动力。

网络剧行业为适应社会发展的多样化需求和受众心理的复杂变化，以“高质量发展”为目标，呈现出“减量提质”的新常态，2022年网络剧上线数量为248部，较2021年同比下降11.1%。剧集内容管理体系不断完善，“网标”“剧标”相继出台，2022年国家广播电视总局发布了《“十四五”中国电视剧发展规划》，为网络剧未来五年的内容创作创新与监管、完善市场体系、加强国际传播、改善行业风气等方面确定了方向。

来源：国家广播电视总局，中国网络视听节目服务协会，头豹研究院

## 中国网络剧行业——市场规模

预计到2028年，中国网络剧行业市场规模将达到178.9亿元，2023-2028E中国网络剧行业市场规模复合年均增长率将达到3.5%

中国网络剧行业市场规模及预测，2018-2028E



完整版登录[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

搜索《2024年中国网络剧行业：“提质减量”下的突围之路》

### ■ 网络剧行业整体呈现上升趋势，未来将保持平稳增长趋势。

网络剧行业整体呈现上升趋势，主要得益于以下几方面：（1）中国网民规模及网络综合视频用户数量的增长促进了网络剧的发展。截至2023年6月，中国网民规模达到10.8亿人，较2022年12月增长1,109万人，互联网普及率达到76.4%。中国网络视听用户规模达到10.4亿人，网民使用率为97.4%，其中网络综合视频用户约为7.2亿人。（2）网络剧IP改编比重较高，原有IP的粉丝基础为网络剧带来较高热度。2022年6-12月获得发行许可的网络剧中改编占比为55%。以2023年的《三体》为例，由刘慈欣著名科幻小说《三体》改编的同名网络剧开播1小时，腾讯视频站内热度值突破2.5万。

未来网络剧将保持平稳增长趋势，主要受以下因素驱动：（1）网络剧制作质量将持续提高，趋向精品化发展。2007-2011年网络剧的平均制作成本仅为600元/分钟，优质资源和传统头部影视制作公司不断涌入，剧作呈现的提升及优质演员的加入促进了网络剧质量持续提高，同时带来了制作成本的快速攀升，2022年成本已经飙升至约3.9万元/分钟。（2）国剧出海热度提升，网络剧市场有望迎来新拓展。在影视传播全球化的背景下，数部爆款网络剧在全球热播，网络剧出海数量与版权费用的提升使得市场规模有望进一步增长。

来源：中国网络视听节目服务协会，企业年报，头豹研究院

## 中国网络剧行业——产业链中游

网络剧行业产业链中游为网络剧制作环节，中游随着优质资源及传统头部影视制作公司不断涌入，制作成本大幅上涨，网络剧趋向精品化发展

不同类型网络剧的制播模式



### ■ 优质资源涌入网络剧制作，制作成本水涨船高。

视频平台早期，以版权剧为主，2015年后平台流量以120%的增速上涨，带动版权价格大幅上涨。平台迫于高额版权的压力，转而自行开发内容，于是衍生出定制剧等制播模式。平台品牌效应的累积吸引大量优质资源相继涌入，网络剧制作成本由于传统电视剧领域明星、名导、制作机构的加入陡增。2007年-2011年，一部网络剧的平均制作成本仅为600元/分钟，2014年成本已飙升至1.5万元/分钟，2022年网络剧平均制作成本约为3.9万元/分钟，2014-2022年复合年均增长率为12.7%。

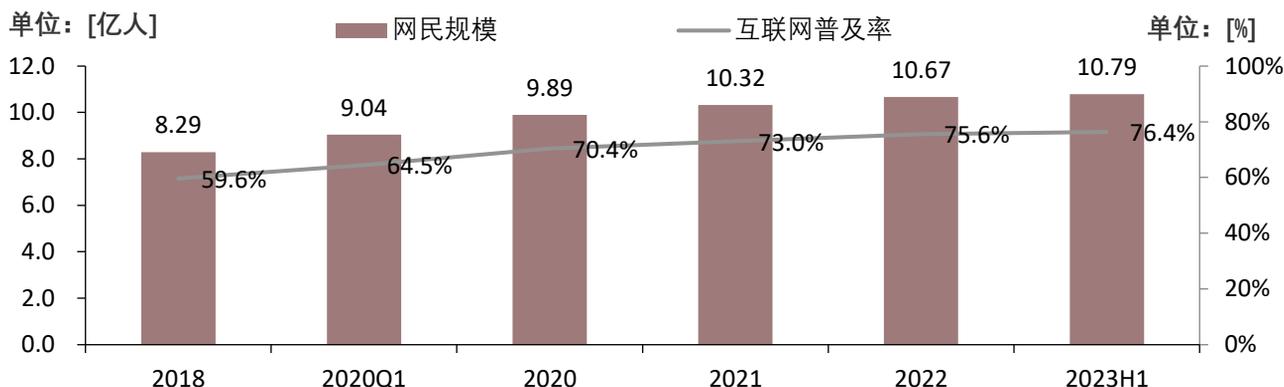
2016年，爱奇艺提出了新的制播模式——分账剧，分账剧是指剧集上线视频平台后，通过平台的分账定价规则及用户的观看行为进行点击分成的剧集合作模式。这种模式能够更快地感知到市场的反馈。

来源：企业年报，各企业官网，头豹研究院

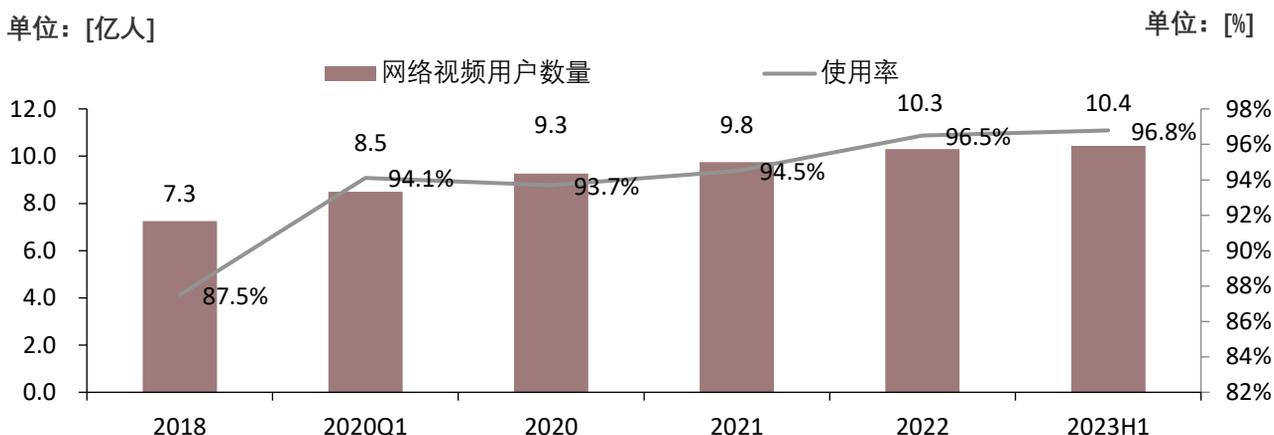
## 中国网络剧行业驱动因素——粉丝经济

中国网民规模及网络综合视频用户数量的增长为网络剧的发展奠定了坚实基础，网络剧原有IP的粉丝基础为网络剧带来较高热度

中国网民规模及互联网普及率，2018-2023年H1



中国网络视频用户数量及使用率，2018-2023年H1



■ 中国网民规模及网络综合视频用户数量增长为网络剧的发展奠定了坚实基础。

中国互联网络信息中心发布的第52次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至2023年6月，中国网民规模达10.79亿人，较2022年12月增长1109万人，互联网普及率达76.4%。中国网络视频用户数量达10.44亿人，使用率为96.8%。

■ 网络剧原有IP的粉丝基础为网络剧带来较高热度。

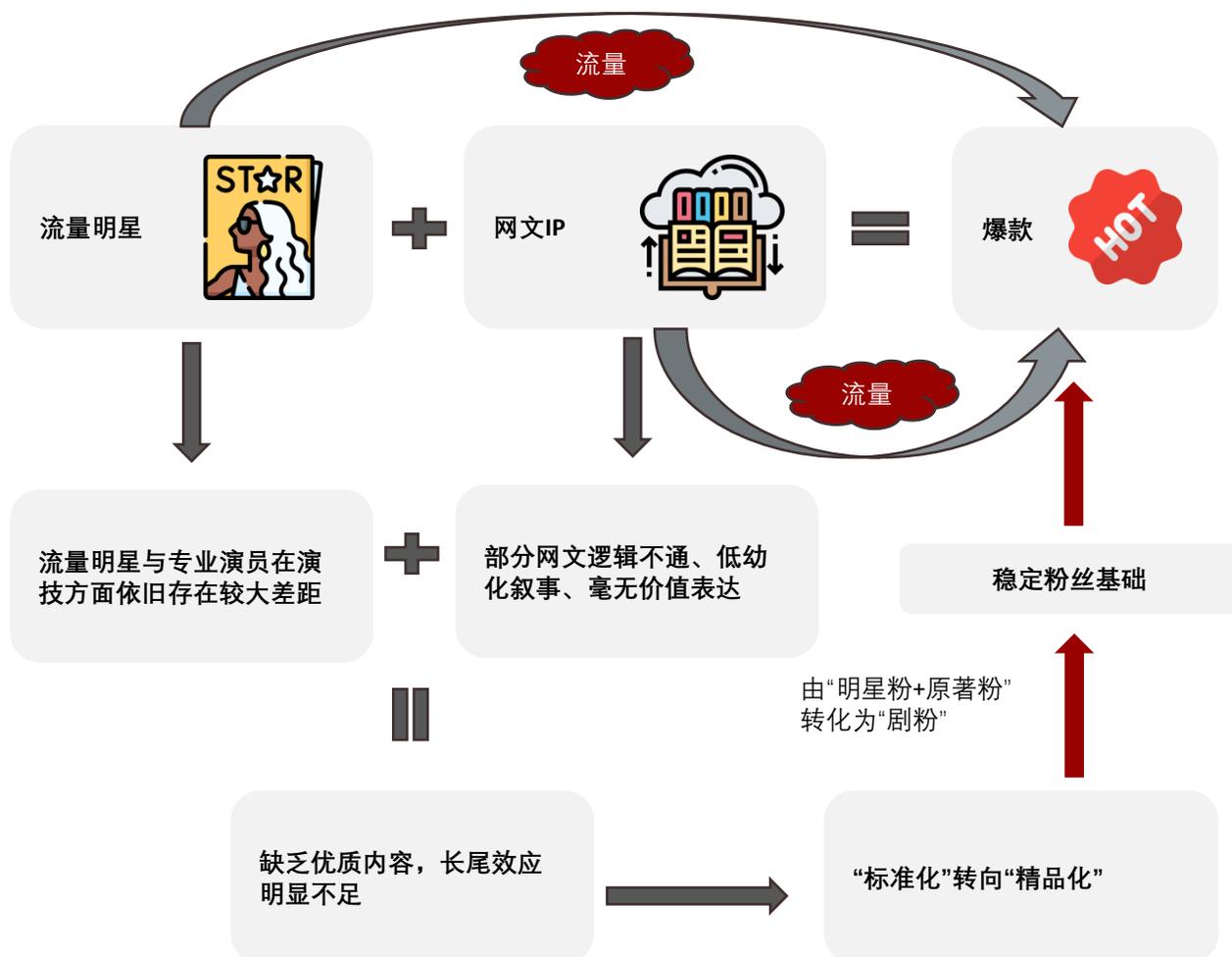
IP剧大多由头部版权改编，头部版权拥有大量粉丝，为后续网络剧的播出带来高热度，《长相思》原著作者桐华，微博粉丝达131.3万粉丝，开播前具有一定的粉丝基础，开播两天，腾讯站内热度破31,000，成为2023年腾讯视频热度值最高的剧集。

来源：中国互联网络信息中心，头豹研究院

## 中国网络剧行业制约因素——路径依赖

制作公司通过不断复制“流量明星+网文IP”的路径，靠流量捷径取胜，但按照此路径制作的剧集内容质量不高，长尾效应不足，以不符合观众现阶段的需求

“流量明星+网文IP”路径优化



### ■ 部分制作公司不断复制“流量明星+网文IP”路径，形成路径依赖。

流量明星与网文IP自身自带部分流量，能够保证剧集在播出前就有固定的部分受众，大幅度降低了制作公司及播放平台的风险，导致部分制作公司不断复制此路径，靠流量捷径取胜。但这样的制作方式有许多劣势，首先，流量明星与专业演员相比依旧存在较大差距，在剧情演绎上存在不足；其次，部分网文虽然自带流量，但仍存在逻辑不通、低幼化叙事、毫无价值表达等问题。这样标准化的路径，已然不符合当代观众对于文娱产品的需求，长尾效应明显不足，制作公司需要打破自身路径依赖。

网络剧制作逐渐由“标准化”转向“精品化”，专业演员越来越受到观众欢迎，IP剧也逐渐由网络文学拓展至严肃文学。由严肃文学《人世间》改编的同名电视剧收官当天在爱奇艺站内热度值突破1万，由此可见优质内容才能满足国民向的需求标准。

来源：头豹研究院

## 方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- ◆ 头豹研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业发展周期，伴随着行业内企业的创立，发展，扩张，到企业上市及上市后的成熟期，头豹各行业研究员积极探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业视野解读行业的沿革。
- ◆ 头豹研究院融合传统与新型的研究方法论，采用自主研发算法，结合行业交叉大数据，通过多元化调研方法，挖掘定量数据背后根因，剖析定性内容背后的逻辑，客观真实地阐述行业现状，前瞻性地预测行业未来发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 头豹研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 头豹研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，以战略发展的视角分析行业，从执行落地的层面阐述观点，为每一位读者提供有深度有价值的研究报告。

## 法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。



未完待续  
下篇正在进行中

若您期待尽快看到下篇报告或对下篇报告的内容有独到见解，头豹欢迎您加入到此篇报告的研究中。相关咨询，欢迎联系头豹研究院消费行业研究团队

邮箱：[gary.liu@leadleo.com](mailto:gary.liu@leadleo.com)

## 完整版研究报告阅读渠道：

- 登录[www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)，搜索《2024年中国网络剧行业：“提质减量”下的突围之路》

## 了解其他消费系列课题，登陆头豹研究院官网搜索查阅：

- 2022年中国微短剧行业：各大视频平台的流量之争
- 2022年中国网络电影行业：视频平台的必争之地
- 2022年中国剧本杀行业产业链分析
- 2021年中国电视剧行业概览
- 2021年中国网络文学行业概览

## 商务合作

阅读全部原创报告和百万数据

### 会员账号

募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

### 定制报告/词条

定制公司的第一本

### 白皮书

内容授权商用、上市

### 招股书引用

企业产品宣传

### 市场地位确认

丰富简历履历，报名

### 云实习课程

# 头豹研究院

咨询/合作

网址: [www.leadleo.com](http://www.leadleo.com)

电话: 13080197867 (李先生)

电话: 13631510331 (刘先生)

@深圳市华润置地大厦E座4105室