
行業概覽

除另有指明外，本章節所載資料來自多份政府官方刊物、其他刊物以及由我們委託弗若斯特沙利文編製的市場研究報告。

我們相信有關資料來源恰當，且我們已合理審慎地摘錄及轉載該等資料。我們無理由相信該等資料在任何重大方面含虛假或誤導成分或遺漏任何事實致使該等資料在任何重大方面含虛假或誤導成分。我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]或我們或彼等各自的任何董事、高級管理層、代表或參與[編纂]的任何其他人士並無對有關資料進行獨立核實，亦無就其準確性及完整性發表任何聲明。有關資料及統計數據可能與中國境內外所編製的其他資料及統計數據不一致。因此，閣下不應過度依賴該等資料。

資料來源

我們已委任獨立市場研究及諮詢公司弗若斯特沙利文對中國媒體行業及電視劇市場進行分析並編製報告。弗若斯特沙利文為一間於一九六一年在紐約成立的獨立全球諮詢公司。弗若斯特沙利文提供行業研究及市場策略並提供增長諮詢及企業培訓。其於中國涉足的行業包括文化娛樂、科技、媒體及電信、批發零售貿易、旅遊業、消費產品、汽車及運輸、化工產品、物料及食品、商業航空、能源電力系統、環境及建築技術、保健、工業自動化及電子，以及工業及機械。

我們僱用弗若斯特沙利文的費用總額為人民幣500,000元。我們認為支付該等費用不會影響弗若斯特沙利文報告所得結論的公正。

弗若斯特沙利文報告

本公司已將弗若斯特沙利文報告的若干信息納入本文件，原因是董事認為該等資料有助潛在投資者了解相關市場。弗若斯特沙利文報告的市場研究透過詳細一手研究進行，當中涉及與龍頭業者及行業專家對媒體行業及電視劇市場現狀的討論。二手研究涉及審閱公司報告、獨立研究報告及弗若斯特沙利文本身研究數據庫的數據。

行業概覽

弗若斯特沙利文報告所載分析及預測乃基於編製該等報告時的下列主要假設：

- 未來十年，中國經濟很可能保持穩定增長；
- 於預測期間，中國的社會、經濟及政治環境很可能保持穩定；及
- 消費者娛樂需求的持續增長、新媒體普及、媒體技術創新及政府支持等市場驅動因素有望帶動中國媒體行業及電視劇市場增長。

中國宏觀經濟概覽

人均可支配收入

隨著經濟及城市化進程持續增長，中國家庭的平均收入水平近年來亦不斷上升。於二零一八年，人均年度可支配收入由二零一四年的人民幣20,167元增加至人民幣28,228元，複合年增長率為8.8%。

人均可支配收入增長對中國居民購買力有積極影響，並進一步鼓勵媒體及電視劇行業的發展。弗若斯特沙利文估計，於二零二三年之前，人均年度可支配收入預計將增加至人民幣42,663元，自二零一八年至二零二三年的複合年增長率為8.6%。

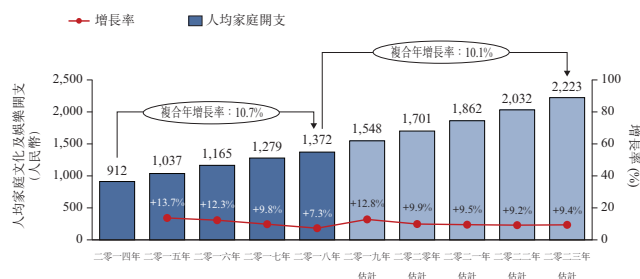
人均家庭文化及娛樂開支

與中國家庭年度可支配收入增長相若，人均家庭文化及娛樂開支已保持快速增長，由二零一四年的人民幣912元增加至二零一八年的人民幣1,372元，複合年增長率為10.7%。

隨著中國家庭生活水平提高及消費者對文化及娛樂的需求增長，人均家庭文化及娛樂開支預計將於二零二三年達到人民幣2,223元，自二零一八年起複合年增長率為10.1%。

行業概覽

中國人均家庭文化及娛樂開支，二零一四年至二零二三年估計



資料來源：國家統計局，弗若斯特沙利文

中國媒體行業概覽

中國媒體行業的定義及細分

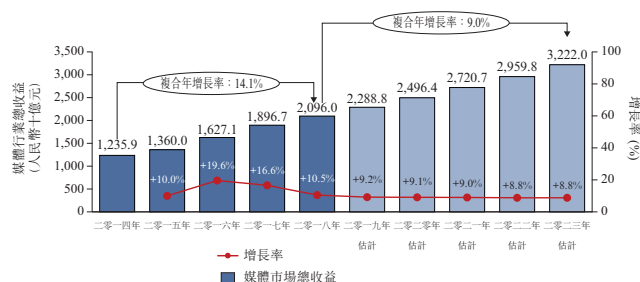
媒體行業指能夠分享信息的業務集合，主要包括傳統媒體如電視節目、電影、紙媒(即報紙、雜誌、書籍等)、音頻、廣播、廣告以及互聯網等新媒體及移動媒體。

中國媒體行業的市場規模及增長

中國媒體行業過去數年來保持飛速發展。中國媒體行業總收益由二零一四年的人民幣12,359億元增加至二零一八年的人民幣20,960億元，實現14.1%的複合年增長率。展望未來，媒體行業預計將於二零一八年至二零二三年按複合年增長率9.0%增長，於二零二三年達到人民幣32,200億元。

該行業主要由中國消費者持續提高的生活水平及對精神生活的追求驅動。同時，不斷增長的需求亦刺激中國媒體行業的演化，使該行業生態轉變得更加多樣化。

中國媒體行業總收益，二零一四年至二零二三年估計



資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

按分部劃分的中國媒體行業市場規模

中國媒體技術一直迅速發展，催生了信息消費及視覺娛樂的新模式。隨著互聯網愈來愈普及，互聯網及移動媒體等新媒體飛速增長，在中國媒體行業中，較電視和紙媒等傳統媒體而言處於主導地位。

新媒體(包括互聯網及移動媒體)飛速發展，構成了整個媒體行業的主要部分。於二零一八年，上述兩個分部合共貢獻了中國媒體行業總收益的約70.0%以上。

紙媒及電視等傳統媒體僅佔中國媒體行業的約17.0%。可見新媒體正在成為中國媒體行業的中流砥柱。

中國媒體行業的市場動力

中國媒體行業的發展主要受以下因素驅動：

- **消費者對娛樂的需求持續增長：**中國在「新常態」下已步入新增長時代，其經濟增長模式開始由投資導向模式轉移至消費導向模式。與此同時，幾十年來所積累的可支配收入及生活水平升級效應，導致中國普羅大眾的消費模式產生劇烈變化。中國消費者開始追求優質及精神享樂產品，而非基本生活必需品。這種利好宏觀情況及可持續娛樂需求增長，為媒體行業的發展製造大量機會。慢慢地，觀看電視劇、網劇及電影等媒體節目成為了熱門的日常娛樂活動。
- **新媒體普及：**乘著中國政府提倡的「互聯網+」浪潮，二零一六年是新媒體鼎盛發展的黃金年度。互聯網的特色包括不限地區覆蓋、種類包羅萬有及時刻快捷可達，使其成為許多商業活動及媒體行業的主要流量來源。為擴闊渠道及涵蓋更多觀眾，大部分電視劇會於電視台及新媒體頻道播放。許多網上視頻平台亦投資或自行製作網劇，以吸納用戶及流量。鑒於互聯網的互動性及流動性，新媒體(如互聯網及移動媒體)已逐漸取代傳統電視渠道在廣播的領導地位，成為觀眾的首選管道。考慮到新媒體提供的大量機會，中國媒體行業的發展預料將會加快。

行業概覽

- **媒體技術創新：**技術的發展及演變以不同渠道開創了新興媒體形式。舉例而言，互聯網高速發展誘發通過移動設備的新興媒體渠道的普及性。媒體技術創新不僅有助媒體產品多元化發展，在整體上亦提高了市場覆蓋率。未來，人工智能及虛擬實境等新技術應用有望進一步帶動媒體行業成長。
- **政府支持：**中國政府近年公佈多項支持政策，鼓勵文化及娛樂行業發展。譬如，「十三五規劃」列載於二零二零年使文化行業成為國家經濟支柱行業的目標。作為文化行業的重要成員，中國媒體行業得享政府為實現高速增長而出台的利好政府。因此，政府支持預料將成為中國媒體行業的關鍵市場動力。

中國戲劇市場概覽

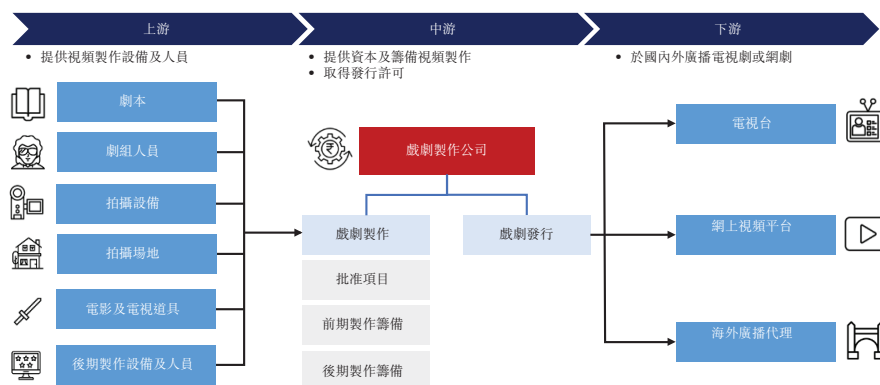
中國戲劇市場的定義及劃分

戲劇市場包括電視劇市場及網劇市場。電視劇指根據劇本製作並已取得「電視劇發行許可證」的連續劇集，該等劇集於電視台及／或新媒體頻道播放。網劇指根據劇本製作僅於新媒體頻道播放的連續劇集。

戲劇製作公司主要從事投資、製作及發行戲劇。上游業者主要為小型攝影工作室或個別從業員，供應戲劇製作材料如劇本、演員、攝影設備、道具等。戲劇製作公司負責提供資金並透過委聘上游業者組織戲劇製作活動。此外，戲劇製作公司將播放權授予下游客戶前須就每部電視劇取得電視劇發行許可證，許可費的定價取決於戲劇製作公司的資本實力、宣傳能力、製作質量、知名度、廣播節目（首播或重播）、現行市價、製作成本、廣播頻道類型及與客戶的關係。此外，電視劇製作行業的各類供應商的供應量充足。因此，戲劇製作公司乃中國戲劇市場價值鏈的核心。應收客戶（如電視台）的戲劇賬款期限通常為三年，此乃業界常規，而由於電視台為國有實體，故其無法結付款項的風險相對較低。此外，固定回報投資及以非執行製作人身份聯合投資電視劇在行內很常見。

行業概覽

中國戲劇市場價值鏈



資料來源：弗若斯特沙利文

中國電視劇市場的市場規模及增長

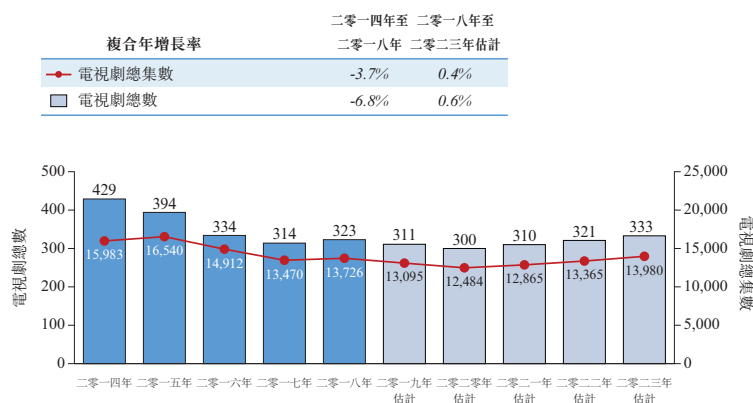
中國電視劇市場根據中國政府提升國內電視劇質素的指令進行改革。市場已進入發展階段，當下提升質素比增加產量更為重要。

雖然電視劇總數由二零一四年的429部減少至二零一八年的323部，但總集數的影響卻不大，這意味著對電視劇製作投放的實際工作量按劇增加，有效促使中國電視劇整體質素提高。展望將來，中國電視劇總數及電視劇總集數預料將漸趨穩定，於二零一八年至二零二三年將分別按複合年增長率0.6%及0.4%增長。

此外，為支持電視及電影行業發展，中國政府頒佈各項政策，為從事電視及電影行業的公司提供優惠稅務待遇及財政獎項。有關詳情請參閱本文件「監管概覽 — 稅法」及「監管概覽 — 與財務獎勵政策有關的法規」兩段。

行業概覽

中國電視劇總數及總集數，二零一四年至二零二三年估計



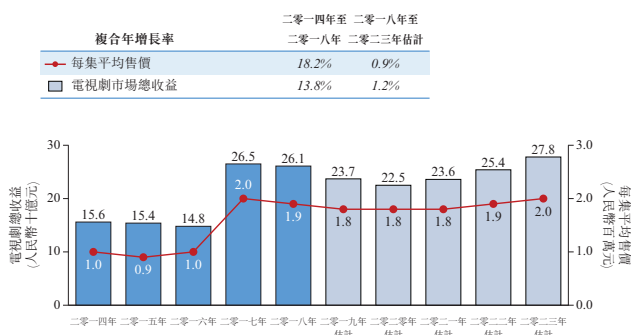
資料來源：國家廣播電視總局、弗若斯特沙利文

電視劇市場總收益由二零一四年的人民幣156億元大幅增加至二零一八年的人民幣261億元，期內複合年增長率為13.8%。電視劇市場總收益增加乃主要由於每集平均售價（「每集平均售價」）增加，由二零一四年的每集人民幣1.0百萬元增加至二零一八年的每集約人民幣1.9百萬元，複合年增長率為18.2%。行內的電視劇每集平均售價包括於所有發行頻道首播及重播的收益，包括中央電視、電視台衛星及地面頻道及新媒體頻道。整體而言，電視劇的每集平均售價基於製作成本，而製作成本主要由藝人片酬以及其他製作成本（如內容／劇本成本、戲服及道具、後期製作、員工薪水等）組成。類似二零一六年至二零一七年的藝人片酬過高（尤其是知名藝人），電視劇的平均售價及總收益同樣迅速增長。若干中國政府組織於二零一七年九月聯合發佈《關於電視劇網路劇製作成本配置比例的意見》（「意見」），藉此對演員片酬制定上限，保持影視行業的健康發展。此外，國家廣電總局於二零一八年十月頒佈《關於進一步加強廣播電視和網路視聽文藝節目管理的通知》（「通知」）。根據意見和通知，中國戲劇及網絡電影行業內，全體藝人的總片酬不得超過總製作成本40%，而向主要藝人支付的金額不得超過全體藝人總片酬70%。因此，自二零一七年起，電視劇的平均售價及總收益逐漸下降。

展望將來，由於預測期內每集平均售價穩定，故預料電視劇市場總收益將維持平穩。於二零一八年至二零二三年，電視劇市場總收益預計於二零二三年將增至人民幣278億元，複合年增長率為1.2%。

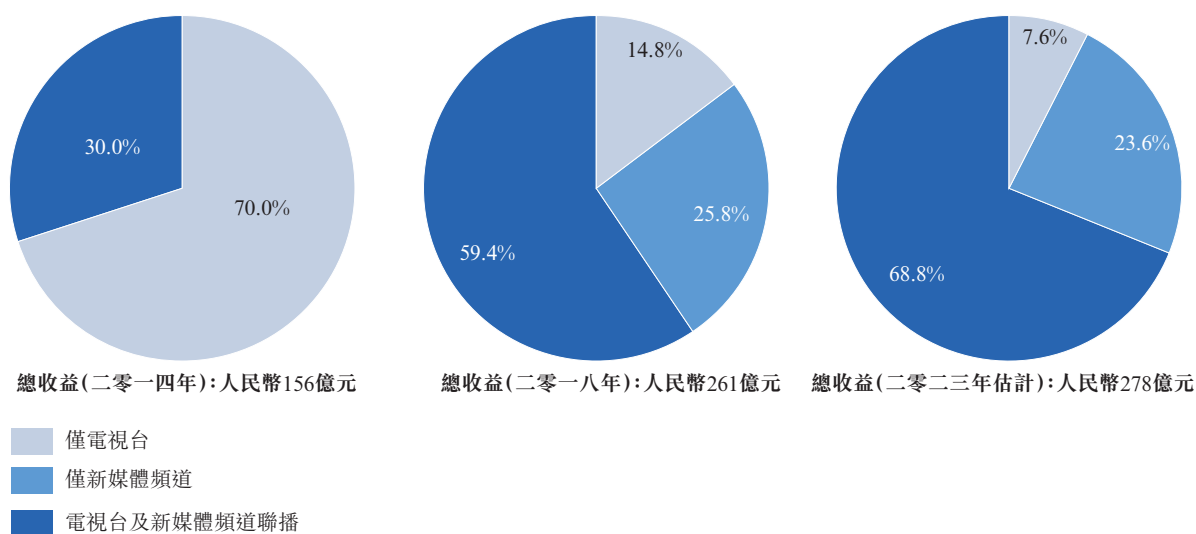
行業概覽

中國電視劇市場總收益及平均售價，二零一四年至二零二三年估計



資料來源：國家廣播電視總局、弗若斯特沙利文

按發行頻道劃分的中國電視劇市場總收益， 二零一四年對比二零一八年對比二零二三年估計



就收益而言，電視台作為傳統頻道，在二零一四年電視劇市場發行頻道中享有主導地位，佔電視劇總收益70.0%。鑒於互聯網滲透率越來越高，為觀眾提供收看電視劇的新媒體頻道，電視台連同新媒體頻道是二零一八年電視劇發行頻道的主流，佔市場59.4%。有關走勢預料於預測期間維持，反映透過電視台和新媒體頻道兩者收看電視劇的新生活模式。

於預測期間，我們預計透過電視台和新媒體頻道進行播放將成為電視劇的主要發行頻道，佔二零二三年市場份額的68.8%。

行業概覽

中國電視劇市場的市場驅動力

中國電視劇市場的發展主要受以下因素驅動：

- **消費升級及娛樂開支增加：**中國居民的人均年度可支配收入於二零一八年大幅增加至人民幣28,228元，自二零一四年起複合年增長率為8.8%。人民收入增加導致消費升級及轉變以及刺激娛樂需求。中國居民的人均娛樂開支於二零一八年達到人民幣1,372元，自二零一四年起複合年增長率為10.7%。

鑒於電視劇市場乃娛樂行業的主要組成部分之一，人均娛樂開支增加會進一步促進戲劇市場發展。此外，中國用戶正在養成為內容付費的習慣，彼等較之前更願意支付訂閱內容。根據國家廣電總局，中國網絡播放（網上視頻及音頻）的付費用戶於二零一八年達致347.0百萬元，自二零一六年起複合增長率為42.0%。用戶的可支配收入及娛樂開支的持續增加及樂意付費預計將進一步推動中國電視劇市場的發展。

- **電視劇創新：**為滿足觀眾對電視劇品質（如劇本創作質量、拍攝技巧及藝人表現）越來越高的期待，電視劇製作人及網上視頻媒體平台大力投入創新。部分已建立內部調研團隊，專注內容創作、觀眾行為分析，藉此提升電視劇的品質，令電視劇的觀眾評分可在競爭激烈的市場得以改善。此外，技術創新已被視為其中一項關鍵的成功因素。例如，新的特效技術可提升視覺效果。此外，大數據分析等技術亦廣泛利用於內容設計、營銷及發行過程。
- **互聯網愈發普及：**互聯網越來越普及為觀眾提供新的媒體渠道觀看電視劇。新媒體渠道湧現亦向電視劇製作人提供發行電視劇的新思路。預期會有更多發行電視劇的渠道可選擇，進一步推動中國電視劇市場發展。

行業概覽

- **豐富的資金投資：**充沛的資金支持亦成為電視劇製作行業的關鍵市場驅動力。此外，投資過程中亦涉及不同的融資方式(如透過私人股權投資及創業投資融資)，為電視劇製作公司提供多元化的融資途徑。

中國電視劇市場的入行門檻

中國電視劇市場的入行門檻相對較高，並包括以下因素：

- **行政法規：**電視劇製作行業受到相關部門的嚴格監管。中國政府已制定一系列詳細法規，包括《廣播電視節目製作經營管理規定》，要求進軍市場的新業者於製作及發行任何電視劇之前必須取得政府管理部門的合法許可。詳情請參閱本文件「監管概覽 — 與製作和發行電視節目有關的法規」一段。
- **資金要求：**電視劇製作行業的公司通常擁有雄厚的資金實力。彼等需要大筆資金支付不同費用，例如購買版權及勞工成本。目前，內容製作及電視劇發行的成本處於相對較高水平。因此，其為此市場的新進軍者設下較高的入行門檻。
- **專業人士：**電視劇製作過程需要大量具有不同領域專業知識的專業人士，例如導演、藝人、攝影師、發行團隊及其他專業人士。該等專業人士通常擁有多年的專業經驗，並與相關合作夥伴保持長期合作關係。因此，建立經驗豐富的專業人士團隊為另一項市場入行門檻。
- **品牌吸引：**大型及領先的電視劇製作公司已於市場上建立知名品牌。其品牌知名度通常基於製作優質的電視劇而積累，具有良好的收視率及聲譽。對下游而言，彼等的品牌吸引更多買家，致使定價可相對較高。對上游而言，憑藉其雄厚的財務實力及品牌價值，該等公司更能吸引優質藝人及劇本資源，以及優秀的製作及發行團隊，包括導演及製作人。大多數市場資源被領先的市場業者所佔據。缺乏品牌影響力令新進軍者難以於市場生存。

行業概覽

中國電視劇市場的未來趨勢

- **與電視劇製作公司及網上視頻平台合作：**由於網絡視頻平台越來越普及，更多人養成使用新媒體渠道觀看電視劇的習慣。因此，電視劇製作公司與電視台建立戰略聯盟，亦會與網上視頻平台建立有關聯盟。此外，藝人的薪金等電視製作成本亦經歷快速增長。更多電視劇製作公司傾向與其他公司進行戰略合作，以降低電視劇製作的高昂成本，並實現資源共享以提升實力。
- **於電視台及新媒體頻道兩個平台發行：**由於互聯網普及率越來越高，更多人習慣通過新媒體頻道（而非電視台）觀看電視劇。為了迎合對優質內容不斷上升的需求，領先網上視頻平台致力提供各種優質娛樂內容，包括熱門電視劇，以吸引及保留用戶，藉此維持彼等於市場上的競爭力。因此，越來越多電視劇預期將於電視台及新媒體頻道兩個平台上發行，以接觸範圍更廣的觀眾。這種雙重發行渠道為觀眾提供更多靈活性，可隨時隨地觀看電視劇，而毋須遵循相對受限的電視台播放時間。
- **減產改革及許可費增加：**自從推出「一部電視劇，兩個衛星電視頻道」政策以來，於電視台廣播的電視劇數目出現下滑趨勢。目前，約20%電視劇取得電視劇播放權許可但尚未播放。已審批電視劇及已播放電視劇的差距尚未減少，意味著「減產」改革將繼續進行，意味著有更多已審批電視劇不能播放。受該項改革影響，為了取得更高的每集平均售價，領先電視劇製作公司傾向於更注重於質量。此外，優質電視劇製作成本上升及需求增加將推動許可費持續攀升。

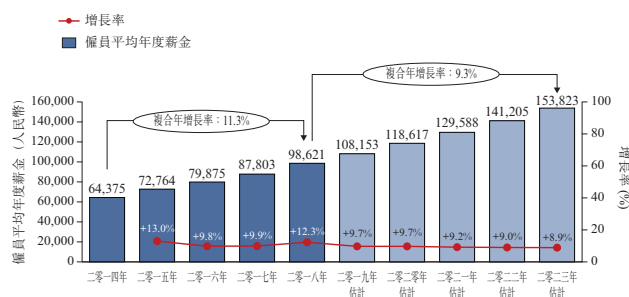
中國電視劇市場的成本分析

鑒於中國宏觀經濟的繁榮昌盛及文化、體育及娛樂行業的發展，電視劇市場僱員的平均年薪由二零一四年的人民幣64,375元迅速增至二零一八年的人民幣98,621元，複合年增長率為11.3%。

此外，有見戲劇市場的穩定增長及中國文化、體育及娛樂行業的發展，電視劇市場僱員的平均年薪預期於二零一八年至二零二三年將按複合年增長率9.3%持續增長並於二零二三年達致人民幣153,823元。

行業概覽

中國僱員平均年度薪金，二零一四年至二零二三年預計



資料來源：國家統計局、弗若斯特沙利文

中國電視劇市場的競爭格局

中國的電視劇市場高度分散，於二零一八年，五大電視劇集團以投資、製作及發行電視劇產生的收益計算，佔整體市場份額的30.6%。

本公司於二零一八年以電視劇收益計算，在電視劇市場排行第20及第30，市場份額為0.6%。

二零一八年電視劇集團排名、身份及背景

| 排名 | 電視劇集團 | 身份及背景 | 電視劇收益 (人民幣百萬元) | 市場份額 (%) |
|----|----------|----------------------------------|-------------------|-----------------|
| 1 | 集團A | 專注於電視劇及網劇、電視節目、電影及藝員代理的上市公司 | 4.0 | 15.3% |
| 2 | 集團B | 專注於電視劇及網劇、電視節目、電影、網絡遊戲及藝員代理的上市公司 | 1.6 | 6.1% |
| 3 | 集團C | 專注於電視劇及網劇及電影的上市公司 | 1.0 | 3.8% |
| 4 | 集團D | 專注於電視劇及網劇、電影、網絡遊戲及藝員代理的上市公司 | 0.8 | 3.1% |
| 5 | 集團E | 專注於電視劇及網劇、電視節目、電影及體育的上市公司 | 0.6 | 2.3% |
| | 五大 總計 | | 8.0 26.1 | 30.6% 100.0% |

附註： 電視劇收益包括投資、製作及發行電視劇產生的收益。

資料來源：弗若斯特沙利文