

<<剧领天下>>

图书基本信息

书名：<<剧领天下>>

13位ISBN编号：9787516203651

10位ISBN编号：7516203653

出版时间：2013-6

出版时间：中国民主法制出版社

作者：张海潮,白芳芹,潘超

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<剧领天下>>

内容概要

《剧领天下》是国内唯一一本全面研究解读全球电视剧产业最新现状与发展趋势的综合性研究专著。《剧领天下》立足本土、放眼全球，由数十位传媒专家倾力打造，集时效性、权威性、国际化与可读性于一体，既有很强的实战参考价值，又有众多独到的观察见解和深度的思考分析，是一部全面了解全球电视剧产业发展的最新实务研究大全。对于我国从事电视剧生产、经营、投资、管理、教学科研机构和人员，相关专业在校学生乃至对电视剧行业有兴趣的读者来说，《剧领天下》都是填补市场空白、有重要参考价值的高品质读物。

《剧领天下》由国内篇和海外篇两大部分组成，每一部分又分别由年度市场监测、数据分析；年度TOP10排名、年度主要电视大奖获奖剧目；年度市场热点问题深度分析以及年度综述等四方面板块所构成。

系统化、专业化、权威化、国际化地梳理、分析年度全球电视剧创作、生产及市场，填补了电视剧业内数据理论分析方面的出版空白。

《剧领天下》特别加强了电视剧市场的发展变化趋势与视频网络对传统电视媒体的竞争与影响的研究与分析。

<<剧领天下>>

作者简介

<<剧领天下>>

书籍目录

序言 总论 国内篇 第一章年度观察 / 03 一、数字电视剧 / 04 (一) 生产 / 04 506部, 17703集——电视剧年产量 / 04 47.89% / 4.5% / 32.17% / 14.09% / 1.36%——当代、现代、近代、古代、重大题材播出比例 / 04 64%——原创剧本占总播出剧目比例 / 04 550名——一线编剧数量 / 04 64%——年备案公示一部剧的制片公司 / 05 2.8亿元——《隋唐演义》投资额 / 05 (二) 观众 / 05 12.82亿人——全国电视观众规模 / 05 3.72亿人——全国网络视频用户规模 / 05 1亿人——全国手机视频用户规模 / 05 51.8%——45岁以上电视观众收视占比 / 06 80%——10—39岁网民占比 / 06 50.82%——城镇电视观众占比 / 06 35.18%——电视独享观众占比 / 06 70.68%——收视导向不明确的电视观众比例 / 06 (三) 播出 / 07 24%——电视剧播出比重 / 07 37% / 24% / 12%——省卫视、省地面、央视电视剧播出比重 / 07 62个——《甄嬛传》播出频道数量 / 07 33部——省级卫视年度独家首播剧目 / 07 (四) 收视 / 08 32%——电视剧在所有节目中的收视比重 / 08 50% / 24% / 13.8%——电视剧在省卫视、省地面、中央级频道中的收视比重 / 08 6部——平均收视率超过2%的电视剧部数 / 08 94部——平均收视率超过1%的电视剧部数 / 08 46 / 56分钟——男女观众日均观剧时间 / 08 (五) 市场 / 09 80亿元——电视剧播出版权交易额 / 09 30亿元——电视剧网络版权交易额 / 09 36.46%——电视剧广告在电视广告中占比 / 09 88.3亿元——网络视频广告规模 / 09 200亿元——主要影视投资基金规模 / 09 二、剧目榜 / 10 (一) 电视收视TOP10 / 10 1.题材类型丰富多样 / 10 2.实力导演榜单称雄 / 11 3.明星大腕一统江湖 / 12 (二) 网络点击TOP10 / 12 第二章年度特供 / 19 第三章大奖评析 / 199 第四章剧领中国——2012年中国电视剧发展备忘 / 229 海外篇

<<剧领天下>>

章节摘录

版权页：插图：乐视网：开创“午间观剧”，凸显竞争优势 乐视网近期自制剧的最大动作无疑是开创《乐视午间自制剧场》的观剧模式。

在北京《2013娱乐整合行销战略》发布会上，乐视网宣布从2013年1月1日起开播《乐视午间自制剧场》，每天中午播出一集自制内容。

事实上，《乐视午间自制剧场》在2012年就已发力，开年之初春，《东北往事之黑道风云_十年》掀开乐视网自制剧的神秘面纱，16天破2亿播放量；盛夏之际，乐视剧《女人帮·妞儿》成为2012年网络自制剧“剧王”，破10亿播放量；深秋来临，《青春大爆炸》又实现了网络自制剧反向输送电视台黄金档的播出，在成都电视台每晚三集热播；步入寒冬，乐视网又倾力放送了自制剧《我怀了你的孩子》。

这一连串动作将“乐视制造”推向了网络自制剧强势品牌地位，凸显了其差异化特色与竞争优势，也获得了较好的收益。

如乐视网的第二部自制电视剧《女人帮·妞儿》，成本支出为800万元，乐视网通过户外大牌、公交车身、地铁等多种广告形式以及在乐视网各终端推广《女人帮·妞儿》，将金牌橱柜、361度“尚”、支付宝等品牌进行植入（仅植入广告收入就达400万元），有效地完成了品牌、明星、平台的整合传播与优势互补，实现了多赢。

随着视频网站竞争的日益激烈，内容的差异化需求日趋明显，自制剧逐渐成为主流视频网站的竞争焦点。

乐视网不仅在自制剧品牌和内容生产方面获得领先优势，更在自制剧营销上独树一帜，引来同业侧目。

腾讯视频：发力网络自制，构建传播大平台 2012年10月，腾讯视频原创网络自制剧《未昏男女》正式上线。

该剧紧贴网络热点话题，用20个或荒诞、或搞笑、或温馨、或感动的故事讲述了5个曾经受过感情或心理伤害的年轻人在开办“魔方事务所”之后遭遇的种种奇事。

事实上，《未昏男女》只是腾讯视频原创自制出品战略的一个缩影，自2011年3月重整上线以来，腾讯视频不断发力原创自制，大力投拍原创视频或自制剧，具有代表性的《美国那点事儿》《西甲大爆炸》《某某某》等腾讯出品剧目已深获用户认可。

2012年5月，腾讯视频携手陆川领导的“川制作”团队，共同打造“九分钟电影锦标赛”，为原创微电影从团队孵化、到成片出品、再到后续推广提供样本化的标准流程，通过重点扶植青年导演，为腾讯聚集了大量优秀人才。

<<剧领天下>>

编辑推荐

《剧领天下》由国际电视总公司汇集国内行业内数十位顶级专家倾力打造，创作阵容之强大在同类出版领域中绝无仅有；内容权威：这是一部全景解析全球电视剧产业的权威力作，全面收录电视剧产业制播数据，深度分析电视剧产业发展趋势，强势扫描电视剧产业市场风云；实用性强：权威的市场数据，丰富的实战案例，独到的深度分析，全球的观察视野，视角独到，透视电视剧第一生产大国之江湖，高屋建瓴，纵览全球电视剧市场之大洋，一册在手世界电视剧风云尽收眼底；数据精准：《剧领天下》所使用的参考数据，全部来源于编写者在行业内一线工作中所获取以及通过权威渠道掌握。

<<剧领天下>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>