

2021

中国电视剧发展报告

2021 Chinese TV Series Development Report

主编 中央广播电视总台影视剧纪录片中心
中央广播电视总台创新发展研究中心

中国国际广播出版社

中国电视剧发展报告

2021 Chinese TV Series Development Report

主编 中央广播电视总台影视剧纪录片中心
中央广播电视总台创新发展研究中心

中国国际广播出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

2021中国电视剧发展报告 / 中央广播电视总台影视剧纪录片中心, 中央广播电视总台创新发展研究中心主编. —北京: 中国国际广播出版社, 2022.4
ISBN 978-7-5078-5113-7

I. ①2… II. ①中…②中… III. ①电视剧—产业发展—研究报告—中国—2021
IV. ①J992

中国版本图书馆CIP数据核字 (2022) 第061850号

2021中国电视剧发展报告

主 编 中央广播电视总台影视剧纪录片中心
中央广播电视总台创新发展研究中心
出 版 人 张宇清 田利平
执行编辑 李 卉
责任编辑 尹春雪
校 对 张 娜
版式设计 邢秀娟
封面设计 赵冰波

出版发行 中国国际广播出版社有限公司 [010-89508207 (传真)]
社 址 北京市丰台区榴乡路88号石榴中心2号楼1701
邮 编 100079
印 刷 北京九天鸿程印刷有限责任公司

开 本 787×1092 1/16
字 数 220千字
印 张 17
版 次 2022年5月 北京第一版
印 次 2022年5月 第一次印刷
定 价 158.00元

版权所有 盗版必究

出品人

慎海雄

出品单位

中央广播电视总台

主编单位

中央广播电视总台影视剧纪录片中心

联合主编单位

中央广播电视总台创新发展研究中心

学术支持

清华大学影视传播研究中心

CC-Smart 新传智库

2021 中国电视剧发展报告

编委会

主任

薛继军

副主任

庄殿君（常务） 杨 华

委员

梁 红 申积军 夏晓辉 杨春果 马 骏 吴克宇

策划

张雪梅

学术总顾问

尹 鸿

主编

董 晓 司 若

执行主编

傅思云 宋欣欣

统筹

王彩臻 丁忠桂 韩宇灵 樊玉龙 孙乾方

课题组成员

何昶成 刁基诺 吴 飞 陈 宇 刘逸舒 王法严 张维肖
周心涵 曹晓露 李 杭 李丽玲 赵 红 丰玉叶 黄 莺
帕孜丽娅·阿力木

问卷设计与分析

陈 锐 庞胜楠 吴 飞

目 录

第一章 新时代、新国剧、新主流：2021 中国电视剧发展	
态势分析	001
一、强化质量目标，弱化数量指标	001
二、献礼剧创作：尊重历史、植根现实、坚守审美	002
三、新主流创作推动主流价值与主流市场的结合	004
四、向上、向善、向前、向美的温暖现实题材	005
五、类型剧题材多样化拓展	006
六、主流平台的价值引领作用充分释放	007
七、推进精品国剧全球传播	008
第二章 电视剧发展的政策规制和媒介环境	010
一、持续推进供给结构优化	010
二、强化引导与治理	011
三、多窗口传播与分众需求	012
四、新技术智能化革新	013
第三章 高质量发展的电视剧生产	015
一、电视剧备案	015
二、电视剧发行——现实题材电视剧占据主导位置	016
三、类型分析	019

四、网络剧备案——网络剧市场走势向好，都市题材成为主流	023
第四章 主旋律大背景下多样化的电视剧创作	026
一、题材特征：党史题材电视剧拓展历史和艺术书写空间	026
二、艺术创新：人文化、诗意化、类型化的多维探索	030
三、新结构、新角度、新视点	032
四、追求审美表达	035
五、增强视听呈现感染力	039
第五章 多屏互动、正向反馈的电视剧传播	042
一、电视端传播	042
二、网络端传播	047
三、综合数据分析	053
第六章 新媒介环境下的电视剧营销	055
一、“新主流 + 年轻态”：青年文化赋能长尾价值释放	055
二、“短视频 + 话题点”：立体式营销矩阵的样态迭代	058
三、“她题材 + 情感价值”：题材营销的性别逻辑与跨域联动	060
第七章 总台精品化电视剧战略成就斐然	062
一、总台精品剧生产	062
二、总台精品剧播出情况	063
三、总台精品剧社会反响	065

四、总台精品剧战略实施	069
第八章 全方位突破的电视剧国际传播	079
一、优质视听内容有助加强国际传播能力建设	079
二、国剧出海新趋势	079
三、国剧品牌认可度提高，精品剧路线指引发展方向	083
四、提升剧集国际传播力的路径	086
第九章 人民至上、精品引领的中国电视剧发展趋势	089
一、主题剧创作走向常态化与精品化	089
二、头部作品规模的进一步扩张	090
三、更多类型题材百花齐放	090
四、严肃文学改编创作未来可期	091
五、“短”新品类开辟视听蓝海	091
六、主流平台效能进一步凸显	092
七、多窗口传播规范化	092
八、国际认同力进一步提升	092
九、大众市场与分众市场形成有效互补	093
十、商业化的美学转向	093
附件一 2021 年度优秀国产电视剧青年影响力调研	095
一、样本分析	096
二、2021 年度青年观众喜爱的十大国产电视剧	098
三、2021 年度青年观众喜爱的十位国产电视剧演员	100
四、2021 年度青年观众印象最深的十名电视剧角色	101
五、2021 年度青年观众全程观看的十部国产电视剧	102

六、青年观众观看电视剧的主要渠道和平台	103
七、影响青年观众选择视频网站的因素	105
八、青年观众最感兴趣的国产电视剧题材	106
九、青年观众最感兴趣的与电视剧相关的视频内容	107
十、青年观众为电视剧相关产品付费的意愿	108
十一、青年观众了解电视剧相关信息的主要渠道	110
十二、青年观众最重视的优质国产电视剧审美特征	112
十三、2021 年度青年观众眼中的优质国产电视剧关键词	114
十四、青年观众观看电视剧的习惯	115
十五、青年观众观看电视剧的场景和目的	116
十六、青年观众最看重的电视剧相关元素	118
十七、影响青年观众持续收看电视剧的因素	119
十八、影响青年观众收看电视剧的传播途径	120
十九、青年观众对优质国产主旋律电视剧传播效果的看法（一）	122
二十、青年观众对优质国产主旋律电视剧传播效果的看法（二）	123
二十一、优质国产主旋律电视剧对青年观众的影响	124
二十二、优质国产电视剧对青年观众的影响（一）	125
二十三、优质国产电视剧对青年观众的影响（二）	126
二十四、青年观众的境外电视剧收视范围	127
二十五、青年观众观看不同类别经典电视剧的频率	128
二十六、青年观众最重要的娱乐方式	129
二十七、2021 年度优秀国产电视剧青年影响力调研总结	130

附件二 2021 年度中国重点电视剧案例分析	131
《大决战》案例分析	132
一、剧集概述	132
二、数据分析	133
三、艺术特征	134
四、创作特征	139
五、观众反馈	140
六、社会影响力	141
《跨过鸭绿江》案例分析	143
一、剧集概述	143
二、数据分析	144
三、艺术特征	144
四、创作特征	150
五、观众反馈	154
六、社会影响力	155
《觉醒年代》案例分析	157
一、剧集概述	157
二、数据分析	158
三、艺术特征	159
四、创作特征	160
五、观众反馈	162
六、社会影响力	163
《叛逆者》案例分析	164
一、剧集概述	164
二、数据分析	165
三、艺术特征	167

四、创作特征	169
五、观众反馈	173
六、社会影响力	175
《山海情》案例分析	176
一、剧集概述	176
二、数据分析	177
三、艺术特征	179
四、创作特征	181
五、观众反馈	183
六、社会影响力	184
《流金岁月》案例分析	186
一、剧集概述	186
二、数据分析	187
三、艺术特征	187
四、创作特征	191
五、观众反馈	193
六、社会影响力	194
《小舍得》案例分析	195
一、剧集概况	195
二、数据分析	195
三、艺术特征	196
四、创作特征	200
五、观众反馈	202
六、社会影响力	202
《乔家的儿女》案例分析	204
一、剧集概述	204

二、数据分析	205
三、艺术特征	205
四、创作特征	207
五、观众反馈	207
六、社会影响力	208
《扫黑风暴》案例分析	209
一、剧集概述	209
二、数据分析	210
三、艺术特征	211
四、创作特征	213
五、观众反馈	215
六、社会影响力	216
附件三 2021 年度中国优秀电视剧主创访谈录	219
电视剧《大决战》制片人梁仁红访谈	220
电视剧《扫黑风暴》制片人王芳访谈	226
电视剧《扫黑风暴》导演五百访谈	231
电视剧《小舍得》编剧周艺飞访谈	240
电视剧《流金岁月》导演沈严访谈	246
参考文献	251

第一章 新时代、新国剧、新主流：2021 中国电视剧发展态势分析

2021年，中国电视剧产业赓续高质量发展指引，锚定2035年建成文化强国目标，踔厉奋发、笃行不怠，驱动形成稳中向好的整体格局。围绕巩固拓展脱贫攻坚成果、全面建成小康社会、中国共产党成立100周年、2022年北京冬奥会和冬残奥会等党和国家重要战略、重大宣传节点，中国电视剧守正创新、持续发展，掀起主题创作的新一轮高潮，凸显了中国电视剧与时代互文的在场感。一批题材宏大、立意高远、思想精深、制作考究、影响深远的精品力作铺屏迭出，显现出思想穿透力、艺术感染力、大众传播力和青年影响力。主流文化、主流平台、主流电视剧持续引领中国文艺精品创作，批量原创精品开辟国产电视剧新气象，电视剧发展跨入新窗口期。

一、强化质量目标，弱化数量指标

近年来，电视剧步入新的发展阶段，电视剧数量标准与质量标准不断调整，“提质减量”成为全行业共识。随着新的电视剧管理条件的积累，中国电视剧全产业链向社会开放、向市场开放，释放了电视剧生产力，亦解放了电视剧市场活力。2021年，跟随国家政策引导，主题创作集中优势资源向重大现实、重大革命历史题材倾斜。文娱领域围绕天价片酬、“阴阳合同”、偷逃税、流量至上、“饭圈”乱象、“耽改”之风等泛娱乐化现象进行重点治理，并坚决抵制畸形审美、资本

不良牟利、违法失德艺人，形成清朗的常态化文艺风气，推动电视剧事业高质量发展。综合考虑近年疫情带来的不确定性影响，电视剧的生产与创作不断深化规划导向，整体供给数量虽然逐年降低，供给质量却有了明显提升，政策引导更加重视发展质量的提升。

2021年，对应2035年建成文化强国、“十四五”规划和第二个一百年奋斗目标的发展需求，电视剧供给侧保持提质升级。从2021年全国拍摄制作电视剧备案数据来看，2021年全国拍摄制作电视剧备案剧目共498部、16485集，相比于2020年全国拍摄制作电视剧备案剧目670部、23519集，2021年电视剧备案部数同比减少25.67%，电视剧备案集数同比减少29.91%。当代题材电视剧376部、12220集，现代题材电视剧24部、833集，近代题材电视剧76部、2682集，古代题材电视剧22部、750集，重大革命题材电视剧6部、216集，重大历史题材电视剧1部、40集。从2021年全国电视剧发行情况来看，电视剧获准发行国产电视剧194部、6722集，相比于2020年同期，2021年全国国产电视剧获准发行部数同比减少3.96%，集数同比减少9.77%。2021年度电视剧备案发行数量仍然有所降低，精细化供给态势初显成效。品类序列既包含大而全的长篇连续剧，也有小而美、专而精的短剧集，彰显了国产电视剧新增量。从备案发行的类型来看，当代题材依旧是电视剧创作的主要类型，重大革命历史题材电视剧创作则迈向新高峰。

二、献礼剧创作：尊重历史、植根现实、坚守审美

新时代以来，随着庆祝改革开放40周年、庆祝新中国成立70周年、纪念中国人民志愿军抗美援朝出国作战70周年、庆祝中国共产党成立100周年等党和国家重要节点的密集到来，献礼剧集的创作产出增量明显，献礼剧大年进一步到来。纵览献礼剧发展图景，这种突破不仅

是创制数量的扩大，更是创作模式、创作特征的整体更新。从近年来的年度主题展播活动来看，献礼剧主题创作的内涵还在进一步扩大。

在艺术创作层面，主旋律剧创作焕发新生。遵循“为国家述史、为时代立传、为人民抒怀”的创作导向，原创剧集选题紧密围绕中华优秀传统文化、革命文化，弥补题材空白的精品剧被相继推出，彰显出国产电视剧正青春的新态势。纵观2021年电视剧发展态势，主题创作集中凸显了三种形态。

第一，重大革命历史事件的当代映现以及标志性发展阶段的当代观照。《跨过鸭绿江》《大决战》等全景式、立体式还原恢宏史实，从战略层面、战术层面和战斗层面精细描述关键历史，将理想信念烙印成国产电视剧的精神底色。《觉醒年代》解构了传统宏大题材的创作习惯，引领了电视剧艺术新风尚，达成思想深度、历史深度、审美深度的有机统一。《跨过鸭绿江》精细再现历史场景、战争场景，突破常规战争题材表现，书写多面人物群像，层层贯穿史诗叙事、战争叙事、英雄叙事，并将战争叙事上升到新高度，赋予战争主题新的精神挖掘和艺术呈现。中央广播电视总台（简称总台）首次创新尝试与精品电视剧IP同步联动，打造电影《跨过鸭绿江》。“影剧联动”模式延展了重大革命历史史实的当代传播效应。

第二，以党和国家卓越建设者为表现对象。以《功勋》为代表，全剧分为8个单元，生动讲述了于敏、申纪兰、孙家栋、李延年、张富清、袁隆平、黄旭华、屠呦呦等8位共和国勋章获得者的先进事迹，既承袭了常规主题创作的创作取向，也开拓了以影像载体为新时期共和国功勋人物书写传记的创作方向。

第三，以现实笔触书写当代社会的先进人物以及重大公共事件重要参与者、贡献者的动人故事，形成了与时代互文的社会传播效果。以《山海情》为代表的脱贫攻坚题材剧大量出现，根据脱贫干部的真实故事进行主线叙事，展现了为国家贫困地区脱贫攻坚做出卓越贡献

的光辉人物的精神品质。

三、新主流创作推动主流价值与主流市场的结合

新主流，既不同着眼于主流价值表达而忽视市场接受效果的“传统主旋律剧”的创作模式，也不同着眼于市场占有率而忽视主流价值传达的商业娱乐作品。其“新”表现在主旋律电视剧试图与大众共鸣共情，试图以类型化的故事完成正面价值的传播，影视创作更自觉地将主流意识形态与主流市场相结合，既鲜明地、积极地传达社会主义核心价值观，同时又尊重传播规律、尊重商业规律、尊重观众体验，并最终最大限度地占有大众市场，从而缔造了多部“主流价值”与“主流市场”相统一的头部影视作品。

2021年，在主流市场与主流价值双向融合、同频同步的过程中，新主流作品有的采取“青春化”表达，有的采用“类型化”制作，有的尝试“组合化”模式，还有的探索“时代报告剧”形态，这些创新努力扩展了观众圈层，而其中一些代表性作品，自觉坚持现实题材创作方法，注重塑造“典型环境中的典型人物”。许多主旋律作品，主动改变创作语态，借助市场元素，注入现实参照，使艺术创新有了突破，形成了“历史瞬间、共同记忆、迎头相撞”这种以“个人”与“时代命运”相互撞击的创作方法论，从而扩展了献礼剧的传播规模，强化了传播效果，吸引了观众的高频次观剧，形成了新主流电视剧的多轮复播之势。

新主流电视剧引领了主题创作与审美接受的流变，形成了大众接受与青年传播阶梯式增强的态势，其关注程度、参与规模、参与形式均有显性增强，并形成了鲜明的传播特征，深刻影响了受众的审美接受心理、态度和行为。根据清华大学影视传播研究中心与腾讯数字舆情部门对全国范围内1962名平均年龄为21岁的青年受访者的调研数