

2020年中国长视频市场前景研究报告- 市场供需现状与未来商机预测

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《2020年中国长视频市场前景研究报告-市场供需现状与未来商机预测》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/yingshidongman/500786500786.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

进入2020年来，受疫情影响，长视频观看需求得到快速需求，使得一季度平台整体受益明显，其中爱奇艺剧集及芒果自制综艺具备领先优势。

剧集方面，2019年全网上新剧为489部；上新集数为14,462集，同比下降2.5%。除分账网剧、竖屏剧外，2019年共上新390部剧。

2018-2019 年全网上新剧集部数

数据来源：公开数据整理

2018-2019 年全网上新剧集数

数据来源：公开数据整理

从平台来看，爱奇艺上新数量领先。数据显示，2020年Q1爱奇艺上新52部，腾讯视频上新32部，优酷上新37部，芒果TV上新19部。而在此前2019年里，也是爱奇艺上新数量领先，达到了257部，较腾讯视频、优酷、芒果TV分别多了59部、90部、140部。

2019年分平台上新剧部数

数据来源：公开数据整理

2020年Q1分平台上新剧部数

数据来源：公开数据整理

2020年第一季度，全网剧集有效播放 1457 亿，同比增长 9%，网络剧有效播放达 522 亿，同比增长58%，占比由25%增至36%。具体从各平台来看，芒果在《下一站是幸福》带动下有效播放大幅提升，到了42 亿，同比增长 98%；另外爱奇艺播放最高，为 627 亿，同比增长 17%；其次为腾讯视频、优酷，其有效播放491 亿、279 亿，分别同比增长1%、15%。

2019年Q1与2020年Q1全网剧集有效播放情况

数据来源：公开数据整理

2020年Q1 各平台剧集有效播放情况

数据来源：公开数据整理

2020年Q1 各平台上新剧有效播放情况

数据来源：公开数据整理

另外在剧集艺恩播映指数来看，与上述整体有效播放趋势相吻合，也是腾讯、爱奇艺的剧集播映热度上前十占比更多。

2020年Q1 剧集艺恩播映指数前十情况

序号

剧集名称

播映指数

播放量

平台

1

安家

80.9

63.5亿

腾讯

2

冰糖炖雪梨

79.7

-

优酷

3

如果岁月可回头

77.2

8.3亿

爱奇艺、优酷、芒果TV、腾讯

4

三生三世枕上书

77

77.0亿

腾讯

5

鬓边不是海棠红

76.8

-

爱奇艺

6

不完美的她

75.8

1.3亿

爱奇艺、腾讯

7

完美关系

75.6

34.9亿

爱奇艺、芒果TV、腾讯

8

无心法师第三季

74.7

7.2亿

爱奇艺、优酷、腾讯

9

锦衣之下

74.2

26.4亿

爱奇艺、芒果TV、腾讯

10

重生

73.7

-

优酷 资料来源：公开资料整理

综艺方面，上新基本保持稳定。数据显示，2020年一季度，全网电视综艺上新数量27部，网络综艺上新29部。

2019年Q1及2020年Q1全平台综艺上新数量

数据来源：公开数据整理

从各平台来看，芒果TV自制综艺数量领先，占比提升。以2019年的数据为例，在2019年208部的上新综艺中，芒果TV自制综艺数量领先，高达45部。

2019年上新综艺各平台自制综艺分布

数据来源：公开数据整理

2020年Q1全网综艺有效播放91亿，除优酷明显下滑外，爱奇艺、腾讯视频、芒果TV有效播放基本维持稳定，。其中爱奇艺同比增加1%，腾讯视频同比增加7%，芒果TV同比增加7%。此外从20Q1综艺的艺恩播映指数来看，芒果TV的综艺仍占优势。

2020年Q1四大平台综艺有效播放

数据来源：公开数据整理

2020年Q1 综艺艺恩播映指数前十

序号

综艺名称

播映指数

播放量

平台

1

青春有你第二季

70.7

-

爱奇艺

2

王牌对王牌第五季

66

13.3亿

腾讯

3

歌手·当打之年

65.4

10.2亿

腾讯、芒果TV

4

朋友请听好

65.1

11.3亿

芒果TV

5

我们的乐队

58.2

4.8亿

芒果TV

6

周游记

571

6.0千万

芒果TV

7

明星大侦探第五季

56

21.0亿

芒果TV

8

欢乐喜剧人第六季

55.7

4.2亿

腾讯

9

声临其境第三季

54.4

7.1亿

芒果TV

10

潮流合伙人

53.9

-

爱奇艺 资料来源：公开资料整理

在用户活跃方面，受益疫情宅家，平台2020年Q1整体活跃用户增长。数据显示，2020年Q1爱奇艺及腾讯视频均同比增长8%，优酷视频同比下降2%，芒果TV同比增长53%。

从业务数据来看，一季度各平台均体现付费会员受益、广告承压趋势，预计二季度随着《乘风破浪的姐姐》的上线，Q2芒果广告有望率先回暖。根据数据显示，在2020年一季度，爱奇艺订阅会员数净增1200万至1.19亿，腾讯视频净增600万至1.12亿，两家平台付费率提升至接近21%。爱奇艺广告收入15.4亿元，同比下滑27.5%。

2017-2020年一季度爱奇艺、腾讯视频、芒果TV年度付费用户数及同比增速对比

2017

2018

2019

20Q1

爱奇艺付费用户数（万）

5,080

8,740

10,690

11,890

同比增速

72.0%

22.3%

22.8%

腾讯视频付费用户数（万）

5,400

8,900

10,600

11,200

同比增速

64.8%

19.1%

25.8%

芒果TV付费用户数（万）

451

1,075

1,837

-

同比增速

138.4%

70.9%

- 资料来源：公开资料整理

爱奇艺、腾讯视频、芒果TV年度付费率对比

2017

2018

2019

20Q1

爱奇艺

11.0%

16.0%

19.3%

20.8%

腾讯视频

11.8%

16.8%

19.3%

20.9%

芒果 TV

5.7%

11.8%

13.7%

- 资料来源：公开资料整理（WW）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国长视频市场前景研究报告-市场供需现状与未来商机预测》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国长视频行业发展概述

第一节 长视频行业发展情况概述

- 一、长视频行业相关定义
- 二、长视频行业基本情况介绍
- 三、长视频行业发展特点分析
- 四、长视频行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、长视频行业需求主体分析

第二节 中国长视频行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、长视频行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国长视频行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国长视频行业生命周期分析

- 一、长视频行业生命周期理论概述
- 二、长视频行业所属的生命周期分析

第四节 长视频行业经济指标分析

- 一、长视频行业的赢利性分析
- 二、长视频行业的经济周期分析
- 三、长视频行业附加值的提升空间分析

第五节 中国长视频行业进入壁垒分析

- 一、长视频行业资金壁垒分析
- 二、长视频行业技术壁垒分析
- 三、长视频行业人才壁垒分析
- 四、长视频行业品牌壁垒分析
- 五、长视频行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球长视频行业市场发展现状分析

第一节 全球长视频行业发展历程回顾

第二节 全球长视频行业市场区域分布情况

第三节 亚洲长视频行业地区市场分析

- 一、亚洲长视频行业市场现状分析
- 二、亚洲长视频行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲长视频行业市场前景分析

第四节 北美长视频行业地区市场分析

- 一、北美长视频行业市场现状分析
- 二、北美长视频行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美长视频行业市场前景分析

第五节 欧盟长视频行业地区市场分析

- 一、欧盟长视频行业市场现状分析
- 二、欧盟长视频行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟长视频行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界长视频行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球长视频行业市场规模预测

第三章 中国长视频产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品长视频总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国长视频行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国长视频产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国长视频行业运行情况

第一节 中国长视频行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国长视频行业市场规模分析

第三节 中国长视频行业供应情况分析

第四节 中国长视频行业需求情况分析

第五节 我国长视频行业进出口形势分析

一、进口形势分析

二、出口形势分析

三、进出口价格对比分析

第六节 我国长视频行业细分市场分析（2015-2019年）

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第七节 中国长视频行业供需平衡分析

第八节 中国长视频行业发展趋势分析

第五章 中国长视频所属行业运行数据监测

第一节 中国长视频所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国长视频所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节 中国长视频所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国长视频市场格局分析

第一节 中国长视频行业竞争现状分析

- 一、中国长视频行业竞争情况分析
- 二、中国长视频行业主要品牌分析

第二节 中国长视频行业集中度分析

- 一、中国长视频行业市场集中度分析
- 二、中国长视频行业企业集中度分析

第三节 中国长视频行业存在的问题

第四节 中国长视频行业解决问题的策略分析

第五节 中国长视频行业竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国长视频行业需求特点与动态分析

第一节 中国长视频行业消费市场动态情况

第二节 中国长视频行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 长视频行业成本分析

第四节 长视频行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国长视频行业价格现状分析

第六节 中国长视频行业平均价格走势预测

- 一、中国长视频行业价格影响因素
- 二、中国长视频行业平均价格走势预测
- 三、中国长视频行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国长视频行业区域市场现状分析

第一节 中国长视频行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区长视频市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区长视频市场规模分析
- 四、华东地区长视频市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区长视频市场规模分析
- 四、华中地区长视频市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区长视频市场规模分析
- 四、华南地区长视频市场规模预测

第九章 2017-2020年中国长视频行业竞争情况

第一节 中国长视频行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国长视频行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国长视频行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第四节 中国长视频行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 长视频行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业1

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业2

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业3

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业4

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业5

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国长视频行业发展前景分析与预测

第一节 中国长视频行业未来发展前景分析

一、长视频行业国内投资环境分析

二、中国长视频行业市场机会分析

三、中国长视频行业投资增速预测

第二节 中国长视频行业未来发展趋势预测

第三节 中国长视频行业市场发展预测

一、中国长视频行业市场规模预测

二、中国长视频行业市场规模增速预测

三、中国长视频行业产值规模预测

四、中国长视频行业产值增速预测

五、中国长视频行业供需情况预测

第四节 中国长视频行业盈利走势预测

一、中国长视频行业毛利润同比增速预测

二、中国长视频行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国长视频行业投资风险与营销分析

第一节 长视频行业投资风险分析

一、长视频行业政策风险分析

二、长视频行业技术风险分析

三、长视频行业竞争风险分析

四、长视频行业其他风险分析

第二节 长视频行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国长视频行业发展战略及规划建议

第一节 中国长视频行业品牌战略分析

- 一、长视频企业品牌的重要性
- 二、长视频企业实施品牌战略的意义
- 三、长视频企业品牌的现状分析
- 四、长视频企业的品牌战略
- 五、长视频品牌战略管理的策略

第二节 中国长视频行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国长视频行业战略综合规划分析

- 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

第四节 长视频行业竞争力提升策略

- 一、长视频行业产品差异性策略
- 二、长视频行业个性化服务策略
- 三、长视频行业的促销宣传策略
- 四、长视频行业信息智能化策略
- 五、长视频行业品牌化建设策略
- 六、长视频行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国长视频行业发展策略及投资建议

第一节 中国长视频行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国长视频行业定价策略分析

第三节 中国长视频行业营销渠道策略

一、长视频行业渠道选择策略

二、长视频行业营销策略

第四节 中国长视频行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国长视频行业重点投资区域分析

二、中国长视频行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/500786500786.html>