

2016-2022年中国移动视频行业发展现状与十三五 发展趋势研究报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国移动视频行业发展现状与十三五发展趋势研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/wanluomeiti/240274240274.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

移动视频业务是通过移动网络和移动终端为用户提供视频内容的新型通信服务，其主要特征在于传送的内容是比文本、语音更加高级的视频图像（Video），并可以伴有音频（Audio）信息。移动视频需求正呈爆炸式增长。随着人们对于随时随地的多媒体访问需求的日益迫切，TV随地接收服务随之应运而生。

截至2014年12月，我国网民规模达6.49亿，全年共计新增网民3117万人。互联网普及率为47.9%，较2013年底提升了2.1个百分点。我国手机网民规模达5.57亿，较2013年增加5672万人。网民中使用手机上网的人群占比由2013年的81.0%提升至85.8%。2014年底，中国移动视频用户规模达到3.41亿，较2013年底增长32.7%。目前，移动视频用户增量仍主要来自于PC端用户的迁移，用户移动端视频观看习惯的逐步培育将继续推动移动视频应用用户规模的平稳增长。2014年，中国在线视频市场规模为239.7亿元，同比增长76.4%，高于2013年的48.0%，主要原因在于其他业务收入的迅速增长，2014年其他业务收入为61.7亿元，同比增长高达220.4%。2014年中国在线视频市场规模同比增长的103.9亿元中，广告收入、其他业务收入的贡献率（该业务市场规模同比增量/在线视频整体市场规模同比增量）分别为52.0%和40.9%，广告仍然是在线视频市场的核心增长动力，而其他业务中的终端销售收入、游戏联运（包括移动游戏联运）收入也是部分在线视频企业营收增长的重要推动力。

移动视频行业在大力拓展移动视频业务的同时，对其商业化也在积极布局。用户观看视频越来越频繁在电脑、平板、手机、电视等多屏幕之间转换，“一源多屏”的趋势非常明显，而这将有利于广告客户更长时间地和目标用户接触。平板电脑是最富性价比的移动视频广告展示终端。可能因为屏幕限制，平板电脑为移动端视频广告的主要投放领地，一些广告主在pad上投放的广告预算比例最高达20%。随着互联网精准的投入，客户可以准确的看到哪一个平台所带进的流量转化率最高，而这些数据的运用得当，对客户无疑是一个好消息，也将推动移动视频广告市场的健康发展。

中国报告网发布的《2016-2022年中国移动视频行业发展现状与十三五发展趋势研究报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格

数据主要来自于各类市场监测数据库。

【报告大纲】

第一部分 移动视频行业发展环境

第一章 移动视频行业发展背景及研究范围界定

第一节 移动视频行业研究综述

- 一、移动视频行业研究背景
- 二、移动视频行业研究意义
- 三、移动视频行业定义及研究范围界定
- 四、移动视频行业产业链分析

第二节 移动视频行业政策环境分析

- 一、移动视频行业监管体制
- 二、移动视频行业相关政策
 - 1、移动视频行业相关规划
 - 2、移动视频行业相关制度
 - 3、移动视频行业行业相关政策解读
- 三、移动视频行业重要政策

第三节 行业经济环境分析

- 一、中国宏观经济现状
 - 1、居民人均GDP增长
 - 2、居民收入增长情况
 - 3、宏观环境对移动视频行业行业的影响
- 二、中国宏观经济展望

第四节 行业社会环境分析

- 一、人口总量增长
- 二、人口结构变化
- 三、消费理念的转变
- 四、社会环境对移动视频行业行业的影响

第二部分 移动视频行业运行现状

第二章 2014-2015年中国移动视频行业发展现状分析

第一节 中国移动视频行业发展概述

- 一、中国移动视频行业发展历程
- 二、我国移动视频行业发展特点分析
- 三、中国移动视频行业发展面临问题
- 四、中国移动视频行业发展趋势分析

第二节 我国移动视频行业发展状况

- 一、2014-2015年中国移动视频行业发展回顾
- 三、2014-2015年中国移动视频企业发展分析
- 二、2014-2015年我国移动视频市场发展分析
- 第三节 2014-2015年中国移动视频行业供需分析
 - 一、2014-2015年中国移动视频行业需求分析
 - 二、2014-2015年中国移动视频行业供求分析
- 第四节 2014-2015年移动视频行业产量分析
 - 一、2014-2015年我国移动视频产量分析
 - 二、2016-2022年我国移动视频产量预测
- 第五节 2014-2015年中国移动视频价格走势及影响因素分析
 - 一、2014-2015年中国移动视频价格回顾
 - 二、移动视频当前市场价格及评述
 - 三、移动视频价格影响因素分析
 - 四、2016-2022年移动视频未来价格走势预测
- 第三章 我国移动视频行业整体运行指标分析
 - 第一节 2014-2015年中国移动视频行业总体规模分析
 - 一、企业数量结构分析
 - 二、人员规模状况分析
 - 三、行业资产规模分析
 - 四、行业市场规模分析
 - 第二节 2014-2015年中国移动视频行业财务指标总体分析
 - 一、行业盈利能力分析
 - 1、我国移动视频行业销售利润率
 - 2、我国移动视频行业成本费用利润率
 - 3、我国移动视频行业亏损面
 - 二、行业偿债能力分析
 - 1、我国移动视频行业资产负债比率
 - 2、我国移动视频行业利息保障倍数
 - 三、行业营运能力分析
 - 1、我国移动视频行业应收帐款周转率
 - 2、我国移动视频行业总资产周转率
 - 3、我国移动视频行业流动资产周转率
 - 四、行业发展能力分析
 - 1、我国移动视频行业总资产增长率
 - 2、我国移动视频行业利润总额增长率

3、我国移动视频行业主营业务收入增长率

4、我国移动视频行业资本保值增值率

第三部分 移动视频产业结构分析

第四章 移动视频行业产业结构分析

第一节 移动视频产业结构分析

一、市场细分充分程度分析

二、各细分市场领先企业排名

三、各细分市场占总市场的结构比例

四、领先企业的结构分析（所有制结构）

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

一、产业价值链的构成

二、产业链条的竞争优势与劣势分析

第三节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国移动视频行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第五章 移动视频行业上下游产业链发展环境分析

第一节 移动视频行业上游行业分析

一、主要原材料介绍

二、重点上游行业发展现状

三、重点上游行业发展趋势预测

四、行业新动态及其对移动视频行业的影响

五、行业竞争状况及其对移动视频行业的意义

第二节 移动视频行业下游行业分析

一、主要应用领域分析

二、主要下游行业发展现状

三、主要下游行业发展趋势预测

四、主要下游行业市场现状分析

五、行业新动态及其对移动视频行业的影响

六、行业竞争状况及其对移动视频行业的意义

第四部分 移动视频行业竞争格局

第六章 中国移动视频行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征及变化

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域集中度分析

三、行业区域分布特点分析

四、行业规模指标区域分布分析

五、行业效益指标区域分布分析

六、行业企业数的区域分布分析

第二节 2014-2015年移动视频行业重点区域市场分析

一、北京

二、浙江

三、江苏

四、上海

五、广东

第七章 2016-2022年移动视频行业竞争形势

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、移动视频行业竞争结构分析

二、移动视频行业企业间竞争格局分析

三、移动视频行业集中度分析

四、移动视频行业SWOT分析

第二节 中国移动视频行业竞争格局综述

一、移动视频行业竞争概况

二、中国移动视频行业竞争力分析

三、移动视频行业主要企业竞争力分析

第三节 移动视频行业并购重组分析

一、行业并购重组现状及其重要影响

二、跨国公司在华投资兼并与重组分析

三、本土企业投资兼并与重组分析

四、企业升级途径及并购重组风险分析

五、行业投资兼并与重组趋势分析

第八章 移动视频行业领先企业经营形势分析

第一节 爱奇艺

一、企业基本概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、未来发展战略与规划分析

第二节 乐视视频

一、企业基本概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、未来发展战略与规划分析

第三节 优酷土豆

一、企业基本概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、未来发展战略与规划分析

第四节 酷六网

一、企业基本概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、未来发展战略与规划分析

第五节 搜狐视频

一、企业基本概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、未来发展战略与规划分析

第六节 腾讯视频

一、企业基本概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、未来发展战略与规划分析

第七节 PPTV

一、企业基本概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、未来发展战略与规划分析

第八节 PPS影音

一、企业基本概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、未来发展战略与规划分析

第九节 暴风影音

一、企业基本概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、未来发展战略与规划分析

第十节 迅雷看看

一、企业基本概况

二、经营状况分析

三、竞争优势分析

四、未来发展战略与规划分析

第四部分 移动视频行业投资策略

第九章 2014-2015年移动视频行业投资现状分析

第一节 2014年移动视频行业投资情况分析

一、2014年总体投资及结构

二、2014年投资规模情况

三、2014年投资增速情况

四、2014年分行业投资分析

五、2014年分地区投资分析

六、2014年外商投资情况

第二节 2015年移动视频行业投资情况分析

一、2015年总体投资及结构

二、2015年投资规模情况

三、2015年投资增速情况

四、2015年细分行业投资分析

五、2015年各地区投资分析

六、2015年年外商投资情况

第三节 行业生命周期分析

第十章 移动视频行业投资策略分析

第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、盈利模式分析

第三节 2015年移动视频行业投资效益分析

第四节 2015年移动视频行业投资策略研究

第五节 中国移动视频行业的投资建议

一、移动视频行业投资现状分析

二、移动视频行业最新投资动向

三、移动视频行业投资及信贷建议

第十一章 2016-2022年移动视频行业投资前景

第一节 2016-2022年移动视频市场发展前景

一、2016-2022年移动视频市场发展潜力

二、2016-2022年移动视频市场发展前景展望

三、2016-2022年移动视频细分行业发展前景分析

第二节 2016-2022年移动视频市场发展趋势预测

一、2016-2022年移动视频行业发展趋势

二、2016-2022年移动视频市场规模预测

三、2016-2022年细分市场发展趋势预测

第三节 2016-2022年中国移动视频行业供需预测

一、2016-2022年中国移动视频行业供给预测

二、2016-2022年中国移动视频行业需求预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2016-2022年移动视频行业投资机会与风险防范

第一节 移动视频行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、移动视频行业投资现状分析

第二节 2016-2022年移动视频行业投资机会

一、细分市场投资机会

二、重点区域投资机会

三、移动视频行业投资机遇

第三节 2016-2022年移动视频行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、供求风险及防范

三、宏观经济波动风险及防范

四、产品结构风险及防范

五、其他风险及防范

第十三章 移动视频行业发展战略研究

第一节 移动视频行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国移动视频品牌的战略思考

一、移动视频品牌的重要性

二、移动视频实施品牌战略的意义

三、移动视频企业品牌的现状分析

四、我国移动视频企业的品牌战略

五、移动视频品牌战略管理的策略

第三节 移动视频经营策略分析

一、移动视频市场细分策略

二、移动视频市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、移动视频新产品差异化战略

第四节 移动视频行业投资战略研究

一、2015年移动视频行业投资战略

二、2016-2022年移动视频行业投资战略

三、2016-2022年细分行业投资战略

第四部分 移动视频行业研究建议

第十四章 研究结论及投资建议

第一节 移动视频行业研究结论及建议

第二节 移动视频子行业研究结论及建议

第三节 对移动视频行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：移动视频行业产品的分类

图表：移动视频行业产业链结构

图表：2014-2015年GDP增长情况

图表：2014-2015年我国消费价格指数增长趋势图

图表：2014-2015年我国居民人均收入情况

图表：2011-2015年我国居民恩格尔系数情况

图表：2015年我国工业增加值月度同比增长率情况

图表：2011-2012年我国对外贸易进出库情况

图表：2014-2015年我国不同教育程度人口比例

图表：2011-2015年我国城镇化率情况

图表：2011-2015年我国移动视频行业市场规模及增长情况

图表：2011-2015年我国移动视频市场产能及增长情况

图表：2011-2015年我国移动视频市场产量及增长情况

图表：2011-2015年我国移动视频市场需求及增长情况

图表：2011-2015年我国移动视频市场供给及增长情况

图表：2011-2015年我国移动视频行业价格走势情况

图表：2016-2022年移动视频产品应用市场规模预测

图表：2016-2022年我国移动视频行业产能预测

图表：2016-2022年我国移动视频行业产量预测

图表：2011-2015年我国移动视频行业需求预测

图表：2011-2015年我国移动视频行业供给预测

图表：2011-2015年我国移动视频行业供需平衡预测

图表：2011-2015年我国移动视频行业价格走势预测

图表：2016-2022年我国移动视频行业销售收入预测

图表：区域发展战略咨询流程图

图表：区域SWOT战略分析图

图表：移动视频行业投资分析框架

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险（GY zm）。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wangluomeiti/240274240274.html>