



“互联网+” 语境下
中国电视剧产业融合创新研究

张 斌 著



Research on the Integrated Innovation of
China's TV Drama Industry
in the Context of “Internet +”



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

国家新闻出版广电总局广播影视部级社科研究项目：“互联网+”语境下中国电视剧产业
供给侧改革研究（项目编号：GD1748）最终成果
上海大学高水平地方高校建设项目成果

“互联网+”语境下 中国电视剧产业融合创新研究

Research on the Integrated Innovation of
China's TV Drama Industry
in the Context of “Internet +”

张斌 著



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

内容提要

本书主要研究在“互联网+”语境下,中国电视剧产业是怎样通过供给侧改革进行融合创新的。全书从“互联网+”语境下中国电视剧产业的供需现状和主要问题出发,通过对电视剧产业制度与政策供给融合创新、电视剧类型分化和融合再生、电视剧生产方式的变革与重构、电视剧传播平台的位移和融合、电视剧商业模式的融合创新、电视剧融合评价体系的建立等方面全面深入的论述,系统讨论了“互联网+”语境下中国电视剧产业融合创新的方向和路径,以此促进我国电视剧产业生态的融合升级,形成供需高效平衡,质量效益提升的高质量发展格局。本书可供影视艺术、文化产业、新闻传播等领域的师生和从业者参考。

图书在版编目(CIP)数据

“互联网+”语境下中国电视剧产业融合创新研究 /
张斌著. —上海: 上海交通大学出版社, 2022.8
ISBN 978-7-313-25925-7

I. ①互… II. ①张… III. ①电视剧—产业发展—研究—中国 IV. ①J992

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2022)第 104129 号

“互联网+”语境下中国电视剧产业融合创新研究

“HULIANWANG+” YUJINGXIA ZHONGGUO DIANSHIJU CHANYE RONGHE
CHUANGXIN YANJIU

著 者: 张 斌

出版发行: 上海交通大学出版社

邮政编码: 200030

印 制: 上海景条印刷有限公司

开 本: 710 mm×1000 mm 1/16

字 数: 266 千字

版 次: 2022 年 8 月第 1 版

书 号: ISBN 978-7-313-25925-7

定 价: 68.00 元

地 址: 上海市番禺路 951 号

电 话: 021-64071208

经 销: 全国新华书店

印 张: 17

印 次: 2022 年 8 月第 1 次印刷

版权所有 侵权必究

告读者: 如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话: 021-59815621

前 言

2010年以来，在数字技术、移动互联网、智能移动终端快速发展的推动下，我国的社会结构和媒介生态发生了显著的改变，数字化、移动化、多屏化、平台化、智能化等趋向越来越明显。2015年，李克强总理提出“互联网+”的国家发展战略；同年，习近平总书记提出“供给侧结构性改革”的新经济发展理念，两者之间有着密切的逻辑关联。一方面，互联网的发展已经使其成为社会的“操作系统”，各行各业的发展越来越依赖基于互联网基础设施和运作逻辑的创新，互联网为社会发展提供了强大的新动能，也引发了世界范围的围绕互联网新经济形态的激烈竞争。提出“互联网+”国家发展战略，无疑是要推动新一轮的经济改革，抢占发展制高点增强产业竞争力；另一方面，传统经济形态发展存在明显的供给与需求之间的结构性不匹配问题，影响中国经济持续健康发展，因此需要进行“供给侧结构性改革”，而“互联网+”战略则是进行这一改革的重要方

向和手段。

在此语境下思考我国电视剧产业发展问题会发现，随着“互联网+”战略的推行，我国电视剧产业既面临重大挑战，也获得了供给侧改革的新推力。一方面，新世纪以来中国电视剧产业获得了很大的发展，生产消费活跃，产业活力充足，我国已经成为电视剧大国，同时，电视剧产业也存在大而不强，内强外弱，供需错配等结构性失衡的突出问题。另外，随着网络剧的不断崛起，冲击了电视剧原有的产业生态格局，更进一步放大了电视剧产业发展过程中存在的短板，传统电视剧产业面临互联网时代的转型挑战。另一方面，“互联网+”战略则给传统电视剧产业和网络剧产业在竞合中融合发展提供了底层动力。“互联网+”语境下电视剧产品的供给模式已经从以企业和生产为中心的模式转向以市场和用户为中心的模式，强化了受众需求端的话语权，从而倒逼出了生产端供给侧改革的现实需求。因此，在梳理我国电视剧产业供需两端的基本情况，以及“互联网+”语境下面临的机遇与挑战的基础上，本书提出通过融合创新的路径来进行电视剧产业的供给侧改革，最终形成产业结构优化升级，供需高效平衡，质量效益提升的产业发展新格局，不断生产高质量的电视剧文化产品以满足广大观众日益增长的对精品电视剧的消费需求，为老百姓对美好生活的向往提供精神文化产品的支持，从而为建设电视剧强国并为2035年建成文化强国的远景目标服务。

本书以问题为导向，整体上采用了提出问题——分析问题——解决问题的阐述路径，立足中国电视剧产业发展过程中存在的供需错配，发展不均衡、不充分现象，以供给侧结构性改革为主要手段，对电视剧的制度供给、生产机制、产品内容、传播渠道、商业模式和评价反馈机制等方面进行了全面研究。在具体研究过程中使用了艺术学、文化学、经济学、传播学等跨学科理论资源，将定性研究和定量研究等多种方法相结合，试图集中解决三个主要问题：

分析“互联网+”语境下我国电视剧产业通过供给侧改革进行融合创新需要解决的核心问题、面临的主要挑战和需要达成的目标；

结合“互联网+”语境下台网融合态势，具体分析中国电视剧产业呈现的新变化和新力量，梳理产业发展的新机遇和新挑战；

提出“互联网+”语境下我国电视剧产业通过供给侧改革进行融合创新的发展路径。

具体而言，在对“互联网+”语境下我国电视剧产业发展现状和存在的问题进行详细分析之后提出融合创新的发展路径，并从以下六个方面进行了具体阐释：

(1) 制度供给重配。立足电视剧制度与政策发展历史，梳理从政府管控到主动服务的转变轨迹。研究“互联网+”语境下电视剧制度监管和产业自我规制相结合的特性，探讨创新和增强制度与政策供给，将市场的决定性作用和政府调控的纠偏性作用结合，形成电视剧产业融合创新发展的顶层设计和制度政策空间。

(2) 生产机制重塑。民营企业、专业化的视频网站和 IP 资本的涌入打破了传统电视剧生产机制的封闭状态，台网融合发展的创新趋势为电视剧产业注入了包括互联网巨头（BAT）、网络 IP、众筹投资、大数据营销、网络新媒体等新主体、新力量，实现了生产主体的新生和交融，商业模式的多元和深度营销。

(3) 产品内容重构。从传统电视剧类型同质化、单一化的供需弊端入手，结合“互联网+”媒介语境带来的 IP 改编，受众定位细化和大数据审美前置抓取特性，强调电视剧类型在理性生长的基础之上进行跨界融合，围绕内容为王兼顾故事创新和新时代的价值诉求。

(4) 传播平台重组。从传统电视台实行独播、“先台后网”的霸权模式入手，分析“互联网+”语境下开启“先网后台”“台网联动”播出模式后视频网站逐渐实现反向狙击。当下电视剧传播平台逐渐呈现多元发展趋势，包括独屏到多屏的跨屏观看、被动到主动的互动接受转变，电视剧产业格局因播出平台的变化将产生位移和重组。

(5) 商业模式重造。从电视剧事业到产业的历史转变入手，传统以广告为核心的商业盈收模式将伴随“互联网+”语境下的台网融合趋势向剧

游互生、电商融合、跨界衍生以及网络剧集付费观看、流量兑现方向发展，从而实现电视剧产业价值的长尾效应，完成商业模式的融合创新。

(6) 评价体系重构。探讨在传统以收视率为导向的反馈机制上如何建立以大数据调查为基础，以社交媒体传播为手段，以网络热度和口碑传播为指标的电视剧融合评价体系 IES (Integrated Evaluation System)，构建电视剧融合评价体系与电视剧供给侧改革的双向推动机制。

本书比较全面系统地讨论了新世纪以来，尤其是近十年来我国电视剧产业发展的总体情况，提出在“互联网+”语境下我国电视剧产业通过供给侧结构性改革进行融合创新的发展新思路。在研究过程中，本书尽可能地基于调查研究的材料和数据来发现问题进而提出解决方法。但电视剧产业牵涉面广，各种力量之间的关系复杂多变，因而也使本书的研究存在一些困难和挑战。比如，从传统电视剧产业到“互联网+”语境下的台网融合发展阶段跨越维度较大，因此数据统计、文献的查阅和梳理存在一定难度，一手资料和信息收集有一定的局限性，容易受参考资源庞杂、缺失而导致数据更新滞后或不全面问题。又比如，电视剧融合评价体系涉及收视率、网络剧评、社交传播、学院评论、电视节和大众点评等众多板块，单纯从理论框架和模型建构的设想角度出发很难绝对精准地反映现实情况。因此立足于大数据运作原理去构建和考虑电视剧传播效应存在操作可能但也面临诸多挑战。同理，政策制度制定可能受政府指导、市场状况等主客观因素影响而发生转变，绝对依赖某单一指标很容易陷于偏颇。同时，电视剧产业供给状况受动态、复杂甚至无形的各方力量影响，因此在分析的过程中很难只考虑单一影响因素，需要将各维度和指标相结合展开论述，因此增加了定量控制和定性分析的难度，而针对电视剧传播、生产、内容、商业和评价层面的分析或多或少存在统一和整合的问题。

总之，本书是对我国电视剧产业在“互联网+”语境下通过供给侧结构性改革进行融合创新发展研究的初步尝试。近几年，新冠疫情给影视文化产业的发展造成了很大的影响，使电视剧产业的发展也面临许多新的情

况，使得“互联网+”发展战略对电视剧产业而言越发重要。本书虽然没有对此进行深入讨论，但本书提出的在“融合”与“创新”两位一体的思路中促进电视剧产业发展的新路径，或许对我们突破这一困局有所帮助。希望我国电视剧产业乘“互联网+”的时代风潮，通过融合创新进行产业发展的升级换代，早日实现由电视剧大国向电视剧强国转变的历史性跨越。

目 录

- 1 第一章 “互联网+”语境下中国电视剧产业的供需现状与主要问题
 - 2 第一节 从短缺到充分的中国电视剧产业
 - 7 第二节 中国电视剧产业结构与供需问题梳理
 - 25 第三节 “互联网+”语境下的中国电视剧产业生存境况
 - 36 第四节 融合创新：“互联网+”语境下电视剧产业的供给侧改革
 - 39 本章小结

- 40 第二章 “互联网+”语境下中国电视剧产业的制度与政策供给创新
 - 40 第一节 我国电视剧产业制度与政策的历史发展
 - 59 第二节 电视剧政策对电视剧产业发展的效果分析
 - 77 第三节 “互联网+”语境下我国电视剧产业制度与政策供给面临的挑战
 - 81 第四节 我国电视剧产业制度与政策供给的融合

创新路径

- 92 本章小结
- 94 **第三章 “互联网+”语境下中国电视剧的类型分化和融合再生**
- 95 第一节 内部匮乏：传统电视剧生产的类型滞后
- 102 第二节 外部分化：网络景观下电视剧的类型突破与细分
- 110 第三节 双向融合：“互联+”时代电视剧的类型跨界与重组
- 114 第四节 再生逻辑：故事创新与价值表达的时代诉求
- 118 第五节 个案研究：国产青春剧的类型演进与文化逻辑
- 131 本章小结
- 132 **第四章 “互联网+”语境下中国电视剧生产方式的变革与重构**
- 132 第一节 权力分化：电视剧生产主体的新生与交融
- 145 第二节 资本集中：电视剧生产模式的分化与融合
- 152 第三节 新力量与新指标：全媒体生产与深度营销
- 157 第四节 电视剧与电子游戏：从文本改编到产业联动
- 169 本章小结
- 170 **第五章 “互联网+”语境下中国电视剧传播平台的位移和融合**
- 171 第一节 霸权与反霸权：电视剧播出平台的重塑
- 181 第二节 单一与多元：电视剧播出模式的双管齐下

| | | |
|-----|------------|--------------------------------|
| 188 | 第三节 | 被动与主动：电视剧跨屏传播的泛化镜像 |
| 192 | 第四节 | 跨界与边界：电视剧传播路径的再思考 |
| 195 | | 本章小结 |
| 196 | 第六章 | “互联网+”语境下中国电视剧商业模式的融合创新 |
| 196 | 第一节 | 从事业到产业：电视剧商业化的历史 |
| 201 | 第二节 | “互联网+”时代电视剧商业模式的新变 |
| 216 | 第三节 | “互联网+”时代电视剧商业模式的融合再造 |
| 220 | | 本章小结 |
| 222 | 第七章 | “互联网+”语境下中国电视剧融合评价体系的建立 |
| 222 | 第一节 | 问题与机遇：大数据与传统电视剧评价机制改革 |
| 227 | 第二节 | 见“微”知著：基于网络大数据的新型评价影响因子 |
| 236 | 第三节 | 变与不变：电视剧融合评价体系的建立 |
| 245 | 第四节 | 应用与挑战：IES与电视剧供给侧改革的双向推动 |
| 246 | | 本章小结 |
| 248 | | 参考文献 |
| 252 | | 索引 |
| 257 | | 后记 |

第一章

“互联网+”语境下中国电视剧产业的 供需现状与主要问题

在今天中国的文化艺术生产版图中，电视剧毫无疑问是一种十分重要的艺术形态和文化产业中至关重要的组成部分，承载了多层面的社会功能、文化功能和产业功能。电视剧产业生态环境的变化也和国家文化政策、电视剧生产机制、媒介技术与形态变迁、受众消费习惯等息息相关。自从1958年北京电视台建立，中国第一部电视剧《一口菜饼子》诞生，中国电视剧产业先后经历了“文化大革命”、市场经济大潮、新世纪商业化改革、互联网新媒体等因素冲击，逐步完成了从纯粹的国家事业向文化事业与文化产业并重的方向转变，成为中国电视行业中市场化、产业化最早，程度也最高的领域，其中电视剧产量、文本内容、播出平台、生产机制和商业模式都发生了突破性的变革。2007年，我国就已经成为世界电视剧生产第一大国。2019年全国生产完成并获得《国产电视剧发行许可证》的剧目达254部，集数达到10646集，电视剧生产数量充足、类型丰富、资本投入和制作手段不断提升。但与此同时，能播出的电视剧集却不超过8000集。因此，我国电视剧年产量居高不下，每年能播出的电视剧占比却较低，产量过剩，剧集积压，库存高，资源浪费现象集中反映了电视剧产业存在的供需错配，发展不充分、不均衡的问题。本章梳理了我国电视剧产业供需两端的基本情况，以及“互联网+”语境给我国电视剧产业发展带来的机遇与挑战，探讨其未来融合创新的路径和发展趋向。

第一节 从短缺到充分的中国电视剧产业

追溯中国电视剧自诞生以来六十多年的历史发展脉络可以发现，中国电视剧产业呈现明显的“阶段性”发展轨迹。从一开始计划经济体制背景下由国家组织鼓励创作，电视剧在政治统帅和无偿供给中艰难生存；到“文化大革命”期间电视剧事业进入全面停顿状态；再到改革开放和市场经济大潮的冲击下，电视剧事业逐渐向产业进行转型过渡；而 21 世纪以来，电视剧产业化探索向纵深迈进，在受众、市场、资本、科技、新媒体等力量的推动下，整个中国电视剧产量由短缺逐渐走向充分。

改革开放前，我国处于计划经济时期，电视行业也不例外，其制作与播出完全受国家政府的行政指令安排，所有资金来自国家拨款，生产目的明确为国家宣传服务，因而形成了“制播合一，自制自播”的制播关系，没有产业分工与合作，也没有市场需求与交易。这一时期是中国电视剧作为纯粹事业的发展阶段，奠定了中国电视剧从事业到产业发展的物质与艺术基础。我们可以称之为中国电视剧的“前产业时期”。

早期中国电视剧由于受技术和客观条件的限制，在播出和编排方式上还不够成熟，电视台建设和电视剧集的制作处于试验探索阶段。1958 至 1966 年这 8 年间，全国电视剧制作总量仅仅为 210 余部，在资金短缺与制作能力有限的情况下，是非常不容易的（见图 1.1）。中国电视剧早期历史中的一些经典和具有代表性的作品，如《一口菜饼子》《党救活了他》《生活的赞歌》《愤怒的火焰》等产生于这一时期。此时期的电视剧以单本剧为艺术形态，并采取直播的方式，因此在产量和表现力上受到一定限制。

经历了“文化大革命”十年造成的严重停滞之后，中国电视剧发展迎来了市场经济大潮。1979 年 1 月 28 日，上海电视台播出了我国第一条电视广告，标志着电视的产业属性开始显露，商品经济与市场经济的力量逐步向电视剧生产领域渗透。电视剧的制作经费也开始由国家完全拨款转向以国家拨款为主，广告收入和市场交易为辅的方式转变。在生产方式上，从“制播合一，自制自播”向一定程度上的内部“制播分离”转变。在

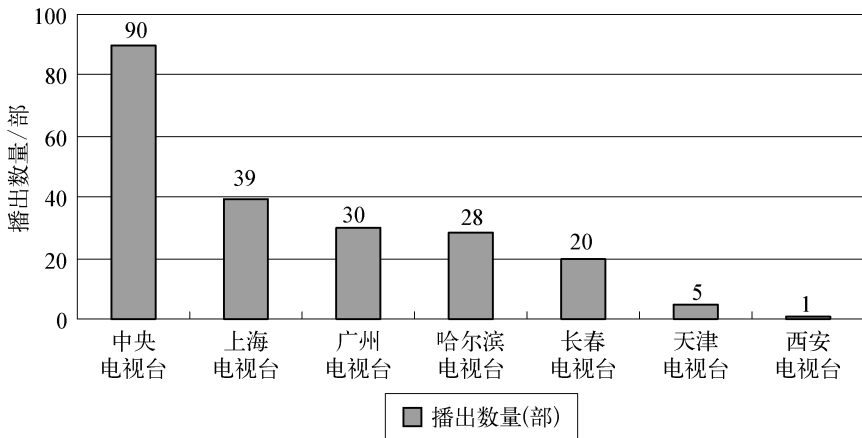
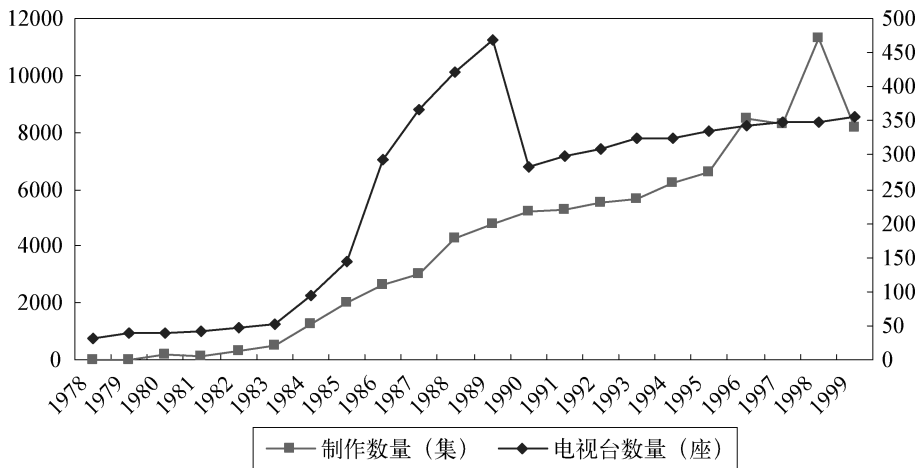


图 1.1 1958—1966 年全国电视剧播出情况^①

“四级办电视”和“制播分离”的方针引导下，无论是电视剧制作能力还是电视基础设施建设都取得了较大进步，电视剧供应量猛增以填补需求缺口。首先是电视剧产量和观众人数的明显变化（见图 1.2）。从改革开放到 20 世纪末，我国电视剧的年产量呈现明显的上升趋势，1998 年达到 11 322 集；同时根据 1988 年 1 月第一次大规模“全国观众抽样调查”，全国拥有约 6 亿电视观众，电视剧日益成为受关注的文化产品。其次，电视台建设经历了大规模扩建，1989 年达到 469 座的顶峰之后进行改革，控制在 350 座左右的较合理规模。

如前所述，1983 年“四级办电视”政策的出台，带来了电视事业的大发展，电视观众的人数和电视剧需求大增。电视剧为了适应这种变革，生产与播出环节在电视系统内部逐渐分离，内部分工开始出现，专业性的电视剧制作力量不断发展。1986 年 4 月，广播电影电视部开始推行电视剧制作许可证制度，进一步促进了电视剧生产体制的专业化和社会化分工，也初步形成了全国性的电视剧交易市场网络，形成了以广告和电视剧交换为主的初级产业模式。1990 年《渴望》的制作播出将传统中以电影为模板、依赖外景地拍摄的电视剧生产模式，向成本低、效率高的室内基地化、工业化生产方式转移，形成了电视剧独特的生产模式，吹响了电视剧产业化的号角。

^① 赵玉嵘：《中国早期电视剧史略》，中国电影出版社，2008 年，第 15 页。

图 1.2 1978—1999 年我国电视剧制作和电视台建设走势图^①

1992 年中国开始了新一轮的改革，发展社会主义市场经济体制成为国家战略。1992 年 2 月，中央电视台以 350 万元购买电视剧《爱你没商量》的播映权，标志着中国电视剧产业化进程的大幕正式拉开。1992 年 6 月，国家明确将电视剧划入第三产业，电视剧的产业属性得到正式确认。从此，市场机制开始在电视剧产业发展中发挥越来越大的作用，市场化运作渗透到电视剧生产的各个环节，生产主体、融资方式、题材选择、拍摄模式、交易体系、交易价格、收视率评价等均发生了很大的变化。《北京人在纽约》虽然由国有单位北京电视艺术中心摄制，但通过企业赞助、贴片广告、商业贷款等方式操作，取得了很好的市场回报，是中国第一部按照市场机制制作完成的电视剧。而管理部门对于拍摄许可证相对灵活的管理与允许港台力量参与大陆电视剧制作的规定，也进一步推动了电视剧的产业化发展。与此同时，电视剧类型意识也日益凸显，电视剧制作主动迎合观众喜好，出现了《红楼梦》《西游记》《包公》《梁山伯与祝英台》等古典历史题材剧，《渴望》《编辑部的故事》等室内剧，《一剪梅》《梅花三弄》等苦情剧。此外，电视剧海外传播与引进双向交流也日益增多。自 1979 年从南斯拉夫引进第一部海外电视剧《巧入敌后》之后，《大西洋

^① 储钰琦：《中国电视剧产业史》，中国广播电视出版社，2014 年，第 80 页。

底来的人》《聪明的一休》《排球女将》等海外电视连续剧也出现在中国荧屏，引发了观众的追捧。

总之，这一时期电视剧事业整体呈现向产业化迈进的趋势，出现了以植入广告为主的商业模式，私营企业和工业化大生产方式相结合推动中国电视剧产业走向市场化运作。

进入 21 世纪后，在电视行业整体产业改革的大背景下，电视剧产业化发展速度加快。2003 年和 2004 年，国家广播电影电视总局先后向 24 家民营电视剧制作机构颁发了甲种电视剧制作许可证，以政策形式开放了电视剧的生产，标志着非公有资本进入电视剧生产领域，电视剧制播分离制度得到确立，电视剧制作机构和电视台分别形成了卖方和买方市场。2004 年，电视剧年产量突破了 2 万集大关，是 2003 年的两倍，电视剧交易规模达到 43 亿元。2006 年，“电视题材规划立项审批”制度被“电视剧拍摄制作备案公示”制度取代，使市场调节从源头开始发挥作用，进一步开放了市场，提高了透明度。2009 年开始，国有电视剧制作单位开始大规模转企改制，民营电视剧制作机构占据了 3 000 余家具有电视剧制作资质市场主体的 80% 以上份额，华谊兄弟、华策影视、光线传媒等企业挂牌上市，电视剧版权交易中心也逐步建立。通过发展，电视剧产业基本形成了创作、生产、购销、消费四个主要环节，以及包含创作方、投资方、制作方、发行方、播出方（购买方）、观众和广告等多方参与的完整的产业链形态。与此同时，一些新的产业形态，如联合首播、植入广告、视频网站播出等也开始出现。

2012 年以来，中国特色社会主义进入新时代，电视剧也迎来了媒体融合环境中的产业繁荣期。国家对文化产业、媒体融合与文艺政策的新战略，给电视剧产业提供了新的发展机遇。而一些具体的监管政策，如黄金时间段的细化管理、取消电视剧插播广告、一剧两星新政、境外剧线上线下同标、网络剧先审后播、网台同标等，塑造了新媒介环境下的电视剧产业环境。2017 年，国家新闻出版广电总局等五部委联合下发了《关于支持电视剧繁荣发展若干政策的通知》（即“电视剧 14 条”），具体落实中央关于繁荣发展社会主义文艺的意见，对电视剧的创作、生产、购销、消费等环节提出了具体的指导意见。在国家“互联网+”产业政策的促进下，BAT（百度、阿里巴巴和腾讯）等互联网企业全面介入视频网站后，改变

了电视剧行业的竞争格局，电视台与视频网站在博弈中相互融合，促进了台网共同投资、制作、发行剧集，催生了电视剧更加多元化的商业模式，出现了定制剧、自制剧、IP剧、周播剧等新形式，电视剧类型化和精品化发展趋向越来越明显，“现象级”作品和超级剧集不断涌现，剧作质量得到了明显提升。同时还在与青年亚文化的互动融合中，培养了观众付费观剧的新消费习惯，打破了“先台后网”的播出惯例，形成了“先网后台”“网台同步”“网台异步”等多种播出模式。在海外输出方面，也取得了突破性的成绩，出口遍及百余个国家和地区，东南亚、日韩、欧美、非洲成为中国电视剧的四个主要海外市场，尤其是非洲，近年来是中国电视剧最具潜力的新兴海外市场，电视剧成为“一带一路”倡议中促进中非民心相通的有力桥梁。

就产业发展的具体情况而言，主要表现在电视剧产量突飞猛进，自2000年以来，中国电视剧的总量每年就已经超过1万集，2007年，更是拿下生产数量、播出数量、观众数量的三项世界第一，至今我国电视剧在生产总数上仍居高不下，出现了产能过剩的现象。与此同时，随着观众需求与内容生产的提升，我国的电视剧创作呈现出丰富的题材和类型样式，包括《宫》《步步惊心》等穿越剧，《人民的名义》《白夜追凶》等涉案剧，《仙剑奇侠传》《古剑奇谭》《轩辕剑》等玄幻剧，《红高粱》《平凡的世界》《白鹿原》等现实题材剧，而古装剧、历史剧、军旅剧、都市剧、青春剧、动画片等传统题材类型同样层出不穷。资本市场化运作的突破为电视剧大制作保驾护航，融资环境的改善促进了电视剧制作能力的拓展，四大名著的新版改编电视剧成为中国第一批投资过亿的电视剧，其后大投资大制作成为常态；而随着“三网融合”的推进，网络新媒体崛起带来的跨媒介传播又为电视剧播放和制作提供了新平台。2014年被誉为“网络剧自制元年”，之后经历了2015年爆发期，2016年调整期，2017年又有了新一轮的增长，上线的206部网络剧总播放量达到了833亿次，2018年后，伴随着版权费用的陆续下滑，网络剧、古装剧、IP改编剧交织构成头部市场，2019年，剧集市场开始大幅度收缩，优质独播剧成为各大平台竞相争夺的高地。网络剧的出现和迅猛发展也掀起电视剧产业的新一轮变革。总而言之，以历史回溯的角度来看，中国电视剧走上产业化道路夹杂着时代的烙印和历史特征，在伴随着政策制度、资本环境、制作技术、产业定