

---

# 2024 年中国 剧集报告

---

报告来源：国家广电

# 2024 年中国剧集报告



《2024 年中国剧集报告》由国家广播电视总局广播影视发展研究中心和首都视听产业协会联合发布，横店影视文化产业集聚区管委会、象山 706 影视双创中心、青岛西海岸新区影视产业发展中心提供数据支持。

《2024 年中国剧集报告》总结了 2024 年剧集发展的六大态势，并对中国剧集未来发展提出四大展望。

## 态势一

### 剧集生产创作进入提质升级关键期 内容供给侧显示结构性变化

**第一，电视剧备案数与发行数一升一降，结构性改革进一步深化。**备案数方面，2023年全年全国电视剧拍摄制作备案公示剧目共538部17535集，同比分别上升了14%和13.6%。2024年1—10月，电视剧备案数是516部，同比2023年的427部又上升了20.8%。备案数增加，表明各方对剧集市场前景看好，市场创作积极性进一步回升。制作发行方面，2023年全国制作发行电视剧156部4632集，同比分别下降了2.5%和12.3%。2024年前三季度，电视剧发行数是72部，同比2023年的109部下降了33.9%，电视剧发行数呈持续下降趋势，市场更重质量而非数量。



**第二，网络剧生产保持提质减量。**2023年，上线网络剧数量151部，同比下降11%，在广电总局“重点网络影视剧信息备案系统”中备案的网络剧199部4929集，同比下降20%。2024年1—9月，备案数117部，同比下降22%。

**第三，网络微短剧蓬勃快速发展。**中国网络视听节目服务协会数据显示，2024年1—8月长短视频平台已有900部微短剧上线，预计全年上线数量可达1350部，同比增长27.5%。小程序和App平台共上线微短剧22615部，市场各主体创作积极性较高，网络微短剧行业整体呈现蓬勃发展态势。



## 态势二

### 剧集创作艺术凸显品质化、多元化

**第一，重大题材剧创作在构建中国主流叙事话语体系方面逐渐成熟。**

**革命历史剧题材与手法全方位创新。**创作布局进一步优化，聚焦不同革命历史时期，围绕纪念抗美援朝战争胜利70周年、毛泽东同志诞辰130周年、邓小平同志诞辰120周年，乡村振兴、民族融合、共建“一带一路”10周年等重大主题，推出了《上甘岭》<sup>Q</sup>《大道薪火》《问苍茫》《鲲鹏击浪》《走向大西南》《西北岁月》等作品，均保持较高品质。



**重大现实题材剧进一步聚焦和深化时代主题。**《欢迎来到麦乐村》《幸福草》《日光之城》等剧敏锐捕捉时代主题，讴歌中国人的开拓进取精神与巨大成就。

**第二，现实题材剧集创作继续保持主流地位。**2023年，全国生产完成并获得《国产电视剧发行许可证》的电视剧中，现实题材作品占比达到79.49%。2024年1—10月，全国电视剧拍摄制作备案公示的剧目中，当代题材364部10480集，分别占比66.67%和60.97%。今年1—7月，上星频道晚间黄金档播出首轮剧42部，现实题材剧集29部，占比约70%。现实题材作品当之无愧为当下创作主流，同时呈现以下新特点：

**一是口碑剧主要集中于现实题材作品。**《漫长的季节》《去有风的地方》《狂飙》《三体》《山花烂漫时》《我的阿勒泰》《日光之城》《小巷人家》等剧集评分均位居前列。

重大现实题材剧进一步聚焦和深化时代主题。《欢迎来到麦乐村》《幸福草》《日光之城》等剧敏锐捕捉时代主题，讴歌中国人的开拓进取精神与巨大成就。

**第二，现实题材剧集创作继续保持主流地位。**2023年，全国生产完成并获得《国产电视剧发行许可证》的电视剧中，现实题材作品占比达到79.49%。2024年1—10月，全国电视剧拍摄制作备案公示的剧目中，当代题材364部10480集，分别占比66.67%和60.97%。今年1—7月，上星频道晚间黄金档播出首轮剧42部，现实题材剧集29部，占比约70%。

现实题材作品当之无愧为当下创作主流，同时呈现以下新特点：

一是口碑剧主要集中于现实题材作品。《漫长的季节》《去有风的地方》《狂飙》《三体》《山花烂漫时》《我的阿勒泰》《日光之城》《小巷人家》等剧集评分均位居前列。



二是年代剧凭借出色创作成为高收视主力军。《父辈的荣耀》《繁花》<sup>9</sup>《大江大河之岁月如歌》《南来北往》《小巷人家》等取得高收视率。

三是都市题材剧突出温暖现实主义基调，老年题材剧集表现出色。《玫瑰的故事》《春色寄情人》《凡人歌》《如果奔跑是我的人生》等引发观众共鸣，《熟年》《烟火人家》《外婆的新世界》《老家伙》等关注中老年题材的好剧不断。

四是边疆题材剧特色鲜明又温暖治愈。《我的阿勒泰》《大海道》《日光之城》为观众呈现充满活力与热爱的边疆人文画卷。



五是教育题材剧关注基层优秀教师，彰显现实意义。《山花烂漫时》《春风化雨》赢得观众普遍赞誉。

六是行业职场剧呈现更多新鲜职业场景和新兴领域。《城中之城》《赤热》《梦想城》《海天雄鹰》等聚焦金融反腐、芯片、数字科技、航母舰载机等题材，《我是刑警》《人民警察》《江河之上》《公诉》《风雨送春归》<sup>9</sup>等公检法题材剧展现司法战线风采。

### 第三，类型剧集全方位拓展叙事边界。

一是悬疑剧、谍战剧注重叙事手法与思想内涵并重。《宿敌》《新生》<sup>9</sup>《白夜破晓》《看不见影子的少年》《边水往事》《追风者》等拓展新路径。



二是古装剧创作回暖，创作正剧化倾向更加明显。《丁宝桢》《庆余年第二季》《天行健》《大理寺少卿游》《唐朝诡事录之西行》《长相思第一季》《少年白马醉春风》等拓展古装剧审美取向与叙事模式。

### 态势三

 **播出格局明显变化**  
**台网融合共振共赢**

**第一，“网剧上星”打通大屏，好作品进入好时段好平台。**

一是网络剧首次登陆央视一套黄金档，央视八套黄金档播出多部网络剧。网络剧《我的阿勒泰》首次在中央广播电视总台综合频道黄金时段播出，抗战剧《狗剩快跑》、古装悬疑剧《大唐狄公案》、情感悬疑剧《微暗之火》、都市爱情剧《春色寄情人》和古装传奇剧《庆余年第二季》等多题材网络剧在央视八套黄金档播出。

二是多部网络剧首轮播出进入卫视黄金档。《与凤行》《一念关山》《长相思第二季》等收获较高期待和关注。



三是部分网络剧、微短剧的多轮播出进入央卫视。《星汉灿烂·月升沧海》《漫长的季节》，在大屏延续剧集热度，《风月变》《一梦枕星河》《南辕北辙的我们》《金猪玉叶》等30余部微短剧在卫视播出。

### 第二，“多星联播”提升大屏优质内容供给。

2024年8月，广电总局印发《关于丰富电视大屏内容进一步满足人民群众文化需求的意见（试行）》，提出进一步优化电视剧播出调控管理，自2015年实施“一剧两星”政策以来首次允许“多星联播”，《孤舟》《大海道》等在多家卫视和网络平台同步播出。

### 第三，排播模式持续创新，网络制播完善升级。

一是剧场模式是网络视听平台“以排播带运营”的重要抓手，不同平台的辨识度进一步突出。爱奇艺“大家剧场”“微尘剧场”“短剧场”“微剧场”，优酷“生花剧场”“白夜剧场”等创新推出。

二是2024年剧集的“档期效应”愈发明显。《繁花》《南来北往》<sup>Q</sup>《在暴雪时分》《烟火人家》等春节档优秀剧集引发观剧热潮。《长相思第二季》《墨雨云间》《玫瑰的故事》《边水往事》等剧在暑档期热播。





三是借助短视频进行营销联动和借官方微博账号及话题标识宣推成为剧集营销的主要手段。剧集衍生周边产业如火如荼，成为网络视听平台用户增长的重要手段。

#### 态势四

### 产业在竞合中谋发展 新业务提升产业势能

**第一，产业主体在合作竞争中形成新格局。**一是省级卫视与中央广播电视总台的差距愈发明显。二是主要视频平台原创能力及原创收益进一步提升。

**第二，网络微短剧成为发展热点，提升产业势能。**网络微短剧迸发巨大发展潜能，有关数据预测，2024年中国网络微短剧市场规模超500亿元，2027年有望突破1000亿元。其中，文旅联动成为微短剧产业发展亮点，截至目前，已有五批共计162部优秀微短剧作品入选广电总局“跟着微短剧去旅行”推荐目录，取景地涉及全国30余省份。



**第三，跨行业跨国运营或将成为产业新风口。**剧集产业强化与文旅产业的协同和放大组合效应，《繁花》《我的阿勒泰》等向观众展示多姿多彩的地方风貌特色，并带动当地文旅。爱奇艺、腾讯视频等国内主要视听平台和制作机构纷纷开展跨国运营，以海外本土剧扩大平台海外影响力和竞争力。

#### 态势五

### 海外传播能力持续增强 流媒体成为海外发行主体

**第一，剧集出口额连年稳步增长，占中国节目出口总额超六成。**海外发行收入未来增长提升空间巨大。微短剧快速成长为视听国际传播的重要新生力量。

**第二，亚洲仍为主要出口区域，其他市场正在涵育。**亚洲是中国剧集的主要市场，东南亚地区稳居中国剧集海外发行的第一市场，达到60.78%。在北美、欧洲、中东、非洲、中亚、澳大利亚等区域中国剧集均有发行，其中中东和非洲占比11.76%。

**第三，现实题材备受青睐，古装剧发行收入最佳。**

**第四，自主版权发行占比最高，流媒体发行更为普遍。**

## 态势六

### 观众观剧习惯与审美偏好 日益细分化个性化

**第一，“重温经典”频道提升大屏吸引力，进一步稳固观众基础。**据CVB数据统计，“重温经典”频道自2024年2月1日开播以来，至11月底已排播131档节目，该频道有线电视端累计收视规模6348.4万户，累计收视时长14亿小时。



**第二，观众对剧集题材偏好显著，聚焦重大、古装和现代都市三大热门题材。**

**第三，长短视频平台互补互促，共同塑造网络制播生态。**在剧集信息的获取中，长短视频平台与综合类社交平台是观众获知一部电视剧（网络剧）的主要渠道。在观看平台的选择中，长视频平台爱奇艺、腾讯视频和优酷分别以72.17%、63.82%和49.54%的比例领先。短视频追剧也已蔚然成风，抖音以59.74%的比例占据明显优势。

《2024年中国剧集报告》不只对2024年剧集发展的态势进行了全面总结，也对中国剧集发展的未来展望进行了前瞻性分析。

**一是剧集创作进入深化减量提质、融合发展新阶段。**未来，电视剧和网络剧融合趋势将更加明显，内容创作手法、传播渠道等的界限将进一步消弭。从题材类型看，主题化创作与类型化创作的叙事话语将进一步成熟，高品质现实题材剧集将是引领市场创作方向、提升剧集社会影响度的重要力量。历史题材剧创作将逐步回暖复苏，有力推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展。

**二是剧集产业政策环境持续优化，健康有序发展和行业综合治理并重。**未来，随着行业主管部门深化改革，剧集高质量发展将围绕抓精品和抓环境，进一步打通网上网下，进一步整合传统广播电视和网络视听资源，进一步落实中央放管服政策，进一步加强与各部委、各级行业主管部门以及社会各方力量的共同联动，推动行业监管与繁荣并重、提振与减负并行。

**三是以科技创新引领产业创新，探索发展剧集行业新业态、新体验、新模式。**未来，AIGC、超高清、虚拟制片等新技术不仅是推动剧集艺术创作效率与质量的重要变量，也将成为剧集行业创新要素配置、推动产业深度转型升级的重要新质生产力，推动剧集行业向更加智能、更好体验发展。

**四是中国剧集走向世界已是大势所趋。**未来，不论是彰显东方美学的古装剧，还是关注当代中国的现实题材剧；艺术样态不论是电视剧、网络剧还是微短剧，都将成为讲好真实、立体、全面的中国故事的重要载体。剧集出海方式将更加丰富，传统渠道不断夯实，自建平台和新兴业态强劲发展，跨国运营愈加普遍，中国剧集的传播力、影响力将大幅度提高。