

# B

# 网络视听蓝皮书

BLUE BOOK OF NETCASTING

No.1

# 中国互联网视听行业 发展报告 (2018)

主编 / 陈鹏

执行主编 / 司若 陈锐

ANNUAL REPORT ON THE DEVELOPMENT OF  
NETCASTING INDUSTRY IN CHINA (2018)

 社会科学文献出版社  
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

2018  
版



网络视听蓝皮书

BLUE BOOK OF  
NETCASTING

# 中国互联网视听行业发展报告 (2018)

ANNUAL REPORT ON THE DEVELOPMENT OF  
NETCASTING INDUSTRY IN CHINA (2018)

主 编 / 陈 鹏  
执行主编 / 司 若 陈 锐



社会科学文献出版社  
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

## 专家委员会

主 席 尹 鸿

专家委员 (以姓氏拼音为序)

- 卜彦芳 中国传媒大学教授、博士研究生导师，传媒经济研究所所长
- 胡智锋 教育部长江学者特聘教授，北京师范大学艺术与传媒学院院长，中国高校影视学会会长
- 黄 斌 导演，制片人，著名经纪人，营销专家
- 皇甫宜川 当代电影杂志社社长、主编
- 柯惠新 中国传媒大学教授、博士研究生导师，调查统计研究所名誉所长
- 李道新 北京大学教授、博士研究生导师，艺术学院影视学系主任
- 倪 万 山东大学文学与新闻传播学院副教授，大数据与精确传播实验室执行主任
- 欧阳宏生 四川大学教授、博士研究生导师，新闻传播研究所所长，成都大学传媒研究院院长
- 沈立岩 南开大学教授、博士研究生导师，文学院院长

- 时统宇 中国社会科学院新闻与传播研究所研究员、博士研究生导师
- 宋 岱 中国电影出版社社长
- 索亚斌 中国传媒大学戏剧影视学院教授，资深影评人
- 王 军 盈科律师事务所高级合伙人
- 王 宇 中国传媒大学教授、博士研究生导师，学科办主任
- 杨 玥 影视与互联网大数据专家，数托帮创始人
- 尹 鸿 中国文艺评论家协会副主席，北京电影家协会副主席，清华大学新闻与传播学院教授，博士研究生导师，清华大学影视传播研究中心主任
- 张国涛 中国传媒大学教授、博士研究生导师，《现代传播》编辑部主任
- 张洪忠 北京师范大学教授、博士研究生导师，新闻传播学院副院长
- 周鸿铎 中国传媒大学教授、博士研究生导师，传媒经济研究所名誉所长
- 周 涌 中国传媒大学艺术学部教授、博士研究生导师
- 朱春阳 复旦大学教授，博士研究生导师，媒介管理研究所所长，《新闻大学》常务副主编
- 朱鸿军 中国社会科学院新媒体研究中心副秘书长，《新闻与传播研究》副主编

## 网络视听蓝皮书课题组\*

组 长 陈 鹏

副 组 长 司 若 陈 锐

组长助理 张晓亮

成 员 (以姓氏拼音为序)

陈中明 黄 杰 陆芳草 马冰玉 邱 凌  
宋彤彤 王晓峰 王晓宇 王兴华 于 欣  
赵 红 周晓楠

---

\* 本书除署名文章外，均为网络视听蓝皮书课题组撰写。

## 受访专家名单

(以姓氏拼音为序)

- 戴莹 爱奇艺副总裁、自制剧研发中心总经理
- 姜宏 制片人、导演，代表作《危险关系》《第三种爱情》《合约男女》《日不落酒店》等
- 金庆丰 五元大有文化制片人，代表作《清清小镇》《冬奥会形象宣传片》《终极西游》《暴走东京》等
- 彭侃 乐正传媒董事、副总裁，清华大学影视传播博士
- 田喆 网络视听行业从业者
- 王丹丹 阿里大文娱直播产品专家、前网易传媒直播内容运营负责人

## 主要编撰者简介

**陈鹏** 博士，南开大学传播学系主任、研究生导师，新闻传播学博士后、理论经济学博士后；兼任中国高校影视产业与管理研究会副秘书长，北京文化发展中心智库专家、中国传媒大学凤凰学院兼职研究生导师、法制网舆情监测中心特约研究员、DCCI互联网数据中心网络视频研究高级顾问、中国网络影响力课题组副组长、CC-Smart新传智库研究顾问、韩国首尔国立大学客座研究员等。曾受教育部委派，担任日本电通集团的高级广告研修员。主持和参与多项国家级、省部级课题，发表研究报告、论文数十篇，参与编著、翻译多部著作，曾获多项省级教学科研成果奖。

**司若** 博士，中国传媒大学戏剧影视学院教授，先后在山东大学、清华大学、香港浸会大学获学士、硕士、博士学位，清华大学与山东省新闻出版广电局联合培养博士后。中国高校影视学会影视产业与管理专业委员会秘书长，北京电影学院国家电影智库特聘研究员，CC-Smart新传智库高级研究顾问。代表作《中国电影大片路——中国高概念电影的制作与营销模式研究》、影视风控蓝皮书《中国影视舆情与风控报告（2016）》、影视蓝皮书《中国影视产业发展报告（2017）》、《中国影视法律实务与商务宝典》、《影视制片管理基础》（第2版）等。

**陈锐** 博士，中国传媒大学新闻学院副教授，硕士研究生导师，中国传媒大学传播心理研究所、调查统计研究所研究员，中国社会心理学会传播心理专业委员会副秘书长。主要研究领域为受众心理、舆论引导、调查统计、数据挖掘。

## 摘要

网络视听蓝皮书《中国互联网视听行业发展报告（2018）》是以新传智库为学术平台，联合海内外学界、业界、政府部门、行业协会的众多专家共同编写而成。本报告全面分析中国互联网视听行业发展现状，全方位、广视角地对中国网络视听行业各领域的市场问题、产业问题、舆情问题展开研究与分析，洞悉视听行业发展趋势，深刻探析其影响。

1996年至今，中国的网络视听媒体发展已逾20年。网络视听行业则是近年的新兴业态。经历了新一轮跌宕起伏的洗牌过程后，目前网络视听播放平台中的寡头逐渐形成。此外，据第40次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2017年6月，中国网民规模达到7.51亿。随着网民规模的扩大，视听新媒体用户数量持续增长，互联网视听行业发展必将迎来又一个高峰。

网络自制剧、网络大电影、网络综艺节目、网络直播、网络短视频、网络音频等网络衍生内容的进一步崛起潜藏着大量风险，需要学界、业界持续高度关注。网络视听内容产品不可控环节多、不确定因素多，面临竞争环境风险、沉没成本风险、政策法律法规风险、版权风险、投融资风险等多重风险。我们要总结网络视听产业的特殊性并尊重产业发展规律，用科学的方法提高生产效率、抑制产能过剩、控制市场风险。在这样的背景下，本报告的出版可为网络视听全产业链工作者提供信息参考，也可为文化研究者及文化从业者提供行业现状信息。

本书以网络视听内容为切入点，从学界和业界的双重视野出发，全面梳理了互联网视听内容相关政策与政府层面的管理实践，分析了网络视听内容具体形式、发展现状及未来趋势，汇聚了业界专家、学者、行业领军人物的思想创见，是中国目前第一部系统总结网络视听内容的行业报告，具有开拓性和创新性，集权威性、学理性、实用性、前瞻性于一体。

本报告结合定性研究和定量研究两种研究方法，对网络视听内容、网络视





听内容受众、网络视听内容从业者等进行全方位、多角度、大视野的分析和研究，在一定程度上探究互联网视听行业的规律性，对行业发展具有重要的参考价值。同时，本报告详细进行了政策解读，对于推进互联网视听管理创新具有重要的作用。

# 目 录



## I 总报告

<b>B.1</b>	网络视听行业：机遇与风险并存，挑战与发展同在 .....	001
一	行业概况与现状 .....	002
二	热点扫描与分析 .....	012
三	问题透视与对策 .....	015
四	行业趋势与展望 .....	018

## II 分报告

<b>B.2</b>	2017年网络剧行业发展报告 .....	024
<b>B.3</b>	2017年网络大电影行业发展报告 .....	089
<b>B.4</b>	2017年网络综艺行业发展报告 .....	156
<b>B.5</b>	2017年网络直播行业发展报告 .....	214
<b>B.6</b>	2017年网络短视频行业发展报告 .....	264
<b>B.7</b>	2017年网络音频行业发展报告 .....	287

## III 政策法规篇

<b>B.8</b>	网络视听法规政策解读 .....	308
<b>B.9</b>	网络视听的知识产权保护和法规建设 .....	326



## IV 热点篇

- B.10** 责任担当与效益提升：网络视听产业的社会效益  
和社会责任 ..... 335
- B.11** 从井喷走向成熟，网络剧发展的机遇与困境 ..... 345
- B.12** 市场日趋成熟，网络大电影朝精品化方向不断前进 ..... 352
- B.13** 从渠道到内容，从内容到生态：网络综艺的变革与转型 ..... 359
- B.14** 野蛮生长到逐步冷却：网络直播的发展趋势 ..... 365

## V 调研报告

- B.15** 2017年网络视听行业受众调研报告 ..... 371
- B.16** 2017年网络视听行业从业者调研报告 ..... 384

## VI 附录

- B.17** 2016~2017网络剧数据汇总（播放量TOP 50） ..... 397
- B.18** 2016~2017网络大电影数据汇总（播放量TOP 50） ..... 403
- B.19** 2016~2017网络综艺数据汇总（播放量TOP 30） ..... 406
- B.20** 2016~2017网络剧创作团队数据汇总（播放量TOP 20） ..... 410
- B.21** 2016~2017网络大电影创作团队数据汇总（播放量TOP 20） ..... 412
- B.22** 2016~2017网络综艺创作团队数据汇总（播放量TOP 20） ..... 414
- B.23** 2016~2017视频平台数据汇总（按音序排名） ..... 416
- Abstract ..... 417
- Contents ..... 419

# 总 报 告



General Report

## B.1

### 网络视听行业：机遇与风险并存， 挑战与发展同在

**摘 要：** 2017年，中国网络视听行业持续高速发展，网络视频用户规模达5.65亿，网络音频用户规模超过2.2亿，网络视听市场需求日益旺盛，市场规模日益扩大，产业链格局逐渐形成。行业主管部门出台了多项政策法规规范网络视听内容，清扫网络视听在前些年“野蛮生长”之中留下的色情、暴力等内容。网络视听行业正朝着积极、健康的方向发展。与此同时，网络视听行业也面临不少问题，如忽视社会责任、粗制滥造、内容创作面临天花板、视频网站盈利难等。

**关键词：** 网络视听 政策监管 马太效应 精品化



## 一 行业概况与现状

### （一）视听内容井喷，市场规模扩大

中国的网络视听媒体发展已逾 20 年。网络视听产业在不断变化的经济和媒体环境中快速崛起。中国互联网信息中心（CNNIC）第 40 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示：截至 2017 年 8 月，中国网民规模达到 7.51 亿人。其中，网络视频用户 5.65 亿，用户使用率为 75.2%。<sup>①</sup>

伴随着网民数量的崛起，市场对于网络视听内容的需求呈爆发式增长。因此，2017 年，中国的网络视频质和量方面，都取得瞩目的成绩。

网络剧（以后简称“网剧”）方面，2014 年为网剧元年，在经过 2015 年的爆发期、2016 年的井喷增势期后，2017 年网剧市场更加完善，行业生态愈加成熟。在 2016 年 8 月至 2017 年 8 月的这段时间内，网剧每月平均上线 24 部，单剧播放量过亿的网剧数量达到 131 部。在剧集数量、播放量稳步增长的同时，整体制作水平快速提升，口碑剧大获好评，与电视剧差异逐渐减小，豆瓣评分排名前十的网剧评分均超过 8 分，五星好评率在 30% 以上（见图 1）。

网络大电影（以后简称“网大”）方面，在 2013 年，网大上新总量仅为 39 部，到 2014 年和 2015 年，这个数字分别变为 437 部和 619 部，及至 2016 年，网大直接跨过 1000 部的量级，跃升到 2176 部。自 2016 年 10 月至 2017 年 8 月，网大累计上新 2072 部，其中，2017 年 1~8 月累计上新 1412 部，总播放量突破 159 亿次，并且实现了由“野蛮生长”向精品化转变的进步，单片播放量稳步提高。据预测，2017 年平均单片年度播放量将突破千万次（见图 2）。

同样在这一时间范围内，网络综艺市场规模持续扩大、爆款频出，网络综艺整体呈现蓬勃发展的态势，形成了比较成熟的生产、制作和发行体系，能够保证每月有稳定数量的网络综艺节目上线，保证网络视频平台形成良好有序的节目更替，避免节目断档。2016 年 10 月至 2017 年 8 月共上线节目 125 档，平

<sup>①</sup> 中国互联网信息中心（CNNIC）：第 40 次《中国互联网络发展状况统计报告》，[http://www.cnnic.net.cn/hlwfzjy/hlwxbg/hlwtjbg/201708/t20170803\\_69444.htm](http://www.cnnic.net.cn/hlwfzjy/hlwxbg/hlwtjbg/201708/t20170803_69444.htm)。

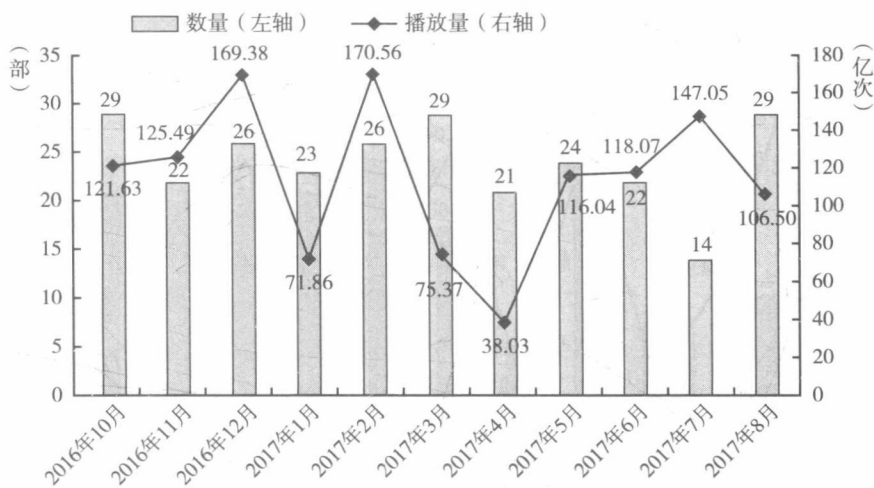


图1 2016~2017年网络剧数量和播放量统计

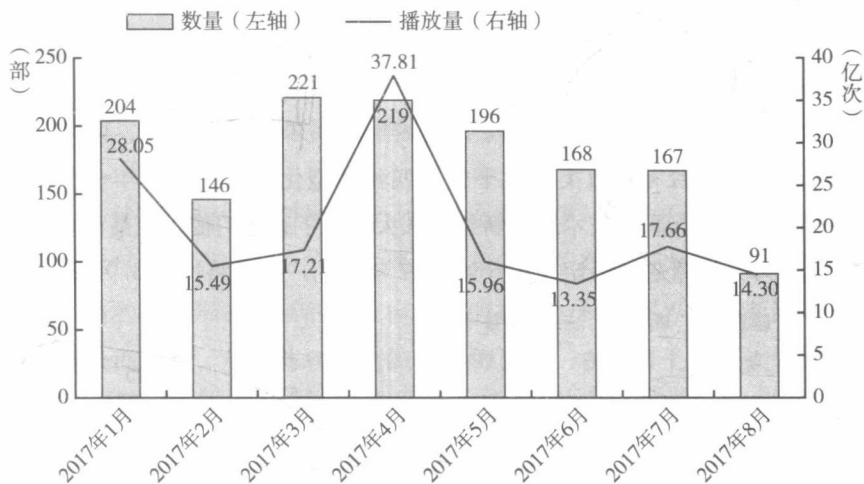


图2 2017年1~8月网络大电影影片数量与播放量统计

均每月约11档，播放量大为增加，破10亿次的网络综艺节目数量达到14档。10亿次的播放量成为头部内容<sup>①</sup>的进入门槛。节目类型更加细化，节目主题与创意均有突破，呈现节目系列化、体验互动化、内容社群化与主创平衡化的创作趋势（见图3）。

<sup>①</sup> 头部内容，播放量排名靠前的视听内容。

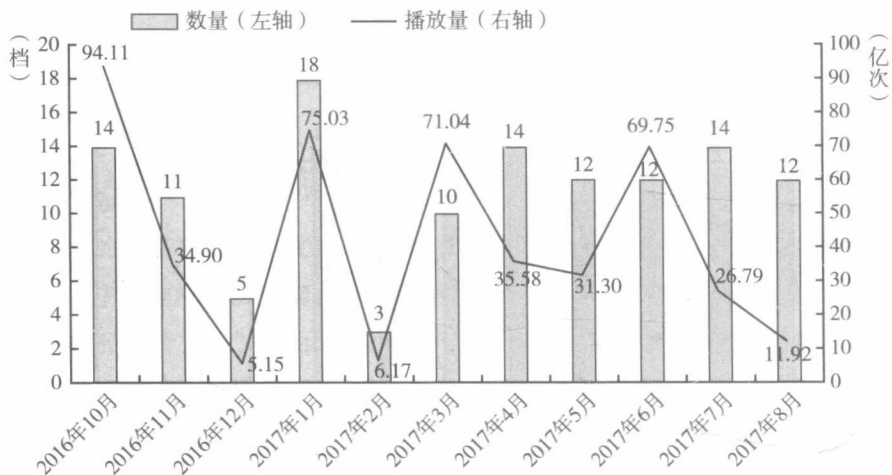


图3 2016~2017年网络综艺节目数量及播放量

此外，网络直播、网络音频、网络短视频等网生内容也有了突破式进展。

就网络直播而言，中国网络直播兴起于2005年，经过11年的发展后终于在2016年迸发，进入“网络直播元年”，形成了泛娱乐类直播平台、移动直播平台、秀场类直播平台和垂直类直播平台等四种类型化平台。2017年全面进入全民直播时代，移动互联网技术的日新月异大大降低了直播门槛，直播市场用户增加率逐渐下降，数量趋于稳定，预计到2017年底用户规模将达到3.92亿。<sup>①</sup>

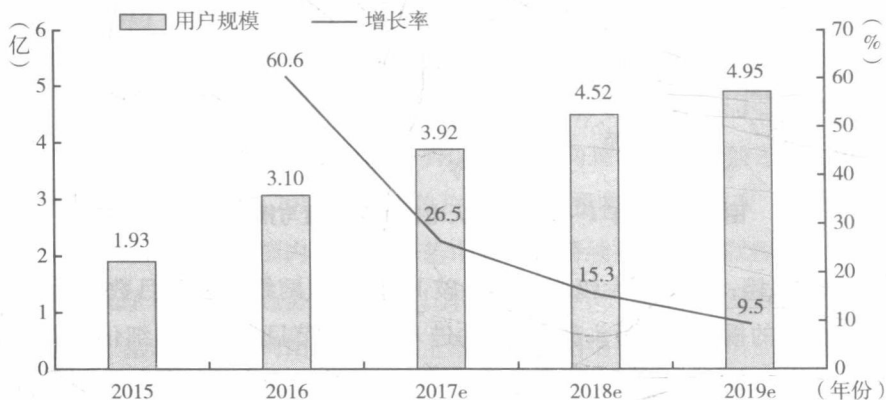


图4 2015~2019年中国在线直播市场用户规模及预测

<sup>①</sup> 艾媒报告：《2017Q1中国在线直播市场研究报告》。



网络音频亦实现快速发展，主体运营与融资总体向好，盈利模式逐渐清晰，融资情况乐观，实现从“吸睛”到“吸金”的转变，形成广告、打赏、智能硬件和有声出版四种主要盈利模式。此外，用户趋于稳定，数量增长进入平缓期，但活跃度快速提升，用户黏性增强。据速途研究院数据预测，网络音频用户规模将在2017年底达到2.6亿<sup>①</sup>。



图5 2012~2020年中国网络音频用户规模走势

作为一种新兴行业，短视频行业增长态势迅猛。在2016年进入爆发期后，短视频各大巨头抢占市场，纷纷入局，形成泛娱乐行业的大风口。凭借新的内容形式、新的组织形态和新的商业模式，短视频与长视频界限逐渐清晰，在泛娱乐产业全面开花，从个体转向组织化机构发展，在内容上从泛娱乐化向垂直内容转型，更加面向小众群体精确推荐，相关部门与机构的管控也是日渐完善，管理体系渐趋规范。进入2017年，短视频行业继续保持迅猛增长的态势，行业月活跃用户近2000万人，同比增长率保持在40%左右，据预测年底移动短视频用户将达到2.42亿人（见图6）。<sup>②</sup>

## （二）产业迅速发展，行业格局形成

随着视听产业的迅速发展，各行业涌现占据优势地位的领跑者，马太效应

<sup>①</sup> 速途研究院：《2017Q1 移动电台行业报告》，<http://www.sootoo.com/content/670672.shtml>。

<sup>②</sup> 艾媒报告：《2016~2017 中国短视频市场研究报告》。



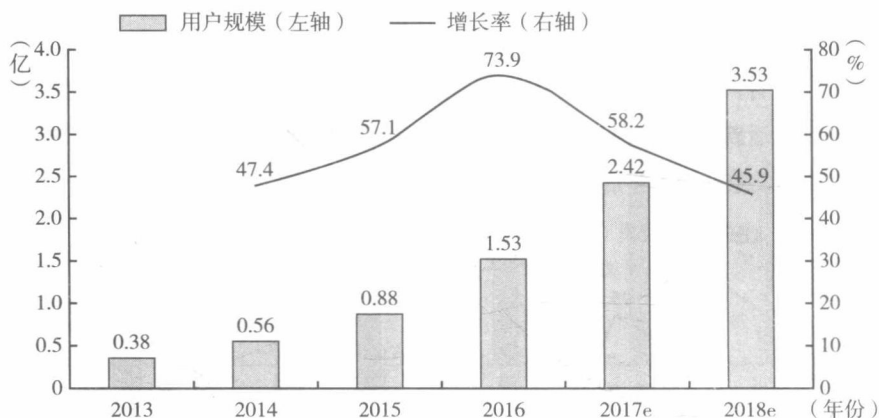


图6 2013~2018年移动短视频用户规模及预测

愈加明显，头部资源整合市场能力进一步得到提高。

网络视频节目领域形成了腾讯视频、爱奇艺、优酷视频、搜狐视频、乐视视频、芒果TV等平台引领市场的竞争格局。

就网剧而言，随着行业生产链的整合完善，运作模式的加速升级，各大视频网站已经逐渐进化为集投资融资、内容生产、整合营销、播出发行、衍生开发于一体的网剧开发者。目前，爱奇艺、优酷视频、腾讯视频背靠强大的资本和资源优势带头领跑，各平台在标杆类型、模式战略等方面开始分化，逐渐形成各家特色（见图7）。

网大方面，爱奇艺作为网大概念的首创者以及市场领航者，在网大领域占据最大的市场份额，2017年1~8月，累计播放量近74亿次，占网大总体播放量的46.2%。腾讯视频和优酷视频两者不相上下，分别以20.4%和17.5%的播放量占比处于第二梯队。搜狐视频在播放总量上稍逊乐视视频，但独播数量略高于乐视视频（见图8、图9）。

在网综方面，芒果TV播放量占整体播放量的28.81%，以122.10亿次的播放量强势领跑。腾讯视频、优酷视频分别凭借27.67%和21.39%的播放量占比紧随其后。爱奇艺虽然数量占比达到27.17%，但只取得15.86%的播放量占比，因此掉落第二梯队。乐视视频播放量占比6.16%，而搜狐视频仅上线两档综艺，播放量均未破亿次，处于网综的边缘地带（见图10）。