

2007—2008年中国网络视频行业兼并（并购）重组及行业竞争力决策分析研究报告

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《2007—2008年中国网络视频行业兼并（并购）重组及行业竞争力决策分析研究报告》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/hulianwang/2715227152.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7800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

【交付时间】 2-3个工作日【报告格式】 Word格式	研究报告目录	第一章 研究概述	- 13
-第一节 研究背景	- 14	-第二节 研究内容	- 15
-第三节 研究方法	- 17	-第四节 市场竞争力指标体系	- 18
-第二章 2006—2007年全球网络视频发展现状	- 20	-第一节 全球网络视频发展特征	- 20
-一、技术先行：P2P流媒体趋于成熟	- 20	-二、内容多样：传统内容vs个人娱乐	- 20
-三、定位差异：搜索—社区—门户齐上阵	- 20	-第二节 全球网络视频竞争格局分析	- 22
-一、欧美	- 22	-1. 网络视频市场规模快速增长	- 22
-2. 网络视频用户规模大幅增加	- 23	-3. 网络视频女性用户比例逐渐提升	- 24
-二、韩国	- 25	-三、日本	- 25
-第三章 中国网络视频行业的现状分析	- 27	-第一节 中国网络视频服务的发展概述	- 27
-一、网络视频发展历史简述	- 27	-二、主流技术分析	- 27
-一) 流媒体技术概念	- 28	-二) 流媒体关键技术分析	- 28
-三) 系统主要工作流程	- 29	-1、现场直播	- 29
-2、新闻录制	- 29	-3、网络存储	- 29
-4、数字化	- 29	-5、虚拟数字演播室	- 29
-三、运作模式分析	- 30	-一) 网络视频的技术模式	- 30
-二) 网络视频的内容组织和版权保护	- 31	-三) 网络视频的用户模式	- 31
-四) 网络视频的利润分配	- 31	-三、服务内容分析	- 32
-第二节 2005—2007年中国网络视频厂商投资现状分析	- 34	-一、中国网络视频市场规模分析	- 34
-二、网络视频固定资产投资情况分析	- 35	-一) 互联网视频网站发展面临的困境	- 35
-二) 风险投资成为网络视频行业资金来源主渠道	- 36	-1、Sutter Hill、Farallon、成为创业共同投资优酷	- 37
-2、晨兴投资泥巴网	- 37	-3、我乐网融资	- 37
-4、泰国正大投资哦哟视频	- 38	-5、大中华娱乐传媒投资华聚网	- 38
-6、SBCVC与BlueRun投资PPLive	- 38	-7、GGV、集富亚洲、IDGVC共同投资土豆网	- 38
-8、联创策源投资六间房	- 38	-9、SAIF、合投资银河台	- 38
-10、Farallon、成为投资优酷	- 38	-11、SBCVC投资Rox	- 39
-12、联创策源投资PPStream	- 39	-13、Sequoia、SIG投资UUSEE	- 39
-14、北极光投资Mysee	- 39	-15、智暮创投、联创策源投资源泉	- 39
-16、合投资银河台	- 39	-17、Accel、DCM、联想共同投资UUME	- 39
-18、IDGVC投资土豆网	- 39	-19、SBCVC投资PPLive	- 40
-20、IDGVC与网通投资天天在线	- 40	-21、远东控股投资Mysee	- 40
-三) 网络视频网站投资热度下降	- 40	-三、中国网络视频盈利情况分析	- 42
-一) 网络视频盈利模式选择	- 42	-二) 视频面临的挑战	- 43
-1、模式不清晰	- 43	-2、成本压力	- 43
-3、昂贵的用户体验	- 43	-第三节 中国网络视频运行情况分析	- 44
-一、中国网络视频主要业务分析	- 44	-二、网络视频的供给结构分析	- 45
-三、网络视频的需求结构分析	- 46	-第四章 中国网络视频业务开展类型	- 48
-第一节 视频分享类平台分析	- 48	-一、我乐网 (http://www.56.com)	- 48
-二、土豆网 (http://www.tudou.com)	- 48		

-三、青娱乐 (http://www.qyule.com)	- 49	-四、Mofile (http://www.mofile.com)	- 49
-五、BOBO网 (http://www.bobo.com.cn)	- 50	-第二节 电信运营商类平台分析	- 51
-一、中国电信	- 51	-二、中国联通	- 51
-三、中国移动	- 52	-四、中国卫通	- 52
-五、中国铁通	- 53	-六、中国网通	- 53
-第三节 电视机构类平台分析	- 55	-第四节 门户类平台分析	- 56
-一、新浪(SINA)	- 56	-二、搜狐(SOHU)	- 56
-三、网易	- 57	-四、TOM	- 58
-第五节 P2P流媒体类平台分析	- 59	-一、PPLive	- 59
-二、PPstream	- 59	-三、UUsee	- 59
-四、沸点网络电视	- 59	-第六节 垂直视频搜索类平台分析	- 60
-一、百度视频搜索	- 60	-二、爱问视频搜索	- 60
-三、OpenV视频搜索	- 60	-四、TVix视频搜索	- 60
-第五章 中国网络视频投资环境分析	- 61	-第一节 政策	- 61
-一、广电总局清理网络电视	- 61	-二、icp和isp管理体制	- 62
-三、多部委协同规范网络视频市场	- 62	-第二节 行业利润	- 63
-一、技术保证利润	- 63	-二、网络视频设备利润丰厚	- 63
-第三节 行业风险	- 64	-一、内容不良导致被整风的风险	- 64
-二、网络安全风险	- 64	-三、风险投资基金谨慎态度	- 64
-第四节 版权	- 65	-第六章 影响网络视频发展的主要因素分析	- 66
-第一节 网络视频技术	- 66	-一、安全问题	- 66
-二、服务质量不容易保证	- 66	-三、技术标准不统一	- 66
-第二节 基础设施	- 67	-第三节 消费者意识	- 68
-第四节 产业政策	- 70	-一、政策趋势	- 70
-二、“三网融合”下的监管难题	- 70	-三、监管体制分析	- 71
-第五节 行业壁垒	- 73	-第六节 信贷政策	- 74
-第七章 中国网络视频厂商兼并重组现状分析	- 75	-第一节 网络视频企业兼并重组特点分析及整体趋势分析	- 75
-一、网络视频企业兼并重组特点分析	- 75	-一) 传统影视娱乐公司进入网络视频行业	- 75
-二) 微软加入网络视频竞争。	- 75	-三) Google、Yahoo等网络巨头在网络视频上不断有新的举措。	- 75
-二、网络视频行业整体趋势分析	- 75	-一) 原创内容会逐步增多	- 76
-二) 市场将重新洗牌	- 76	-三) 内容服务将呈现垂直化	- 76
-四) 进一步与传统媒体融合	- 76	-第二节 中国网络视频兼并重组的障碍	- 77
-一、政策障碍	- 77	-二、技术障碍	- 77
-第八章 国外网络视频企业兼并重组案例分析	- 78	-第一节 Google并购YouTube	- 78
-一、兼并重组背景与动机分析	- 78	-一) 兼并重组背景	- 78
-二) Google的收购动机：	- 78	-二、兼并重组过程分析	- 79
-三、兼并重组方案与成败经验分析	- 79	-四、兼并重组整合战略分析	- 80
-第二节 索尼并购Grouper	- 82	-一、兼并重组背景与动机分析	- 82
-一) Sony收购动机	- 82	-1、顺应娱乐业消费发展趋势，拓宽数字在线娱乐领域涉足力度	- 82
-2、挽救DVD销售的颓势，吸引消费者回流	- 82	-3、获得平台	- 82
-二) Grouper的被并购动机	- 82	-二、兼并重组过程分析	- 83
-三、兼并重组方案与成败经验分析	- 83	-四、兼并重组整合战略分析	- 83
-第三节 默多克的新闻集团并购MySpace	- 85	-一、兼并重组背景与动机分析	- 85
-一) 新闻集团的并购动机：	- 85	-二) MySpace的被并购动机：	- 85

-二、兼并重组过程分析	- 85	-三、兼并重组方案与成败经验分析	- 86
-四、兼并重组整合战略分析	- 86	-第四节 雅虎收购Jumpcut	- 88
-一、兼并重组背景与动机分析	- 88	-一) 雅虎的并购动机	- 88
		-二) Jumpcut的被并购动机	- 88
-二、兼并重组过程分析	- 89	-三、兼并重组方案与成败经验分析	- 89
-四、兼并重组整合战略分析	- 89	-第九章 中国主要网络视频企业主体竞争力分析	- 90
-第一节 新浪网络视频	- 90	-一、信息技术竞争力分析	- 90
		-二、市场营销网络分析	- 90
-三、公司资本运营情况	- 91	-四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 95
-第二节 网易网络视频	- 96	-一、信息技术竞争力分析	- 96
		-二、市场营销网络分析	- 96
-三、公司资本运营情况	- 96	-四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 97
-第三节 搜狐网络视频	- 98	-一、信息技术竞争力分析	- 98
		-二、市场营销网络分析	- 98
-三、公司资本运营情况	- 99	-四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 99
-第四节 TOM网络视频	- 101	-一、信息技术竞争力分析	- 101
		-二、市场营销网络分析	- 101
-三、公司资本运营情况	- 101	-四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 103
-第五节 雅虎中国	- 104	-一、信息技术竞争力分析	- 104
		-二、市场营销网络分析	- 104
-三、公司资本运营情况	- 104	-四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 104
-第六节 土豆网	- 106	-一、信息技术竞争力分析	- 106
		-二、市场营销网络分析	- 106
-三、公司资本运营情况	- 106	-四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 107
-第七节 青娱乐	- 108	-一、信息技术竞争力分析	- 108
		-二、市场营销网络分析	- 108
-三、公司资本运营情况	- 109	-四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 110
-第八节 Mofile	- 111	-一、信息技术竞争力分析	- 111
		-二、市场营销网络分析	- 111
-三、公司资本运营情况	- 111	-四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 112
-第九节 互联星空	- 113	-一、信息技术竞争力分析	- 113
		-二、市场营销网络分析	- 113
-三、公司资本运营情况	- 113	-四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 114
-第十节 东方宽频	- 115	-一、信息技术竞争力分析	- 115
		-二、市场营销网络分析	- 115
-三、公司资本运营情况	- 115	-四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 116
-第十一节 凤凰网	- 117	-一、信息技术竞争力分析	- 117
		-二、市场营销网络分析	- 118
-三、公司资本运营情况	- 118	-四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 119
-第十二节 PPlive	- 120	-一、信息技术竞争力分析	- 120
		-二、市场营销网络分析	- 120
-三、公司资本运营情况	- 120	-四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 121
-第十三节 PPstream	- 122	-一、信息技术竞争力分析	- 122
		-二、市场营销网络分析	- 122
-三、公司资本运营情况	- 122	-四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 123
-第十四节 UUsee	- 124	-一、信息技术竞争力分析	- 124
		-二、市场营销网络分析	- 124
-三、公司资本运营情况	- 125	-四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 125
-第十五节 新传在线	- 127	-一、信息技术竞争力分析	- 127
		-二、市场营销网络分析	- 127
-三、公司资本运营情况	- 128	-四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 128
-第十六节			

Openv	- 129	-一、信息技术竞争力分析	- 129	-二、市场营销网络分析	- 129
		-三、公司资本运营情况	- 130	-四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 130
天天在线	- 131	-一、信息技术竞争力分析	- 131	-二、市场营销网络分析	- 131
		-三、公司资本运营情况	- 131	-四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 131
中国网络视频企业纵向兼并重组机会分析	-		133		-第一节
网络视频厂商与新闻娱乐的兼并重组机会分析	-		133		-第二节
网络视频与搜索引擎网站的兼并重组机会分析	-		134		-第十一章
中国网络视频企业规模性兼并重组机会分析	- 135	-第一节 中国网络视频发展现状	- 136		
-一、我国网络视频行业发展现状	- 136	-二、我国网络视频厂商规模性兼并重组机会分析	-		
137		-第二节 中国网络视频行业兼并重组机会	-		139
-一、网络和用户稳步增长，互联网产业初具规模	-				139
-二、互联网继续渗透到经济和社会活动中	- 140	-三、互联网应用多样化	-		140
-四、宽带应用持续快速发展，网络融合趋势日益明显	-				141
-五、市场准入条件逐步放宽，行业管理日趋规范	-		141		-第三节
网络视频企业兼并重组机会分析	- 143	-一、我乐网	- 143	-二、Timeheart公司	- 144
-三、奇虎网	- 144	-四、Xplus	- 146		
		-第十三章 中国网络视频兼并重组风险分析	- 148		
-第一节 文化风险	- 148	-第二节 技术风险	- 150	-第三节 客户流失风险	- 151
					-第十四章
中国网络视频兼并重组建议	- 152	-图表目录索引		图表 1：网络视频兼并重组研究内容	- 15
-图表		2：网络视频兼并重组报告研究方法	-		17
					-图表
3：2000—2007年美国网络视频广告市场规模变化情况	-				22
-图表4：2005—2010年美国数字电影内容下载市场规模	-				22
-图表5：2003—2010年美国网络视频用户规模及其增长率	-				23
-图表6：美国下载网络视频的成年网民平均年龄比较	-				24
-图表7：2006—2011年美国网络视频在不同性别网民中的渗透率	-				24
-图表8：媒体流传输流程	- 28	-图表9：2001-2008年视频会议市场增长情况	-		32
-图表10：2006-2010年中国网络视频收入规模及增长率	-				34
-图表11：2005-2008年中国宽带上网人数增长趋势	-				36
-图表12：2004-2007年中国网络视频行业融资情况分析	-				36
-图表13：近年来部分视频网站吸引风险投资情况	-				40
-图表14：2001-2008年视频会议市场增长情况分析	-				44
-图表15：2005-2010年中国网络视频用户规模及增长率	-				46
-图表16：P2P流媒体和视频分享用户结构分析	-				46
-图表17：2006—2007年国内视频网站视频作品上传量	-				49
-图表18：截止2007年底国内几大视频网站注册用户量	-				50
-图表19：中国电信营运商业种类	- 52	-图表20：国内门户网站注册用户及日浏览量	-		57

-图表21：2001—2007年我国网民总数变化情况	-	68
-图表22：2006年我国专业、拨号以及宽带上网网民数	-	68
-图表23：2003—2007年我国网民数量与在线影视网民数量对比情况	-	69
-图表24：业界设想中的IPTV政策主管部门	- 70	-图表25：IPTV监管政策图表 - 70
-图表26：截至2007年美国网络视频下载市场份额排名	- 79	-图表27：新浪股权结构 - 91
-图表 28：2006—2007年新浪收入增长率	- 92	-图表 29：2005—2007年新浪毛利率 - 93
-图表 30：2007年新浪播客浏览量	- 93	-图表 31：2007年新浪网各频道浏览量 - 94
-图表 32：2006—2007年网易各季度收入情况	万美元 - 96	-图表 33：2006—2007年搜狐各业务的收入所占比例 - 99
-图表34：TOM集团五大业务板块收入比重	- 101	-图表 35：TOM在线公司2007年第一季度财报主要指标摘录（单位：万美元） - 102
-图表 36:2007年TOM在线营业收入季度走势	- 102	-图表37：土豆网吸引风险投资情况 - 107
-图表 38：“青娱乐”拥有三大技术优势	- 108	-图表39：青娱乐宽带多媒体互动平台 - 109
-图表 40：青娱乐可执行的广告形式	- 109	-图表41：东方宽频的股本结构 - 116
-图表42：凤凰网FVR9416S	- 117	-图表43：凤凰卫视股权结构 - 118
-图表44：我国网络视频企业融资项目数	-	136
-图表45：2007—2010年我国网络视频规模及增长率	-	136
-图表46：中国互联网产业总体趋势	- 139	-图表 47：我乐网视频内容来源结构 - 143
-图表 48：2006年11月中华网收购Timeheart的资金来源	- 144	-图表 49：2007年奇虎网各栏目的流量 - 145
-图表 50：新数通公司平台服务体系	- 146	-图表 51：新数通公司技术体系 - 147
-图表 52：2007年新数通网站访问量	- 147	-.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/2715227152.html>