头豹 LeadLeo

www.leadleo.com

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

概览标签：华策影视、柠萌影视、慈文传媒、芒果超媒

报告主要作者：程希

2024/01

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。

摘要

01 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，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。

02 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%。

03 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”。

头豹 LeadLeo

“提质减量”下的突围之路

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。

目录
CONTENTS

◆ 中国网络剧行业综述 ---------- 08
- 定义与分类 ---------- 09
- 发展历程 ---------- 11
- 行业特征 ---------- 12
- 市场规模 ---------- 15

◆ 中国网络剧行业产业链分析 ---------- 16
- 产业链图谱 ---------- 17
- 产业链分析 ---------- 18

◆ 中国网络剧行业驱动因素 ---------- 21
- 驱动观点一：粉丝经济 ---------- 22
- 驱动观点二：网剧出海 ---------- 23

◆ 中国网络剧行业制约因素 ---------- 24
- 制约观点一：路径依赖 ---------- 25
- 制约观点二：“二创”冲击 ---------- 26

◆ 中国网络剧行业发展趋势 ---------- 27
- 行业政策 ---------- 28
- 竞争格局 ---------- 29

◆ 企业介绍 ---------- 30
- 企业介绍 ---------- 31

◆ 方法论 ---------- 35

◆ 法律声明 ---------- 36

©2024 LeadLeo

目录
CONTENTS

◆ **Overview of China Web Series Industry** ---------- 08

- Definition and Classification ---------- 09
- Development Process ---------- 11
- Industry Characteristics ---------- 12
- Scale of Market ---------- 15

◆ **Industry Analysis of China Web Series Industry** ---------- 16

- Industry Chain Mapping ---------- 17
- Industry Chain Analysis ---------- 18

◆ **Drivers of China Web Series Industry** ---------- 21

- Fan Economy ---------- 22
- Going Overseas ---------- 23

◆ **Constraints of China Web Series Industry** ---------- 24

- Path Dependency ---------- 25
- Impact of “Derivative work” ---------- 26

◆ **Development Trend of China Web Series Industry** ---------- 27

- Industry Policy ---------- 28
- Competitive Landscape ---------- 29

◆ **Enterprise Introduction** ---------- 30

©2024 LeadLeo

目录
CONTENTS

- Methodology ---------- 35
- Legal Statement ---------- 36

©2024 LeadLeo

图表目录 List of Figures and Tables

图表1：网络剧分类（根据题材类型划分） ---------- 09
图表2：网络剧分类（根据制播方式划分） ---------- 10
图表3：中国网络剧行业的发展历程 ---------- 11
图表4：中国网络剧上线数量，2015-2022年 ---------- 12
图表5：网络剧题材分布，2022-2023年 ---------- 12
图表6：网络剧的改编比例，2022-2023年 ---------- 13
图表7：IP改编与原创剧本题材分布对比，2023年 ---------- 13
图表8：各大视频平台的剧场及代表作品 ---------- 14
图表9：网络剧播放平台分布情况，2023年 ---------- 14
图表10：中国网络剧行业市场规模及预测，2018-2028E ---------- 15
图表11：网络剧产业链图谱 ---------- 17
图表12：中国网络文学市场规模，2018-2022年 ---------- 18
图表13：IP改编来源日益多元化 ---------- 18
图表14：不同类型网络剧的制播模式 ---------- 19
图表15：各视频平台收入占比，2022年 ---------- 20
图表16：剧集播映指数排名，截至2024年1月9日 ---------- 20
图表17：中国网民规模及互联网普及率，2018-2023年H1 ---------- 22
图表18：中国网络视频用户数量及使用率，2018-2023年H1 ---------- 22
图表19：原著改编网络剧高热度案例 ---------- 22
图表20：中国电视剧出口金额，2020-2022年 ---------- 23
图表21：网络剧出海相关案例 ---------- 23
图表22："流量明星+网文IP"路径优化 ---------- 25
图表23：头部IP与天价片酬使得制作成本大幅提升 ---------- 25

头豹 LeadLeo
www.leadleo.com 400-072-5588
©2024 LeadLeo

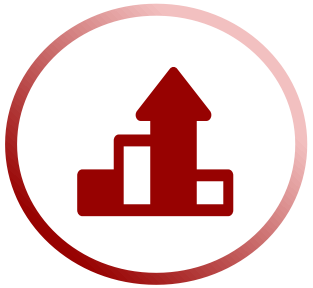
图表目录 List of Figures and Tables

图表24：短视频用户规模及使用率，2018-2023H1 ---------- 26
图表25：影视二创类型及具体事例 ---------- 26
图表26：网络剧行业相关政策，2018-2023年 ---------- 28
图表27：网络剧行业竞争格局 ---------- 29
图表28：华策影视营业收入及毛利率，2018-2022年 ---------- 31
图表29：华策影视主要业务收入，2018-2022年 ---------- 31
图表30：柠萌影视营业收入及毛利率，2018-2022年 ---------- 32
图表31：柠萌影视主要业务收入，2018-2022年 ---------- 32
图表32：爱奇艺营业收入及毛利率，2018-2022年 ---------- 33
图表33：爱奇艺主要业务收入，2018-2022年 ---------- 33
图表34：芒果超媒营业收入及毛利率，2018-2022年 ---------- 34
图表35：芒果超媒主要业务收入，2018-2022年 ---------- 34

©2024 LeadLeo

第一章节：网络剧行业综述

Industry Overview








行业综述　产业链分析　驱动因素分析　制约因素分析　发展趋势　企业介绍

- 定义与分类
- 发展历程
- 行业特征
- 市场规模

©2024 LeadLeo

网络剧行业——定义与分类

网络剧是指在网络平台上播出的各类剧集，是网络与影视艺术的结合。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。

网络剧分类（根据题材类型划分）

网络剧

古装剧



❑古装剧是指时代背景设定为古代的电视剧，亦包括架空历史但穿着古装并模仿古人习惯的剧集，例如《梦华录》、《卿卿日常》、《风起陇西》、《兰闺喜事》等。

武侠剧



❑武侠剧是以武功为题材的电视剧，多以著名武侠小说为剧本，以侠客和义士为主人公，描写角色身怀绝技、行侠仗义和锄强扶弱等行为，例如《莲花楼》、《新射雕英雄传》、《有匪》等。

悬疑推理剧



❑悬疑推理剧是指围绕犯罪和推理的剧集，具有较强的逻辑性和推理性，例如《沉默的真相》、《隐秘的角落》、《无证之罪》、《漫长的季节》等。

青春偶像剧



❑青春偶像剧指为迎合观众的内心需求，运用紧凑、浪漫的故事情节，由帅气美丽的男女主为主体进行艺术表演的一种形式，例如《最好的我们》、《微微一笑很倾城》、《你好，旧时光》、《暗恋之橘生淮南》等。

灵异玄幻剧



❑灵异玄幻是指有别于真实世界发生的故事，玄幻又可细分为灵异类、魔幻类、科幻类、时间假说类，例如《灵魂摆渡》、《仙剑奇侠传》《香蜜沉沉烬如霜》、《苍兰诀》等。

重大题材剧



❑重大题材剧是指反映重大的社会生活事件和重要的历史人物的剧集，此种题材通常对社会起着直接而迅速的反馈作用，影响广泛而深刻。例如《约定》、《荣耀乒乓》、《北斗》等。

描述

❑网络剧最早的概念是指通过互联网传送，由上网计算机接收的，实时互动地进行戏剧演出的新的戏剧形式。随着技术的发展，网络剧早已超出概念的最初范畴，现阶段网络剧是指在网络平台上播出的各类剧集，是网络与影视艺术的结合，网络剧是互联网发展的必然结果，亦是信息技术飞跃和大众对文化娱乐产品强烈需求结合的产物。

❑网络剧按照题材类型划分可分为古装剧、青春偶像剧、武侠剧、灵异玄幻剧、悬疑推理剧、重大题材剧等。

来源：各剧集官方、头豹研究院

©2024 LeadLeo

网络剧行业——定义与分类

网络剧按照制播方式可划分为版权剧、自制剧、定制剧、分账剧。现阶段剧集发行格局发生深刻变革，主要视频平台成为重要的剧集供应商。

网络剧分类（根据制播方式划分）

网络剧

版权剧





❑版权剧是以电视台为首要播出渠道，视频平台通过购买网络播出版权而上线播出的剧集。版权剧的制片方通过版权费获利，平台方依靠商务广告获利。版权剧的优势包括，制作精良、内容优质、有一定的IP影响力，是平台吸引新用户的重要工具。与此同时，版权剧也具有一定的劣势，版权剧的版权费用较高，严重挤压了视频平台的利润空间。

定制剧





❑定制剧是视频平台将剧集外包给影视公司制作，话语权由视频平台把控的剧。定制剧的开发模式使得制片方在项目初期便已经确定了收入的来源及盈利方式，极大的降低了制片公司的财务风险，能够保障影视剧的顺利发行。定制剧模式降低制片公司财务风险的同时，增加了平台方的财务风险，平台方通常要求自身在项目中占据绝对主导权。

自制剧





❑自制剧是视频平台自行投资、制作，并以网络平台为首要播出渠道的剧集，自制剧是视频平台的核心竞争力。自制剧的优势包括，平台可决定剧集的题材、剧本、拍摄，具有较强的自由度，可更好地控制成本。自制剧亦具有一定的劣势，前期需要平台垫付大量资金，质量良莠不齐，观众粘性差，投资风险较大。

分账剧





❑分账剧是指视频上线后，视频平台根据点击观看情况，在规则框架内从会员费中抽取资金分账给制片方，是通过付费用户的观看行为进行分账收益的网剧变现新模式。对于视频平台而言，分账剧获剧成本低，缓解了平台的资金压力，且平台担负的风险大幅减小。对于制片方而言，片方承担的风险大幅增加，片方收益要依靠影片质量本身。

描述

❑网络剧按照制播方式划分可分为版权剧、自制剧、定制剧、分账剧等。其中制片方具有较大话语权的种类为版权剧，平台方具有较大话语权的种类为自制剧、定制剧。平台方担负风险较大的种类为版权剧、定制剧、自制剧，制片方担负风险较大的种类为分账剧。

❑现阶段剧集发行格局发生深刻变革，视频平台逐渐主控剧集发行。主要视频平台成为电视台的重要剧集供应商，剧集市场中版权剧占比降低，定制剧和分账剧占比日渐增高，网络剧中版权剧占比约为30%。

来源：各剧集官方、头豹研究院

©2024 LeadLeo

网络剧行业——发展历程

现阶段中国网络剧行业已进入成熟发展阶段，内容注水与同质化严重是该行业面临的主要痛点，“提质减量”成为新主题。

中国网络剧行业的发展历程

萌芽期	启动期	高速发展期	成熟期
2000-2003年	2004-2013年	2014-2018年	2019-至今
❑**2000年**，5名在校大学生自编自导自演的中国第一部网剧《原色》在吉林的知名网站中国长春信息港发布。此后《见光的爱》、《百分百感觉》、《冬日恋曲》、《蓝罐最痛》等多部网剧陆续上线，网络剧的概念和形式逐渐被观众接受。 ❑此阶段为网络剧的萌芽期，二十一世纪初随着网络技术的普及、电脑及手机等移动终端的飞速更新，大众对于文化产品的类目需求和获取形式均发生了巨大变化，网络剧也在这样的背景下产生。	❑**2004年-2005年，**乐视网、土豆网、56视频等专业视频网站出现。 ❑**2006年**，陈士骏成立的第一个全球视频网站YouTube被Google以16.5亿美元收购。电视剧和电影的二次播出为视频网站的播出内容提供了主要的支撑，网站收入以广告位收入为主。 ❑**2009年**，土豆和中影集团联合新媒体投资基金以批量制作多部创意网络剧。 ❑此阶段为网络剧的启动期。	❑**2014年**，中国网络剧进入了自制剧元年。**2015年**，爱奇艺宣布要加大原创视频内容制作，《无心法师》、《盗墓笔记》、《他来了，请闭眼》等现象级的网络剧走红，带动网络剧市场呈井喷之势。 ❑**2016年**，《太子妃升职记》引发全民热议，播放量突破26亿。 ❑此阶段为网络剧的高速发展期，随着移动终端用户体验的提升、视频网站提供内容的繁多，人们的观剧的习惯也发生了改变。	❑**2019年**，网络剧数量持续下降，行业重心转移至内容品质的持续提升、类型题材的不断创新。 ❑**2020年**，国家广播电视总局提出反对内容“注水”、规范剧集长度，网络剧内容更加精炼、叙事更紧凑。 ❑此阶段为网络剧的成熟期，网络剧行业响应国家要求，以“高质量发展”为目标，呈现出“减量提质、降本增效”的新常态。

❑**中国网络剧行业已进入成熟发展阶段，“提质减量”成为新主题**。二十一世纪初随着网络技术的普及，大众对于文化产品的需求和获取方式发生了巨大变化，网络剧在此背景下产生。网络剧萌芽时期主要是组织和个人自编自导自演，尚未形成规模化发展。专业视频网站的建立为网络剧的发展奠定了基础，也出现了专业视频网站与专业视频制作之间新的合作方式。现象级网剧的走红带动网络剧行业进入高速发展期，现阶段网络剧已进入成熟期，呈现出“降本增效”的新常态。

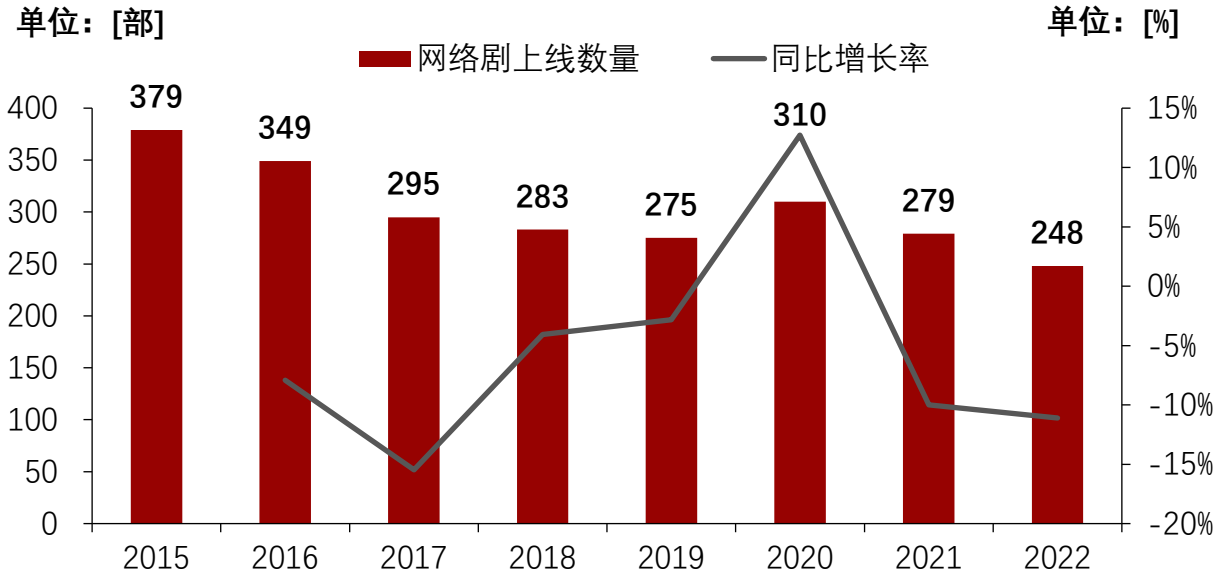
来源：头豹研究院

©2024 LeadLeo

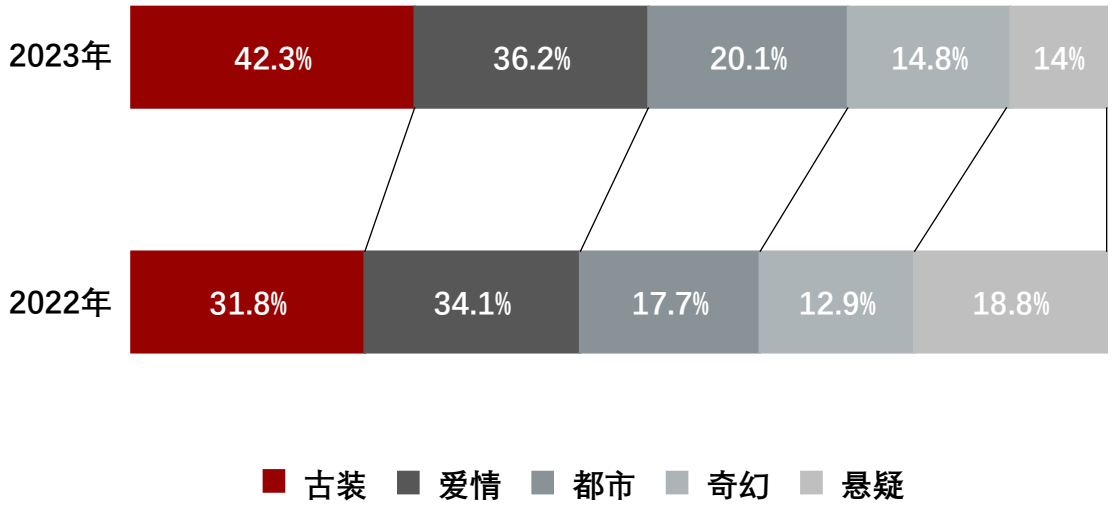
网络剧行业——行业特征（1/3）

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



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。

❑**网络剧题材偏向古偶类型，“流量明星+网文IP”依旧占据主流。**网络剧中古装偶像剧类型占据主导地位，2022年古装剧题材占比为31.8%，2023年古装剧题材占比增加10.5个百分点，爱情题材占比较为稳定，2022年占比为34.1%，2023年占比上升至36.2%。但是网络剧整体质量良莠不齐，许多作品仍存在逻辑不通、低幼化叙事、特效粗糙等问题，且部分网络剧的甜宠桥段毫无价值表达，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，但这种主题已经不再适应社会发展的多样化需求，网络剧需要进一步提升自身剧作质量。

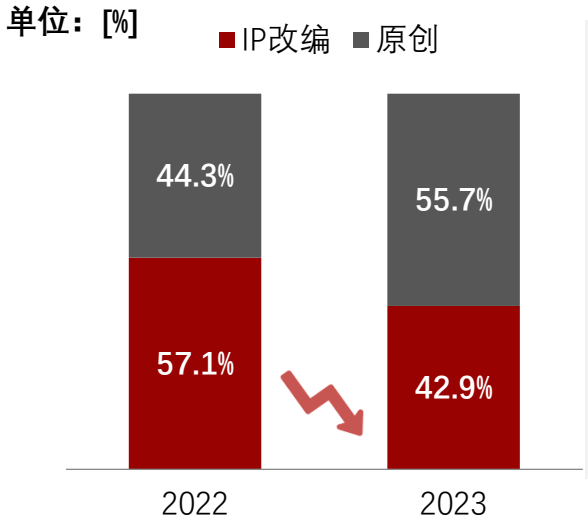
来源：国家广播电视总局、中国网络视听节目服务协会、头豹研究院

©2024 LeadLeo

网络剧行业——行业特征（2/3）

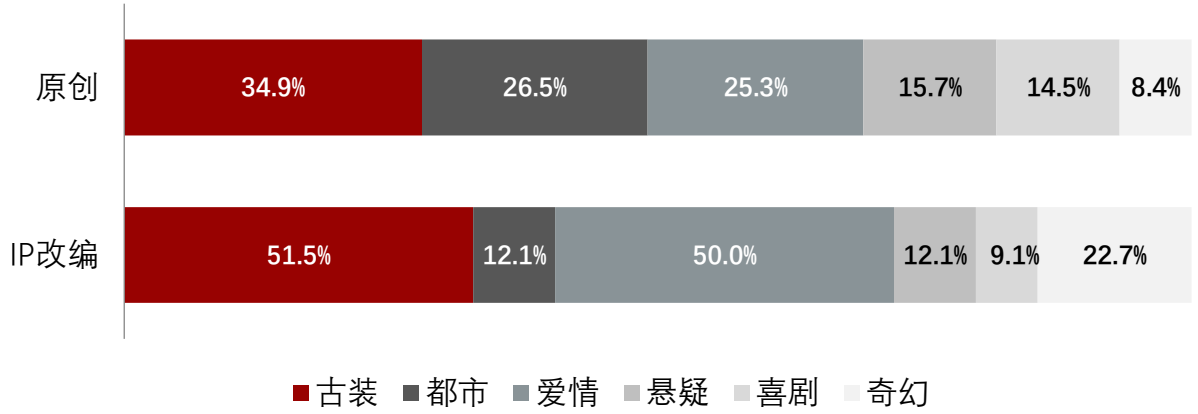
网络文学自带流量是剧集成功的有效助力，IP改编逐渐成为网络剧行业的主要模式，现阶段IP改编比例出现下降趋势，行业内涌现出了一批优质剧本。

网络剧的改编比例，2022-2023年



❑**网络IP改编比例出现下降趋势，但仍占据较大比例。**网络文学自带流量是剧集成功的有效助力，网文IP改编逐渐成为网络剧行业的主要模式。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%。

IP改编与原创剧本题材分布对比，2023年



❑**IP改编作品题材同质化严重，IP商业价值逐步被消耗。**2023年IP改编网络剧中古装题材占比为51.5%，爱情题材占比为50%，都市、悬疑、喜剧占比较少。IP改编题材的偏向一定程度上体现了青年亚文化群体的文化与消费需求。原创剧本题材更加偏向现代都市、悬疑、喜剧，原创剧本都市题材占比为26.5%，悬疑题材占比15.7%，喜剧占比为14.5%。由此可见，相较于原创剧本，IP改编作品题材同质化严重，且由于部分制作方降低原作者话语权，导致可视化作品与原作内核差异巨大，原IP的商业价值也逐步被消耗，IP改编不再成为“爆款”。因此现阶段IP改编比例出现下降趋势，也逐渐涌现出一批优质剧本，2023年上半年的爆款剧集《狂飙》、《漫长的季节》均是原创剧本，在豆瓣平台，83万网友为《漫长的季节》打出9.4分，86万网友为《狂飙》打出8.5分，成为网播剧集发展的年度标志，未来行业中具有优质剧本与制作质量的网络剧才能够抢占市场。

IP 改编代表作品





原创代表作品





来源：国家广播电视总局、各剧集官方、头豹研究院

©2024 LeadLeo

网络剧行业——行业特征（3/3）

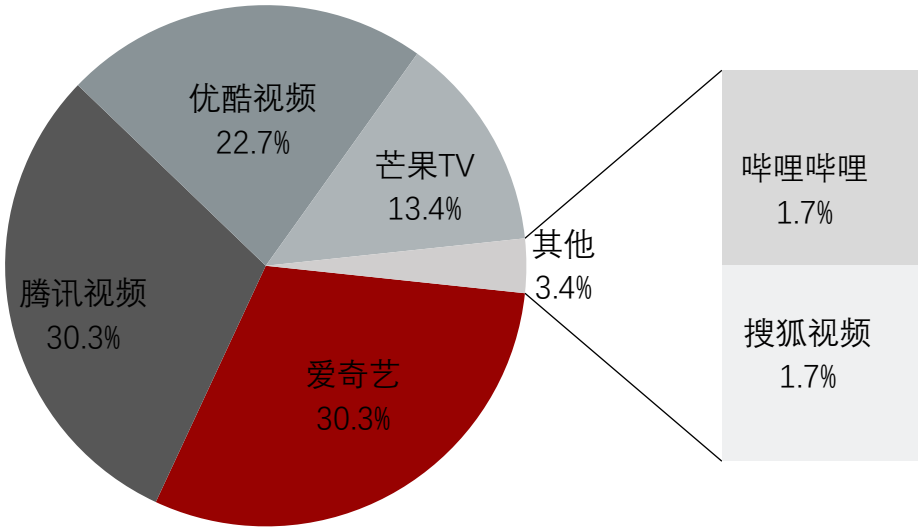
剧场模式已成为各大视频平台的品牌形象与标志，剧场在剧集体量、上新节奏等方面均体现出整体性、品牌化运营的特点，四大视频平台占据了网络剧行业主要的流量和用户。

各大视频平台的剧场及代表作品

视频平台	剧场名称	代表作品
iQIYI	迷雾剧场	《尘封十三载》、《沉默的真相》、《隐秘的角落》等
	恋恋剧场	《宁安如梦》、《长风渡》、《苍兰诀》等
	小逗剧场	《破事精英》、《破事精英2》、《瓦舍江湖》等
	X剧场	《漫长的季节》、《繁城之下》、《黑土无言》、《欢颜》
	宠爱剧场	《风起霓裳》、《国子监来了个女弟子》等
	悬疑剧场	《他是谁》、《立功·东北旧事》、《执念如影》、《胆小鬼》等
	季风剧场	《无眠之境》、《装腔启示录》、《消失的孩子》、《江照黎明》等

来源：国家广播电视总局、各视频平台官方网站、头豹研究院

网络剧播放平台分布情况，2023年



❑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。剧场模式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”、“爱青春剧场”、优酷的“悬疑剧场”、“宠爱剧场”。

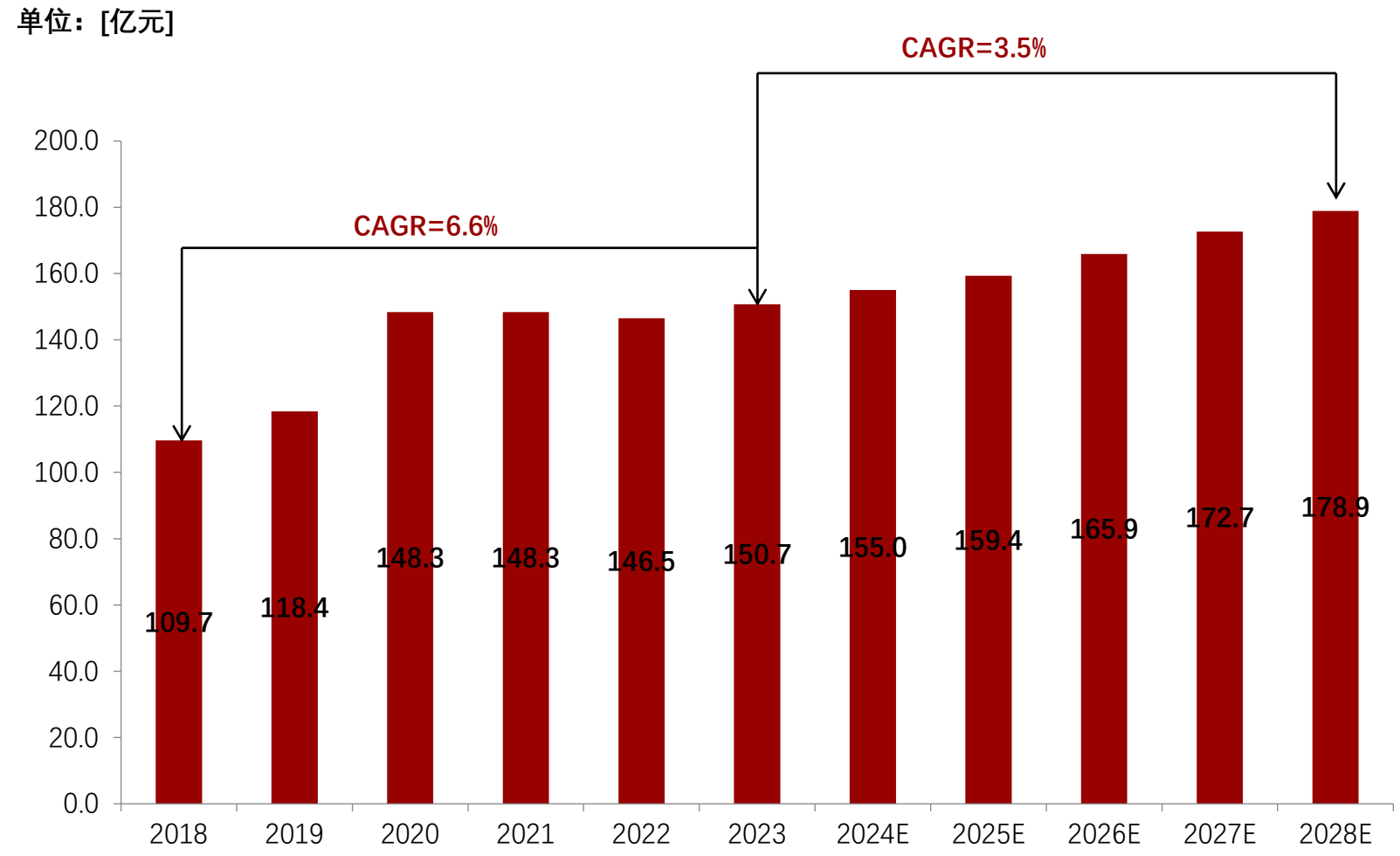
❑**在线长视频平台以爱奇艺、腾讯视频、优酷视频、芒果TV四大头部公司为代表，占据了主要的流量和用户。**在2023年获取播放许可的网络剧中，30.3%的网络剧在爱奇艺与腾讯视频播放，22.7%的网络剧在优酷视频播放，13.5%的网络剧在芒果TV播放。

©2024 LeadLeo

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



来源：中国网络视听节目服务协会、企业年报、头豹研究院

分析师观点

❑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%。中国网络视听节目服务协会发布的《中国网络视听发展研究报告（2023）》提到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剧制作公司不断涌入，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，例如偶像剧《微微一笑很倾城》在YouTube获得高达5亿次的播放量，《庆余年》登陆了27个国家和地区的新媒体平台和电视台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。

©2024 LeadLeo

第二章节：网络剧行业产业链分析

Industry Overview


行业综述


产业链分析

- 产业链图谱
- 产业链分析


驱动因素分析


制约因素分析


发展趋势


企业介绍

©2024 LeadLeo

网络剧行业——产业链图谱

网络剧行业产业链上游环节参与者包括传统网文平台、新兴内容生产平台及漫画平台，中游环节参与者主要是影视剧制作公司，下游环节参与者主要是网络视频平台及观众。

网络剧产业链图谱

上游

内容生产商

传统网文平台

起点中文网 www.qidian.com

长佩文学

番茄小说

新兴内容生产平台

知乎

漫画平台

快看!

腾讯动漫

哔漫

漫漫漫画

微博动漫 manhua.weibo.com

严肃文学出版平台

人民文学出版社

作家出版社

三联书店

❑ 网络剧行业产业链上游的主要包括原创剧本和IP改编，IP改编比重较大且改编来源日益多元，包括严肃文学、网络文学、网络漫画。2022年中国网络文学市场规模持续增长，达到389.3亿元，为网络剧提供了丰富的素材库。

中游

剧集制作公司

传统影视制作机构

华策影视 HUACE FILM&TV

完美世界影视 PERFECT WORLD PICTURES

H.BROTHERS 華誼兄弟

慈文传媒 CIWEN MEDIA

NCM 新丽传媒 New Classics Media

欢瑞世纪 H&R CENTURY UNION

HBN 华录百纳

新兴影视制作机构

柠萌影业

欢娱影视 HUANYU

兴格传媒 ENTERTAINMENT

留白 | LIU BAI

HCMC 华晨美创

恒星引力 STELLAR

万丰影业

❑ 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。

下游

平台及观众

视频平台

iQIYI 搜狐视频 咪咕视频

❑ 网络剧行业产业链下游四大视频平台占据了网络剧行业主要的流量和用户，2023年有30.25%的网络剧在爱奇艺、腾讯视频播放，22.7%的剧集在优酷视频播放。

观众喜爱题材

❑ 古装、悬疑及现代等题材受到观众的喜爱。各平台开始通过剧场模式来满足不同受众的观剧需求。例如爱奇艺的“迷雾剧场”、“恋恋剧场”、“小逗剧场”。“迷雾剧场”第一季五部作品豆瓣平均分8.1分，优质剧集增强了客户粘性。

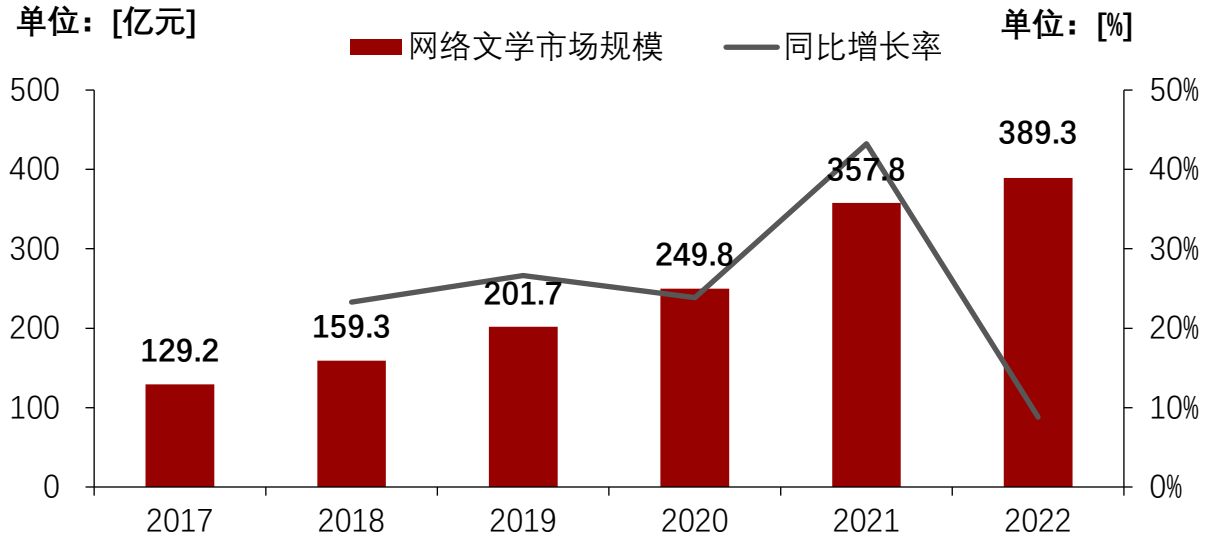
来源：各企业官网，头豹研究院

©2024 LeadLeo

网络剧行业——产业链上游

网络剧行业上游是内容生产环节，主要包括原创剧本和IP改编，IP改编比重较大且改编来源日益多元，剧集“向短”趋势明显，为中腰部IP创造了机会。

中国网络文学市场规模，2018-2022年



❑**中国网络文学市场规模持续增加，为网络剧提供了丰富的素材库**。中国网络文学由2017年的129.2亿元增长至2022年的389.3亿元。网络剧行业上游的内容生产环节，除网络文学改编外，还包括严肃文学改编、新兴平台（知乎、豆瓣）文学作品改编、漫画作品改编等。

❑**剧集“向短”趋势明显，为中腰部IP创造了机会**。广电总局备案数据显示，电视剧部均集数连续六年递减，目前剧集的总集数在12集到40集不等，单集时长在25-90分钟不等，剧集情节日渐紧凑。短剧相较于长剧集，具有体量轻、节奏快、时长短、试错成本低等特点，因此在选择IP时不执着于头部版权，为中腰部网文IP提供了崭露头角的机会。

来源：中国社会科学院、各剧集官方、头豹研究院

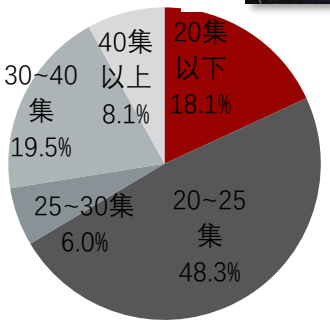
IP改编来源日益多元化

严肃文学改编

新兴平台文学作品改编

漫画作品改编





❑2023年获得发行许可的网络剧中，20集以下的网络剧占比为18.12%，20~25集之间的网络剧占比为48.32%，25~30集之间的网络剧占比为6.04%，30~40集之间的网络剧占比为19.46%，40集以上的网络剧占比为8.05%。网络剧剧集数量主要集中在20—25集之间。

©2024 LeadLeo

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



来源：企业年报、各企业官网、头豹研究院

分析师观点

❑**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%。

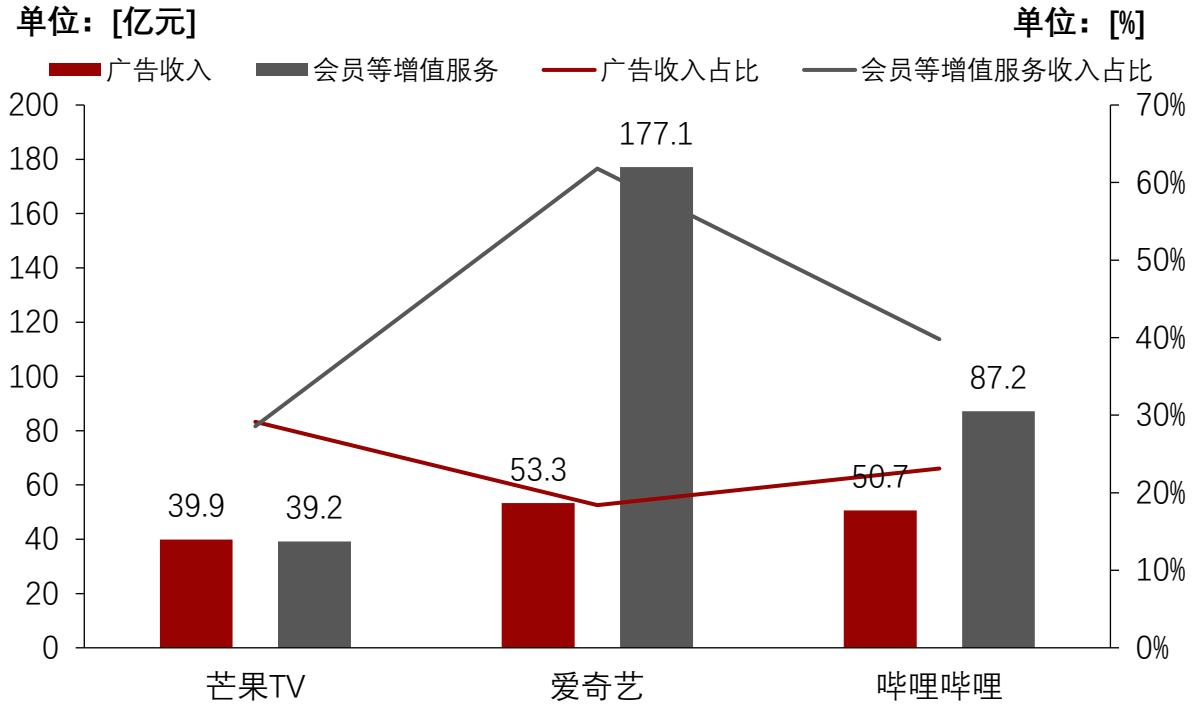
❑2016年，爱奇艺提出了新的制播模式——分账剧，分账剧是指剧集上线视频平台后，通过平台的分账定价规则及用户的观看行为进行点击分成的剧集合作模式。这种模式能够更快地感知到市场的反馈。

©2024 LeadLeo

网络剧行业——产业链下游

网络剧行业下游为剧集传播环节，视频平台借鉴电视台和电影排播模式，依靠剧场模式增强客户粘性。古装和现实题材剧口碑凸显。

各视频平台收入占比，2022年



剧集播映指数排名，截至2024年1月9日



繁花

89.33 剧情/爱情



鸣龙少年

77.95 剧情



神隐

75.76 剧情/爱情

排名	剧名	播映指数	题材
4	大江大河之岁月如歌	72.61	剧情/都市
5	我们的翻译官	71.85	剧情/爱情
6	一念关山	71.82	古装
7	莲花楼	71.59	古装
8	狂飙	71.18	剧情
9	你也有今天	70.89	爱情

❑**爱奇艺依靠剧场模式增强客户粘性，会员收入远超其他平台**。网络剧的制播创新不断深入，视频平台开始借鉴电视台的排播模式，深耕剧场化排播。爱奇艺的“迷雾剧场”是典型成功案例，“迷雾剧场”陆续推出了《隐秘的角落》、《沉默的真相》、《漫长的季节》等精品剧集，“迷雾剧场”第一季五部作品豆瓣平均分8.1分，超过6,800万爱奇艺会员收看了迷雾剧场的内容，并吸引了超过30个品牌方投放广告。优质的剧集打造了“迷雾剧场”品牌形象，吸引了垂直细分领域的用户，增强了用户粘性。

❑**古装和现实题材是观众较为喜爱的题材**。截至2024年1月9日，剧集播映指数排名前十名中，古装题材占比30%，各大平台近期发布的2024年最新片单显示，“爱优腾”共将推出300余部剧集，其中古装剧将超过100部。2022年在总局备案的重点网络剧共计660部，现实题材作品占比达72.5%。

来源：骨朵数据、企业年报、各剧集官方、头豹研究院

©2024 LeadLeo

第三章节：网络剧行业驱动因素分析

Industry Overview


行业综述


产业链分析


驱动因素分析


制约因素分析


发展趋势


企业介绍

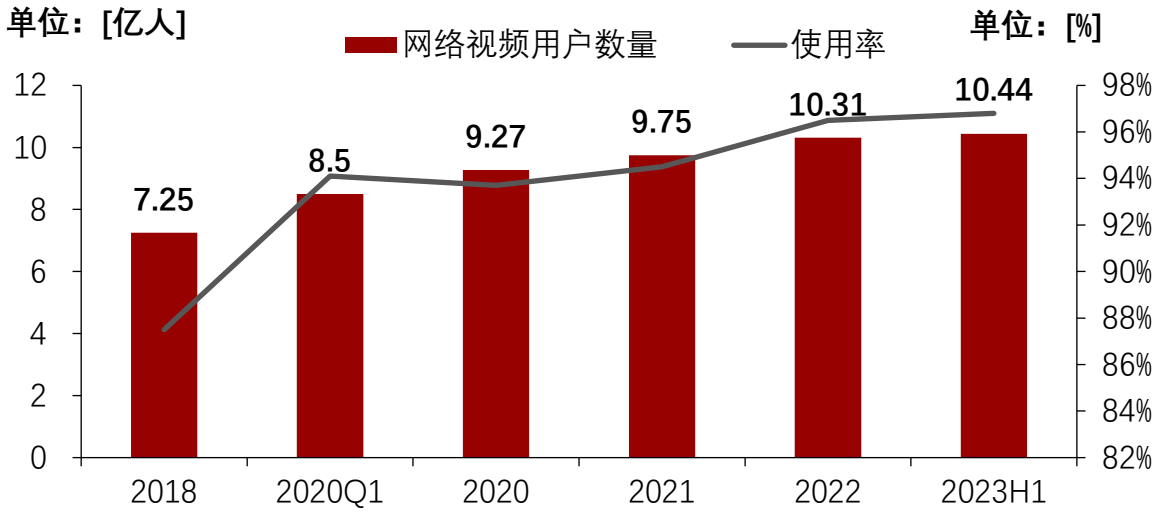
- 粉丝经济
- 网剧出海

©2024 LeadLeo

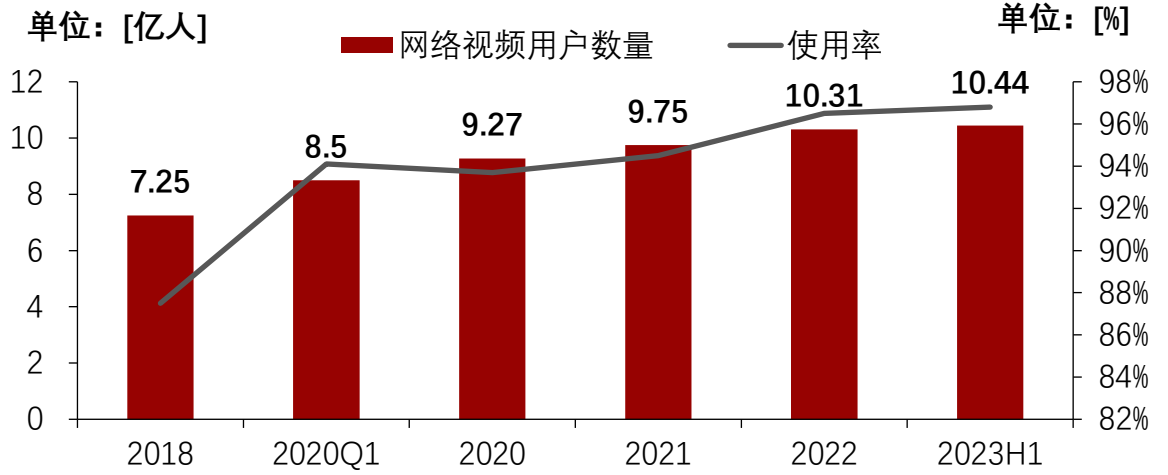
中国网络剧行业驱动因素——粉丝经济

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。

原著改编网络剧高热度案例

原著	剧集	热度信息
《三体》		剧版《三体》在腾讯视频、咪咕视频播出，腾讯视频数据显示，剧集首日热度值最快突破20,000，打破腾讯视频剧集首日热度值记录。开播1小时，站内热度破25,000。
《长相思》		《长相思》在腾讯视频播出，腾讯视频数据显示，剧集开播两天，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。

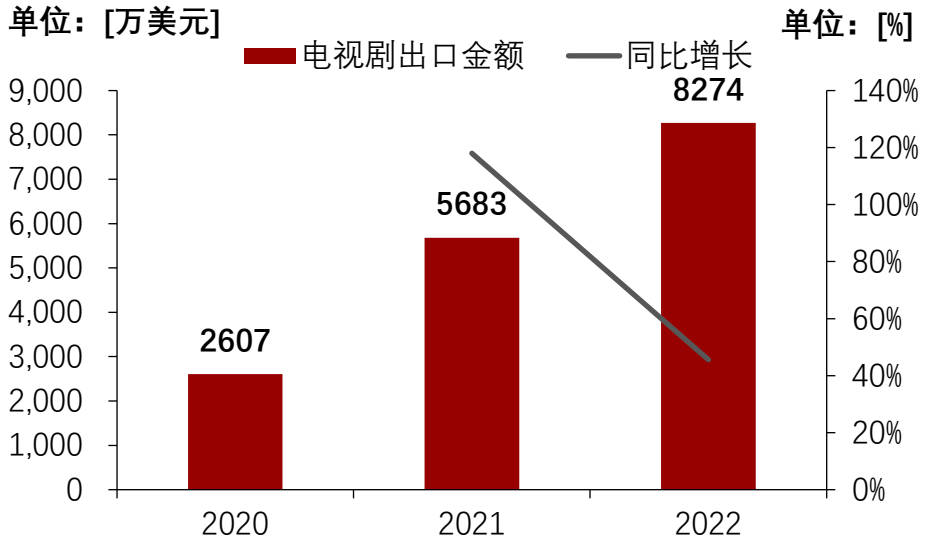
来源：中国互联网络信息中心、各剧集官方、头豹研究院

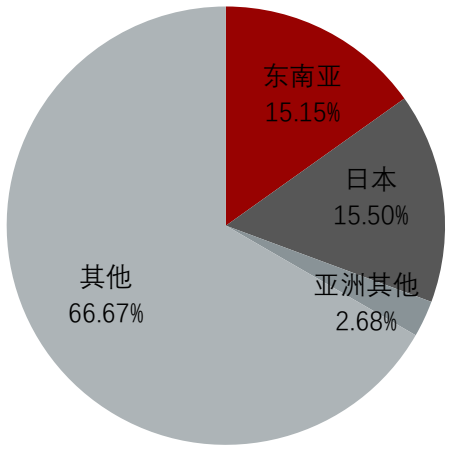
©2024 LeadLeo

中国网络剧行业驱动因素——网剧出海

影视传播全球化的背景下，数部爆款网络剧在全球热播，国剧出海热度提升。中国视听新媒体出海平台成为剧集国际传播的新兴力量，网络剧市场有望迎来新拓展。

中国电视剧出口金额，2020-2022年





❑**影视传播全球化背景下，国产剧出海热度提升**。网络剧是中国视听节目国际贸易的主要产品，已成为构建国际传播新格局的重要力量。进入新时代以来，中国国产剧已经在全球200多个国家和地区播出。2022年，全年电视剧出口金额为8,274万美元，较2021年同比增长45.6%。中国电视剧出口覆盖全球五大洲，其中亚洲是中国电视剧的最大市场，出口亚洲金额约占1/3。东南亚是中国电视剧的核心市场，出口东南亚金额占比约为15.2%，日韩是中国电视剧的主干市场，出口日本金额占比约为15.5%。

❑**中国视听新媒体出海平台成为电视剧国际传播的新兴力量**。爱奇艺、腾讯视频、芒果TV、优酷等网络视频播放平台均推出了国际版，已成为网络剧国际传播的重要生力军。但中国的剧集出口规模较小，与韩剧、美剧仍有一定差距，具有较大的发展空间，网络剧市场有望迎来新拓展。

来源：国家广电总局发展研究中心、头豹研究院

网络剧出海相关案例

剧集名称	出海信息
《后宫·甄嬛传》	《甄嬛传》在美国华人电视台播出。该剧集亦成为中国首部登陆Netflix的国产剧。
《琅琊榜》	该剧集被翻译成多种语言，且在阿根廷主流媒体播出，引发轰动。
《陈情令》	该剧集风靡东南亚地区，在海外评分网站Mydramalist排名亚洲剧第一名，仅泰国播放量就超过1亿次。
《长安十二时辰》	该剧集通过Viki、Youtube等多个平台以付费内容的形式在北美地区上线。
《白夜追凶》	《白夜追凶》是中国首部被Netflix买下海外发行权的网络剧。
《微微一笑很倾城》	该剧集在YouTube获得高达5亿次的播放量。
《山海情》	该剧集登陆全球50多个国家和地区，上线两周后，在YouTube播放量突破80万。
《三十而已》	斯瓦希里语版本《三十而已》在刚果（金）、坦桑尼亚、肯尼亚、卢旺达、布隆迪等多个非洲国家播出，收获不俗反响

©2024 LeadLeo

第四章节：网络剧行业制约因素分析

Industry Overview


行业综述


产业链分析


驱动因素分析


制约因素分析

- 路径依赖
- “二创”冲击


发展趋势

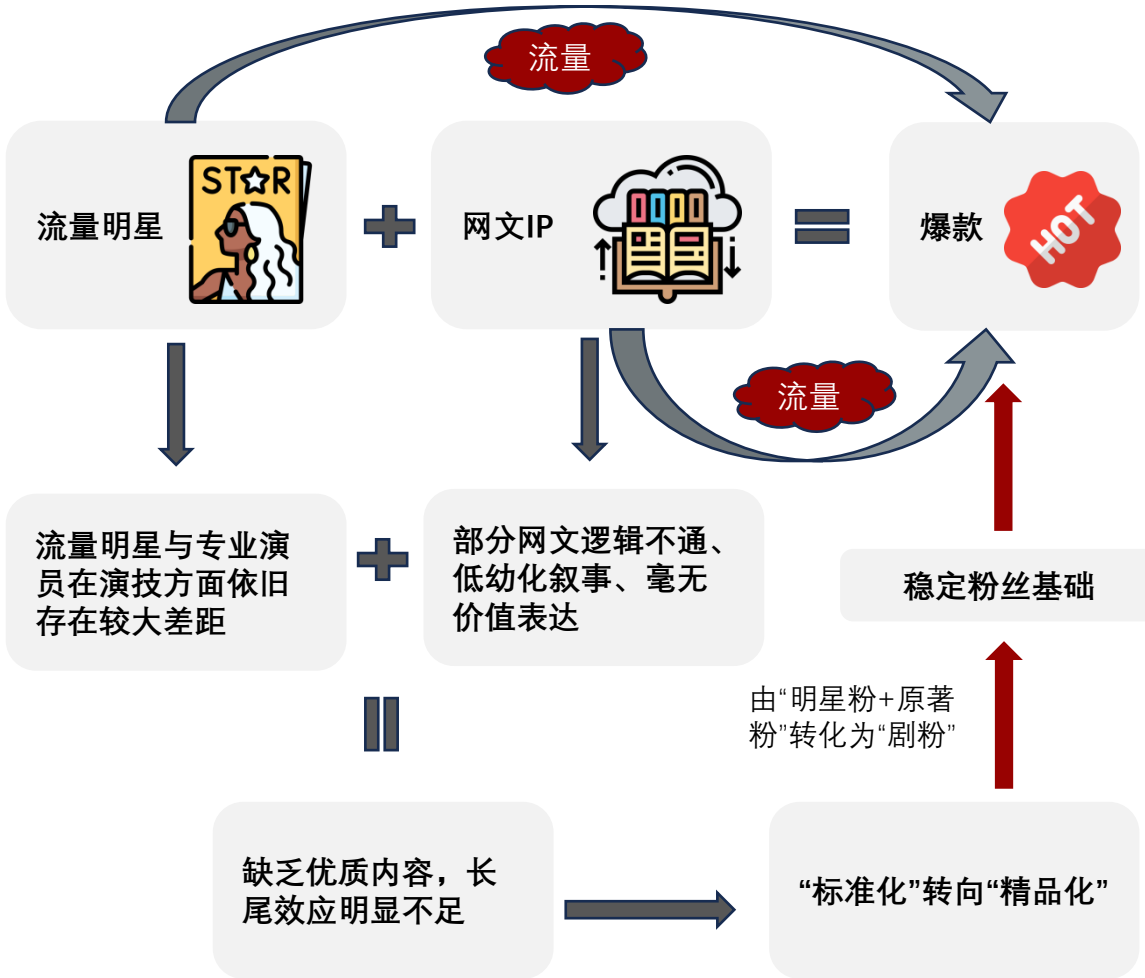

企业介绍

©2024 LeadLeo

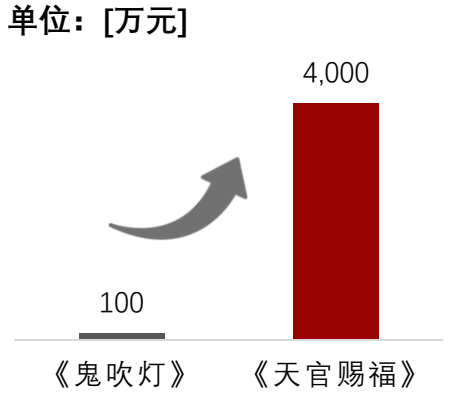
中国网络剧行业制约因素——路径依赖

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。

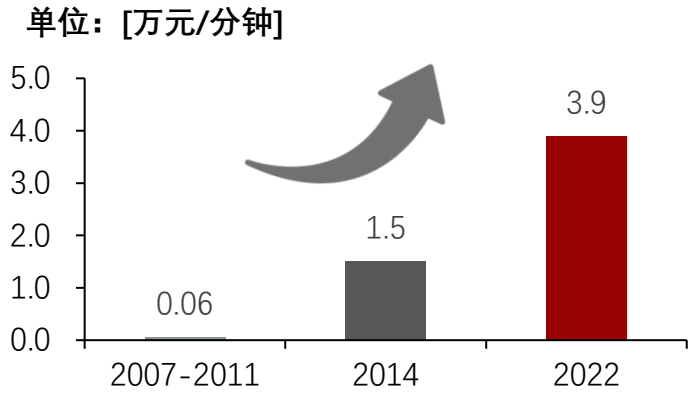
“流量明星+网文IP”路径优化



头部IP与天价片酬使得制作成本大幅提升



头部IP版权价格



网络剧制作成本

❑**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。

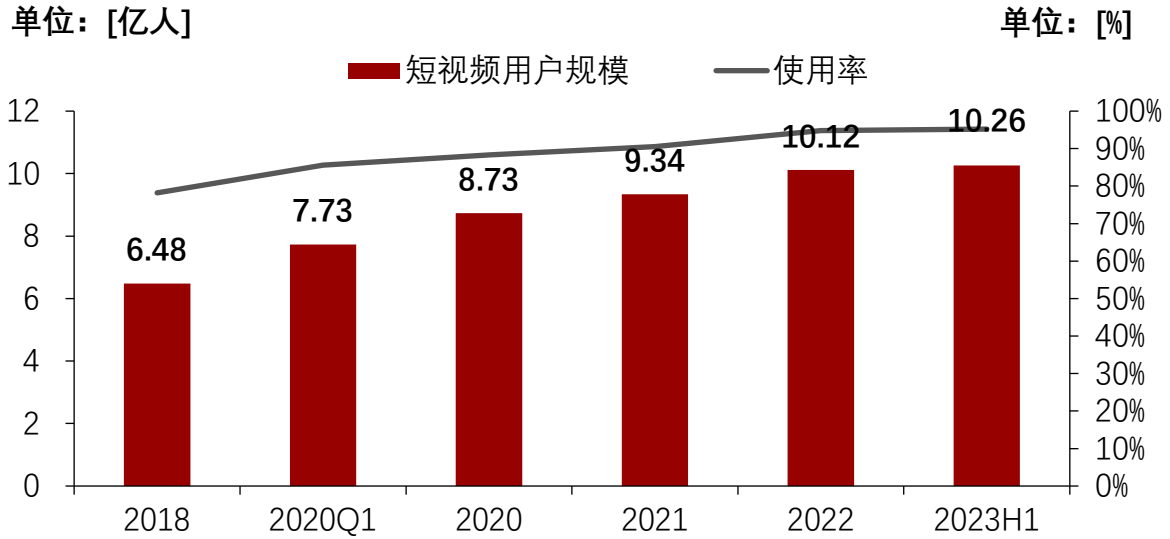
来源：头豹研究院

©2024 LeadLeo

中国网络剧行业制约因素——“二创”冲击

短视频用户规模不断增长，影视剪辑、解说类“二创”短视频作品的热度升高，对网络剧造成了一定程度的冲击。

短视频用户规模及使用率，2018-2023年H1



❑**短视频、“二创”热度升高，对网络剧造成冲击**。二创作品是指使用已存在著作物的文字、图像、影片、音乐或其他艺术作品进行二次创作所产生的产品。随着短视频用户规模的不断增长，“二创”作品的热度不断升高，相比于观看完整剧集，看影视解说与剪辑的用户规模愈多，对网络剧造成了一定程度的冲击。2021年4月，腾讯、爱奇艺等长视频平台联合七十余家影视机构，抵制“二次创作”短视频。

❑截至2023年6月，短视频用户规模达到10.26亿人，视频用户规模为10.44亿人，在用户规模如此接近的背景下，对于“二创作品”的抵制实质上是两种不同形态视频平台的利益博弈。

来源：中国网络视听节目服务协会、哔哩哔哩官网、头豹研究院等

影视二创类型及具体事例

单人角色剪辑

单人角色剪辑是指围绕热播剧集的某一角色进行二次创作。热播剧《长月烬明》中叶冰裳单人角色剪辑最高播放量高达216.4万，10万点赞，2,340条弹幕。



“你与我先谈养心殿，后拜瀑淋身”丨精卫 ×天欢

格尼芦苇

216.4万 · 2023年4...

主题性混剪

主题性混剪往往由同一主题牵连，采用多部影视IP或视频内容进行混剪，对创作者的剪辑水平要求较高。古装女子群像类剪辑播放量高达884.8万。



【古装女子发狠群像】谁nèng我，我nèng死谁 ...

常寻寻寻

884.8万 · 2019年9...

重塑式混剪

重塑式混剪具体分为“拉郎配”和“重组剧情”，创作者们需要根据剧情自行搭配台词、镜头。范闲与叶冰裳的重塑式混剪播放量达到143.7万。



“这世界觉得她无关紧要，我不喜欢。”

甜冰茶-iced

143.7万 · 2023年5...

吐槽解说类

吐槽解说类是指创作者根据剧情槽点自发录制视频，内容质量较好的剧集观众则会围绕其进行解说。博主对于热播剧《以爱为营》的吐槽视频播放量达到217.4万。



对象家人出车祸了也会先陪我吃完火锅?

2023年11月17日

217.4万 8628

©2024 LeadLeo

第五章节：网络剧行业发展趋势

Industry Overview


行业综述


产业链分析


驱动因素分析


制约因素分析


发展趋势

- 行业政策
- 竞争格局


企业介绍

©2024 LeadLeo

网络剧行业发展趋势——行业政策

国家广播电视总局对于网络影视剧的管理制度不断优化，推动网络剧由“野蛮生长”到“良性循环”的跨越，为行业稳定持续繁荣发展提供了可操作可遵循的标准。

网络剧行业相关政策，2018-2023年

政策名称	发布日期	颁布主体	政策要点	政策影响
《电视剧、网络剧摄制组安全生产管理规定（试行）》	2023.9	中国广播电视社会组织联合会等	明确安全生产管理责任、加强人员安全管理、保障拍摄场地及设备安全、强化特种作业安全、加强日常管理服务。	政策提出要牢固树立安全发展理念，进一步加强电视剧、网络剧拍摄安全管理，明确细化摄制组安全责任，有效防控拍摄生产安全风险，保障从业人员生命财产安全，促进网络剧行业安全健康发展。
《广播电视和网络视听领域经纪机构管理办法》	2022.5	国家广播电视总局办公厅	规范广播电视和网络视听领域经纪活动，加强经纪机构、经纪人员管理、经纪人员的权利和义务，保障广播电视和网络视听行业健康有序发展。	该管理办法为行业稳定持续繁荣发展提供可操作可遵循的标准、规范、路径、方法，为行业长远发展提供稳定、透明、可预期的政策环境，为行业规范健康发展划出界限、标出底线。
《关于国产网络剧片发行许可服务管理有关事项的通知》	2022.4	国家广播电视总局办公厅	国家对国产网络剧片发行实行许可制度，国务院广播电视主管部门负责制定国产网络剧片发行许可实施规范。各省级广播电视主管部门应依照实施规范制定相应的办事指南。	该政策标志着网络剧片管理从备案登记时代进入到发放行政许可证时代，网络剧片全面进入规范化、标准化和专业化发展新阶段，广播电视主管部门对网络剧片的管理与服务也不断完善，根据发展形势实行许可管理政策，有力推动网络剧片高质量发展。
《“十四五”中国电视剧发展规划》	2022.2	国家广播电视总局办公厅	加快推进中国电视剧高质量发展，建设电视剧强国。主题创作引导激励机制更加完善，精品供给能力显著增强，现代产业体系和市场体系进一步健全等。	政策从创作、生产、播出、国际传播以及队伍建设、秩序规范等方面，对电视剧产业的发展做了整体规划，也针对诸如增强知识产权保护、推广统一制式合同、防止资本无序扩张、限制演员天价片酬、禁止违法失德艺人出镜等行业具体问题进行了细致地要求和规范，促进行业健康发展。
《关于网络视听节目信息备案系统升级的通知》	2018.12	国家广播电视总局办公厅	重点网络影视剧制作前，需由制作方登录系统登记节目名称、题材类型、内容概要、制作预算等信息。制作完成后需再次登录系统登记相关信息。	通知明确对重点网络影视剧实行规划备案和上线备案双备案管理，网络剧片备案管理进一步升级。重点网络影视剧的备案管理制度推动了网络视听节目从“野蛮生长”到“良性循环”的跨越，在规范管理和提升品质等方面对网络剧片的创作播出有序发展产生了积极作用。

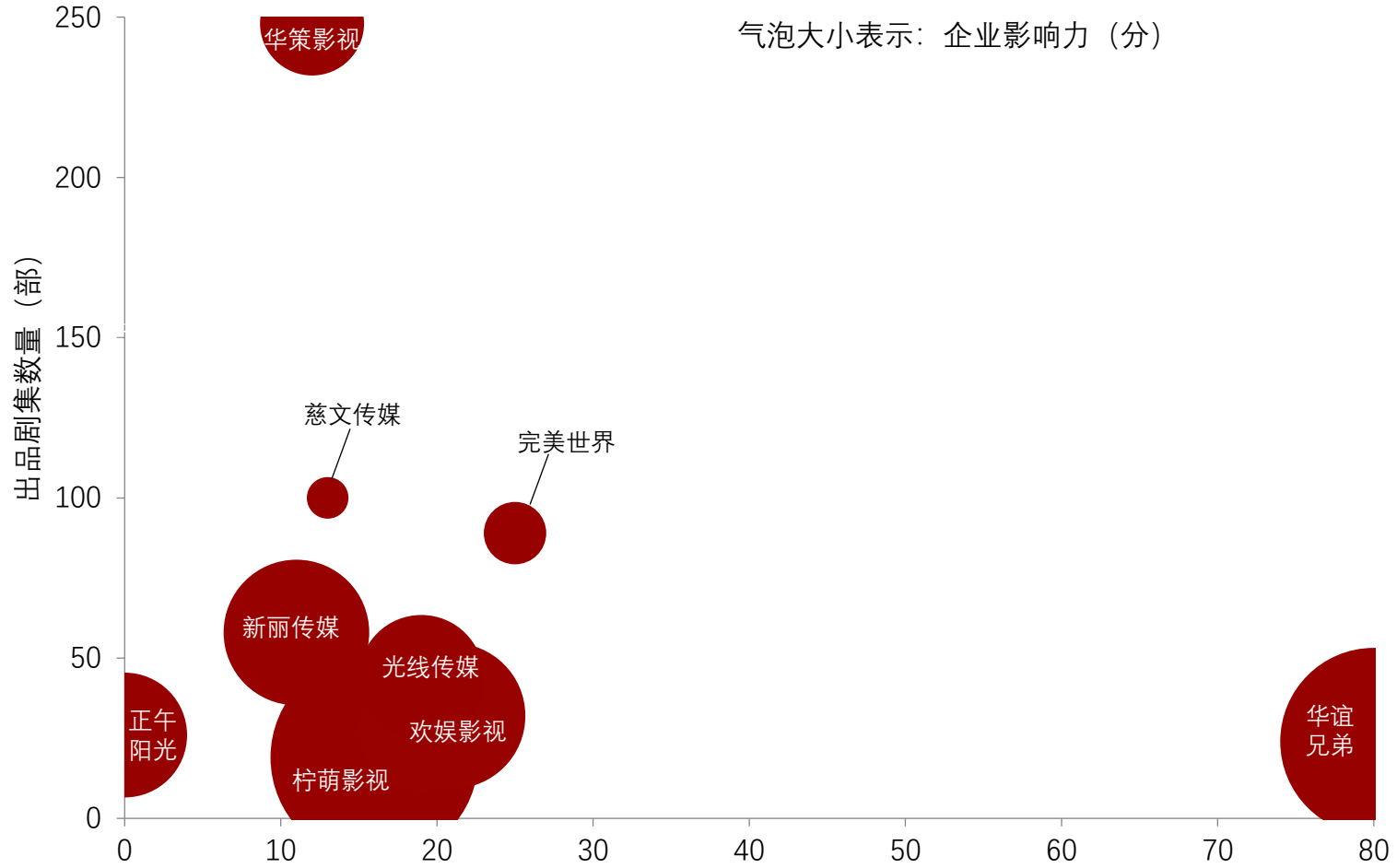
来源：中国政府网、头豹研究院

©2024 LeadLeo

网络剧行业发展趋势——竞争格局

中国网络剧行业市场集中度高，头部制作公司具有强大的制作能力、稳定的出品质量及获取优质IP的能力，随着互联网平台布局产业链，有望加速行业资源整合。

网络剧行业竞争格局



企业影响力：企业影响力是企业商标数量和作品著作权数量的复合指标

来源：各企业官网，头豹研究院

分析师观点

❑**网络剧行业市场集中度较高，**主要原因如下：**（1）成立时间较早的传统制作公司具有强大的制作能力与稳定的出品质量。**以华策影视为例，2005年成立的华策影视截至2022年已拥有574个在存IP，其中包括有248部电视剧，数量远超其他影视公司，头部内容市场占有率达30%，且其海外发行覆盖全球200多个国家和地区。**（2）IP改编剧集热度提升，头部制作公司更有能力获取优质IP。**现象级IP剧的出现使IP改编热度提升，头部优质IP的议价能力增强，晋江优质小说《天官赐福》版权费高达4,000万元，头部制作公司获取优质IP的可能性更大。

❑**未来随着互联网平台布局产业链，加速行业资源的整合，市场份额或将不断提升。**互联网公司基于优质IP领域谋划布局，以腾讯旗下阅文集团、新丽传媒、腾讯视频为例，阅文集团在原创文学领域已占据约50%的市场，2022年阅文集团版权运营收入为31.6亿元，占整体营业收入的41.4%。截至2023年10月，公司已投资制作40余部电影，票房累计超过360亿元，制作2,000多集电视剧及网络剧。互联网通过布局产业链上下游整合资源，市场份额不断提升。且随着网络剧“提质减量”逐步深化，未来部分低质量网络剧的制作公司将加速出清，精品化网络剧制作公司马太效应愈发明显，行业集中度有望提升。

头豹 LeadLeo
www.leadleo.com 400-072-5588
©2024 LeadLeo

第六章节：网络剧行业企业介绍

Industry Overview



行业综述



产业链分析



驱动因素分析



制约因素分析



发展趋势



企业介绍

- 企业介绍

©2024 LeadLeo

网络剧行业代表企业分析——华策影视

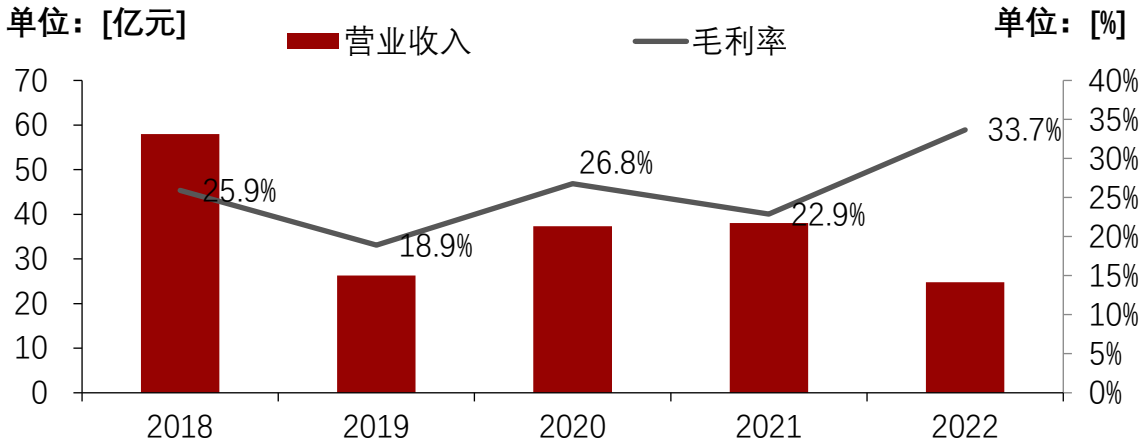
华策影视专注打造电视剧、电影、综艺三大精品内容，以内容为核心全面布局泛娱乐产业，深度推动产业革新和生态升级。

浙江华策影视股份有限公司

企业基本信息

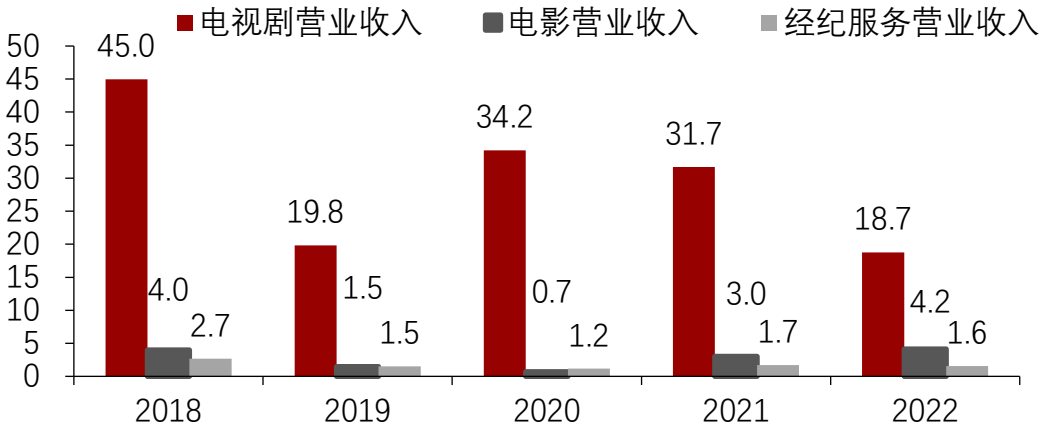
- 企业名称　华策影视
- 成立时间　2005年
- 企业总部　浙江省杭州市
- 企业简介　华策影视专注打造电视剧、电影、综艺三大精品内容，并以内容为核心全面布局泛娱乐产业，深度推动产业革新和生态升级，引领中国影视行业迈向产业格局的新高度和华流出海的新跨越。

华策影视营业收入及毛利率，2018-2022年



来源：企业官网、企业年报、头豹研究院

华策影视主要业务收入，2018-2022年



华策影视核心竞争力

1　资源集聚

人才、版权资源集聚效应显著，拥有强大的核心创意能力。公司持续储备、开发优质版权、剧本等内容资源，为公司持续出品优质内容提供坚实保障。

2　规模化内容矩阵

公司电视剧年产能规模稳居行业第一，现已形成规模化、系列化的头部爆款作品矩阵。公司精品内容生产能够带来庞大的、持续增长的流量。

3　全球化布局

公司重视国际交流与合作，一直致力于国际创意内容的交流。公司通过整合全球的优质内容资源，引领中国内容产业升级。

头豹 LeadLeo
www.leadleo.com 400-072-5588
©2024 LeadLeo

网络剧行业代表企业分析——柠萌影视

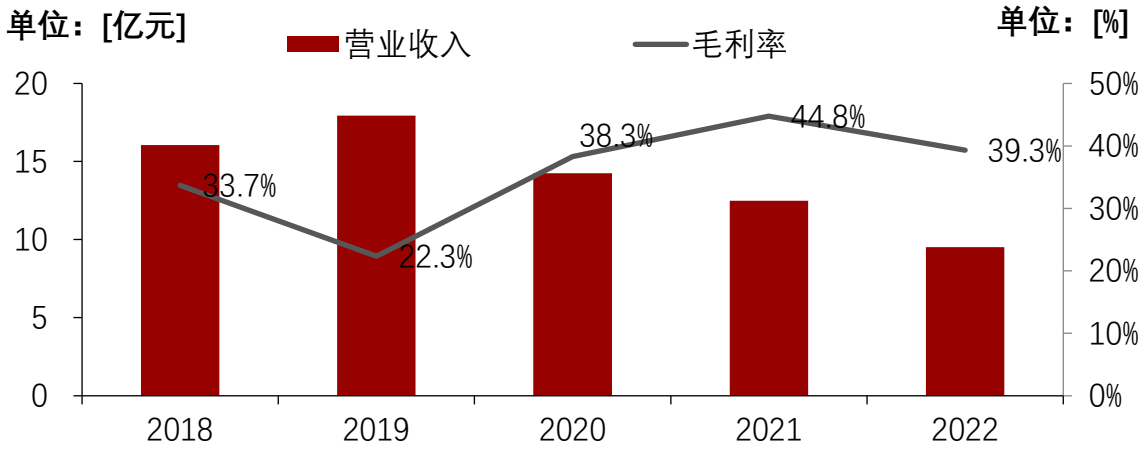
柠萌影视建立了丰富的版权IP储备及强大的管线产品，在内部开发精品版权方面领先于其他企业。公司坚持多元化发展战略，最大化利用IP产权的商业价值。

柠萌影视传媒有限公司

企业基本信息

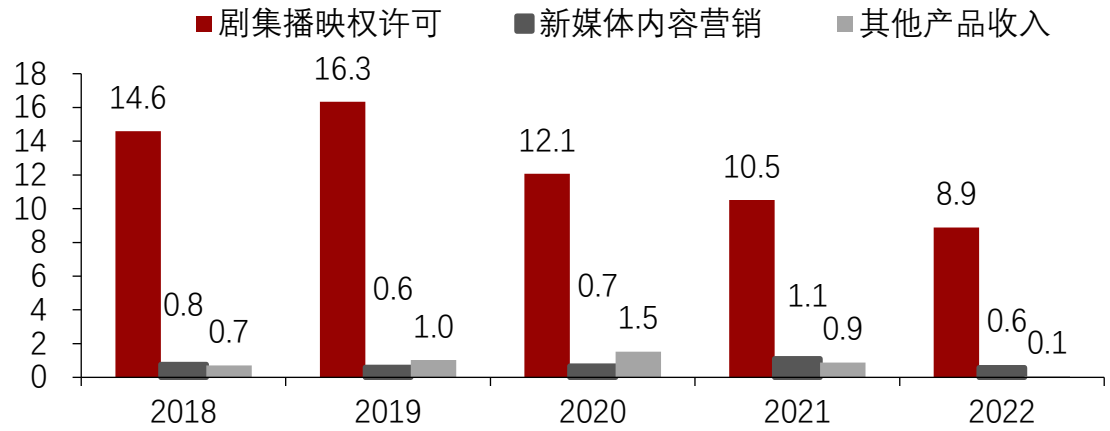
- 企业名称　柠萌影视
- 成立时间　2014年
- 企业总部　中国上海市
- 企业简介　柠萌影视在内部开发精品版权IP方面较为领先，已建立丰富的版权IP储备及强大的管线产品，公司坚持多元化发展战略，持续探索内容营销、衍生授权及海外发行等新增长渠道，最大化利用IP产权的商业价值。

柠萌影视营业收入及毛利率，2018-2022年



来源：企业官网、企业年报、头豹研究院

柠萌影视主要业务收入，2018-2022年



柠萌影视核心竞争力

1　丰富版权储备

公司持续深化IP战略布局，有效利用内外部资源，加速拓展优质IP，通过创作系列化剧集、二次授权、海外发行、衍生品开发等方式，提升IP长尾效应。

2　全球化布局

公司逐步开启海外业务的多形态发展，在海外发行、自主制作、自有渠道建设、合制合拍等方面取得较大进展。2022年，版权剧海外收入同比增长超2.8倍。

3　探索新发展模式

大力拓展短视频业务，打破长视频的固有思维模式，尊重短视频平台的用户习惯和生态规律，持续升级短剧业务的内容制作能力，成功打造头部短剧厂牌。

头豹 LeadLeo
www.leadleo.com 400-072-5588
©2024 LeadLeo

网络剧行业代表企业分析——爱奇艺

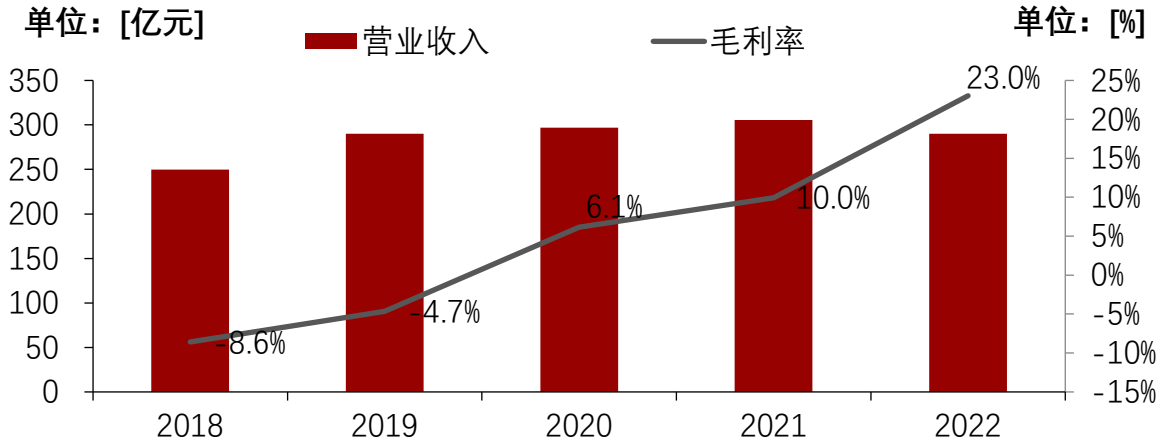
爱奇艺是中国高品质视频娱乐服务提供者，打造了涵盖电影、电视剧、综艺、动漫在内十余种类型的丰富的正版视频内容库。

爱奇艺有限公司

企业基本信息

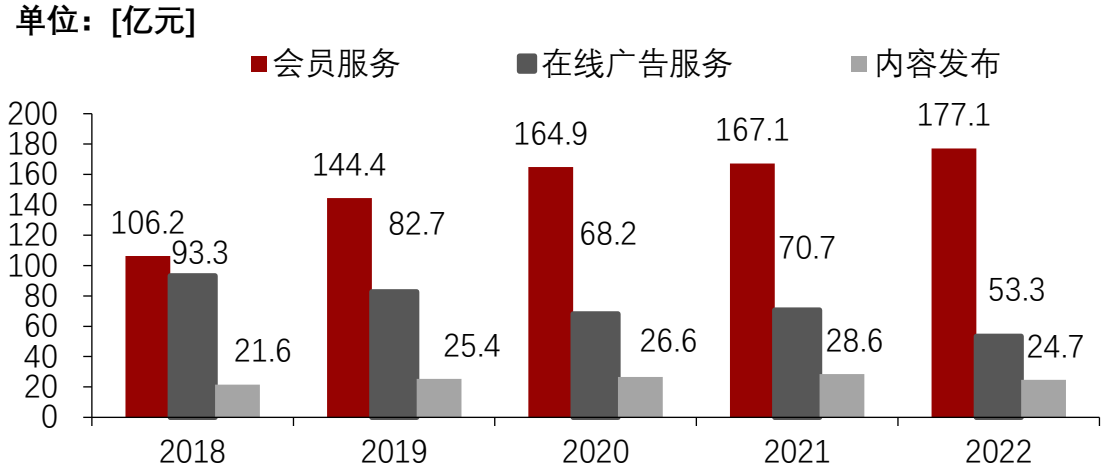
- 企业名称　爱奇艺
- 成立时间　2009年
- 企业总部　中国北京市
- 企业简介　爱奇艺是中国高品质视频娱乐服务提供者，已成功构建了包含电商、游戏、电影票等业务在内、连接人与服务的视频商业生态，引领视频网站商业模式的多元化发展。

爱奇艺营业收入及毛利率，2018-2022年



来源：企业官网、企业年报、头豹研究院

爱奇艺主要业务收入，2018-2022年



爱奇艺核心竞争力

1　高品质内容

高品质内容是公司的核心竞争力，能够带动会员数据的持续增长。2023年第三季度爱奇艺日均订阅会员数量已达到1.075亿，同比增长6%。

2　技术赋能

公司将人工智能等技术应用于内容生产全流程，覆盖项目策划评估、落地开发、生产创作、宣发推广等环节，提质增效，让创作更简单，让创意更丰富。

3　打造海外平台

爱奇艺成立了国际版平台，已面向海外200多个国家和地区发行了约7800集剧集、综艺、纪录片以及约400部电影。爱奇艺实力强劲、未来可期。

头豹 LeadLeo
www.leadleo.com 400-072-5588
©2024 LeadLeo

网络剧行业代表企业分析——芒果超媒

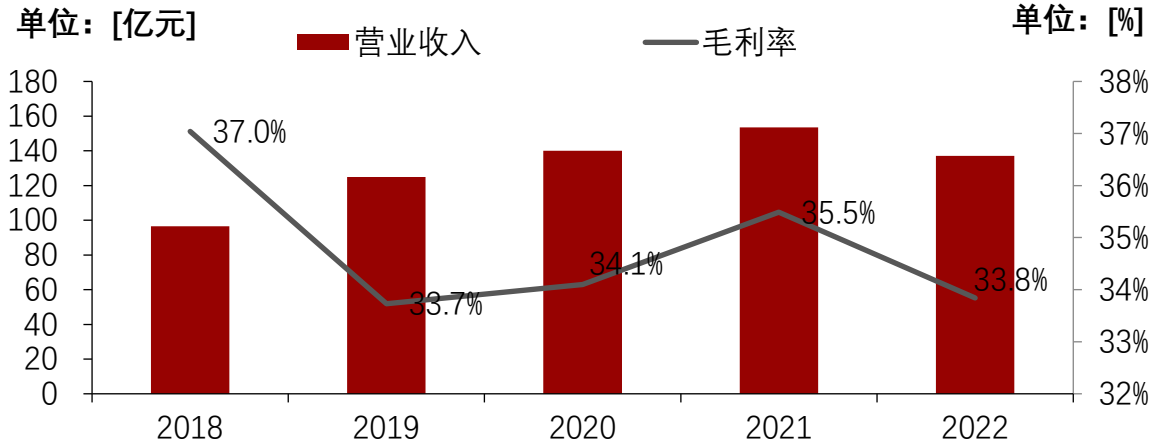
芒果超媒是湖南广播电视台旗下统一的新媒体产业及资本运营平台，聚焦媒体主业，充分发挥研发、生产、牌照、政策优势，服务亿级新媒体用户。

芒果超媒股份有限公司

企业基本信息

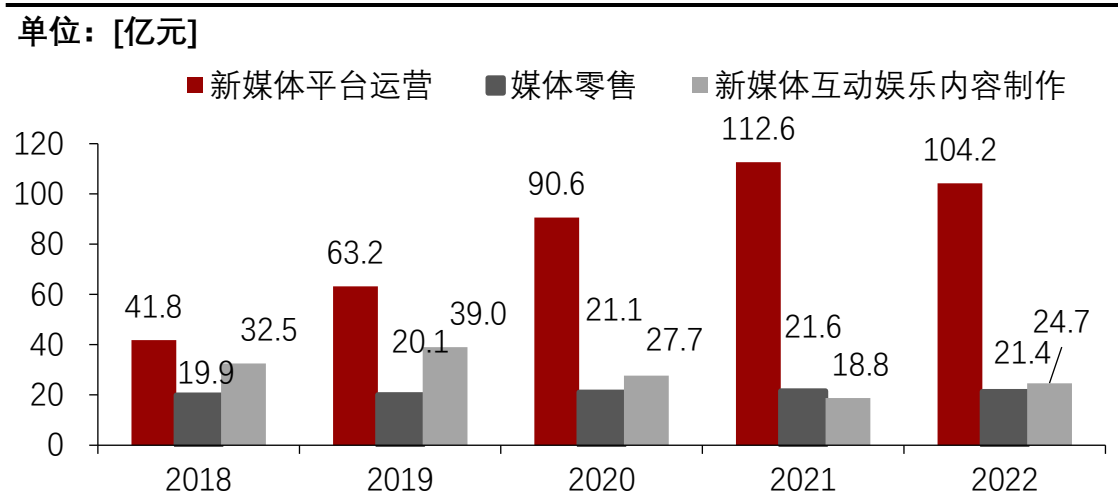
- 企业名称　芒果超媒
- 成立时间　2005年
- 企业总部　湖南省长沙市
- 企业简介　芒果超媒是湖南广播电视台旗下统一的新媒体产业及资本运营平台，与湖南卫视共同构成芒果生态内的双平台驱动、全媒体融合发展格局。公司聚焦媒体主业，充分发挥研发、生产、发行、牌照、政策优势，服务亿级新媒体用户。

芒果超媒营业收入及毛利率，2018-2022年



来源：企业官网、企业年报、头豹研究院

芒果超媒主要业务收入，2018-2022年



芒果超媒核心竞争力

1　双平台联动

湖南广电拥有国内全行业领先的双平台优势，双平台积极探索战略一体化、机制市场化、人才年轻化。在迭代共生中释放出媒体深度融合的改革发展效益。

2　差异化用户定位

公司依托独特内容战略及青春、都市、女性的平台用户定位。清晰的用户画像和平台定位强化了公司的独特优势，公司在此基础上持续丰富内容矩阵。

3　新媒体生态闭环

依托内容自制优势，坚持自主自控，围绕传媒互联网上下游全产业链，持续打造新媒体生态闭环，形成了媒体融合背景独具特色的全产业链生态护城河。

头豹 LeadLeo
www.leadleo.com　400-072-5588
©2024 LeadLeo

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。

©2024 LeadLeo

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，需在允许的范围内使用，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。

©2024 LeadLeo



www.frostchina.com

联系电话：021-5407-5836
联系邮箱：PR@frostchina.com

FROST & SULLIVAN
沙利文

弗若斯特沙利文
助力企业赴境外上市
领导者

- 专注行业研究64年
- 中国最早提供IPO咨询服务的专业机构之一
- 率先建立和规范投融资领域行业顾问业务流程及服务标准
- 连续10年中国企业赴香港及境外上市行业研究顾问市场份额领导地位
- 连续5年超50%港股上市企业选择沙利文作为独家行业顾问
- 近7年累计助力超500家企业成功赴境外上市





成为头豹会员—享专属权益

- 成为头豹会员，尊享头豹海量数据库内容及定制化研究咨询服务
- 头豹已累积上万本行业报告、词条报告，拥有20万+注册用户，沉淀100万+原创数据元素
- 头豹优势：行业覆盖全、数据量庞大、研究内容应用场景广泛，并有专业分析师团队为您提供定制化服务，助力企业展业

报告次卡

任意10本报告
阅读权益（一年有效）

¥598 /年

企业标准版



适用于研究频次高的用户或企业
无限量阅读全站报告
升级报告下载量
专享企业服务
定制词条报告

¥50,000 /年

企业专业版/旗舰版



满足定制研究需求的企业用户
定制深度研究报告
随需下载报告
分析师一对一沟通
专享所有核心功能

¥150,000+ /年

购买与咨询

电话客服：

400-072-5588

咨询邮箱：

nancy.wang@frostchina.com