

# 2018年中国长视频行业分析报告- 市场运营态势与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国长视频行业分析报告-市场运营态势与发展前景预测》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/wanluomeiti/371754371754.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

版权内容保证优势地位，自制内容为突围关键

内容是长视频竞争的关键要素。长视频平台是一个电影、连续剧、综艺等内容的分发平台，用户最关心的是平台上内容的丰富度和内容的质量。与短视频不同，长视频网站用户仅作为观众，基本不参与视频创作，平台没有很强的粘性。用户也是由内容的规模和质量吸引而来。因此只有在内容上有优势，才能获得竞争优势。

图表：热播内容对长视频App日活跃用户的影响（2018年4月-6月）

图表来源：公开资料整理

版权内容是目前最重要的流量入口，但采剧价格膨胀使其缺乏持续性。现阶段，版权剧整体质量和数量仍高于网剧，也是平台补充内容的主要来源。然而，由于各平台的竞价，2016年以来头部售价几乎翻倍，各平台只能合采，独播比例减少。非独播的版权内容大部分可免费观看，且各平台版权内容同质化严重，长期来看不会是拉动会员收入的关键。但现阶段龙头仍需要维持头部版权的购买，以防止跌出第一梯队，为自制内容的孵化争取时间。目前各大平台都开始发力自制内容，头部自制内容的质量已与国内版权内容齐平（如《白夜追凶》，豆瓣评分9.0），甚至发展出向卫视反向输出的模式（如《云巅之上》）。

自制内容可以付费独播且有多重货币化手段，是国内平台差异化的关键。平台自制内容可以独播，将成为吸引用户付费的重要因素。根据VOCUL2017年的调查报告，在流媒体原创内容更为成熟的美国，1）33%的用户是为了观看原创内容而选择相应服务，该比例同比增加8%；2）31%的AmazonPrime用户和32%的Netflix用户认为原创内容是自己看的最多的内容，而两年前该比例仅为7%和20%。

自制内容是改善视频平台成本结构的关键，而内容成本的控制将是国内平台实现盈利的关键点。自制内容演员/嘉宾和制作人员的成本更可控，且不存在采购的差价，成本远低于版权内容。国内，爱奇艺2017年自制剧比例45%，但内容成本结构中自制内容仅占不到10%，版权高昂的价格使内容成本/收入比高达70%。海外，HBO自制比例远高于Netflix，相应的内容成本/收入（36%）也低于Netflix（55%）。

图表：Netflix和HBO内容成本/收入对比

图表来源：公开资料整理

图表：Netflix和HBO自制内容比例对比

图表来源：公开资料整理

版权内容的选择依靠预测和资本，自制内容的孵化需要故事（创意）+制作。版权内容

的播放率呈现显著的长尾特征，平台需要高精度的预测模型锁定头部内容，以及充足的资本支撑竞价采购。自制内容最重要的是上游的故事以及综艺创意。目前爆款剧的故事来源主要是IP改编，播放量前20的剧集中18部为小说、漫画改编；爆款综艺的创意基本来自韩国、美国的同类综艺。未来自制剧集在头部IP存量缺少开发空间的情况下，平台需依靠自身网文、动漫平台孵化IP，或通过有吸引力的分账方式发现有潜力的剧本；综艺方面观众对同质化内容的容纳度较高，且头部综艺大多采用季播形式，平台可依靠营销制造爆款。从制作层面上来看，目前平台基本没有内部制作团队，内部人员主要为制片人，拥有内部团队则平台对成果和成本更可控，但短期难以培养；有经验的制片人更易获取外部制作人员，加快团队磨合，是目前平台的核心资源。（YZ）

观研天下发布的《2018年中国长视频行业分析报告-市场运营态势与发展前景预测》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 2016-2018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、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 2016-2018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2018-2024年世界长视频行业分布走势预测第七节 2018-2024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 中国长视频行业供需平衡分析第六节 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 2016-2018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 2016-2018年中国长视频行业需求特点与价格走势分析第一节 中国长视频行业消费特点第二节 中国长视频行业消费偏好分析一、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 2016-2018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

第九章 2016-2018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 企业一、企业概况二、主营产品三、运营情况1、主要经济指标情况2、企业盈利能力分析3、企业偿债能力分析4、企业运营能力分析5、企业成长能力分析四、公司优劣势分析第二节 企业一、企业概况二、主营产品三、运营情况1、主要经济指标情况2、企业盈利能力分析3、企业偿债能力分析4、企业运营能力分析5、企业成长能力分析四、公司优劣势分析第三节 企业一、企业概况二、主营产品三、运营情况 1、主要经济指标情况2、企业盈利能力分析3、企业偿债能力分析4、企业运营能力分析5、企业成长能力分析四、公司优劣势分析第四节 企业一、企业概况二、主营产品三、运营情况 1、主要经济指标情况2、企业盈利能力分析3、企业偿债能力分析4、企业运营能力分析5、企业成长能力分析 四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024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前景预测一、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 2018-2024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 长视频行业企业经营发展分析及建议一、长视频行业经营模式二、长视频行业销售模式三、长视频行业创新方向第三节 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2018-2024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

第十四章2018-2024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  
图表详见正文 . . . . .

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wangluomeiti/371754371754.html>