

2006年 - 2007年中国网络视频行业兼并(并购)重组决策分析报告

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《2006年 - 2007年中国网络视频行业兼并(并购)重组决策分析报告》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/2724827248.html>

报告价格：电子版: 9600元 纸介版：11800元 电子和纸介版: 12200

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

报告目录报告完全是PPT版本，包括电子版和彩色印刷版研究方法对行业协会以及行业主管单位的高层领导进行高层访谈；企业调研对象为企业董事会，市场总监，生产主管，财务主管，战略合作主管等；对行业40家重点企业进行实地数据调研；对行业150家具备兼并重组投资价值的企业进行实地调研；对行业中的产业集群进行实地调研走访得到区域性结论；摘要1. 中国网络视频发展概况网络视频产业发展可分为导入期、成长期、成熟期三个阶段，其中2006年以前为中国网络视频行业发展的导入期（即行业初期），2007年-2010年为其成长期（即行业高速发展期），2011年及之后成为其成熟期（即行业成熟、再度突破期），中国网络视频已经进入元年。2006中国互联网视频点播/直播市场用户规模达9800万人。2007中国互联网视频点播/直播市场用户规模预计增长30.6%，达到1.28亿人，2008年预计增至1.63亿人。2006年网络视频收入总规模为5亿元，预计2010年达到34亿元。复合年增长率为60%左右。在全世界的宽带用户中，12.8%的家庭已经在通过门户网站收看内容。这个数字只能伴随着宽带的普及而增长。而宽带业务将会有突破性的增长，从2005年的全球1.94亿家庭用户增加到2010年的4.13亿。这也让中国互联网业界以前所未有的速度，迅速形成了一条从电信运营商、内容制作商、内容经纪人、P2P技术提供商、视频搜索、富媒体广告技术提供商、广告代理商等完成的互联网视频产业链。2003年至今，已知中国境内有16家网络视频企业获得风险投资，融资总金额将近1亿美元，其中5家企业获得两轮融资。网络视频企业集中在2005-2006年获得风险投资，2005年，共有8家企业获得第一轮融资，1家企业得到第二轮注资；在2006年，有6家企业获得第一轮融资，4家企业获得第二轮融资，其中1家在2006年度完成两轮融资。2. 中国网络视频厂商兼并重组动因 世纪认为网络视频的收购一般基于以下原因：一：要抢占新型技术互联网增长最快的一个领域便是视频应用了，去年才成立的YouTube 每天播放的视频就达到了1 亿，YouTube 就象当年eBay和MySpace 起飞时一样，在视频领域树立起了领导位置，别人已经很难超越它了。因为大部分在线用户，已经适应了它提供得技术支持模式。其他公司也只能在其原有得基础上进行改进。但由于其技术得先发优势，其核心技术很难被超越。二：新的广告模式：互联网视频发布推动互联网数据流量增长300-500%，这样一个庞大得数据流，为一些大的企业展示公司产品提供了理想得平台，于是一些大型企业就通过收购一些资产规模不大得网络视频网站来做为一个新的展示平台。三：大量忠实的用户每一类型得网络视频网站都有其特定得忠实的用户群，他们都有着共同的兴趣和爱好，也能购吸附有相同兴趣爱好的人来加入他们的社区，网站的粘合力较强。一些后发的网站或企业可以通过收购这样的网站来获取庞大的客户群。四：优化自身资源，实现协同效应，阻击竞争对手：Google收购YouTube 是受到了来自雅虎的压力，后者准备收购互联网上第二大社交网站Facebook.com，据说雅虎的出价高达10亿美元。Google去年的收入为61亿美元，绝大多数收入来自它的文字搜索广告。收购YouTube 可以扩展Google的广告业务势力范围。通过这次收购google成功的实现了上述目标。3. 中国网络视频厂商兼并重组趋势分析国

内互联网企业应谨慎对待本轮网络视频业务发展热潮。主要原因在于目前网络视频业务尚未形成成熟的商业盈利模式。目前网络视频业务的盈利主要依赖于广告收入。然而由于网络视频广告技术不成熟等原因，网络视频广告行业的发展仍处于市场启动期；另一方面，版权问题也对该业务的发展构成制约；同时，国内互联网服务提供商的网络流量等运营成本相对较高。世纪认为2007年网络视频行业还不具备大规模资本退出的条件，但同类企业之间并购，以及被其它大企业并购的几率将会加大。风险资本进入减缓、行业竞争激烈，以及网络视频企业本身并不具备独立上市能力等因素，将促使风险资本采用并购等方式来实现阶段性退出。通过收购、兼并，或者跨行业重组等方式，在未来几年内，尤其是从2007年开始，网络视频行业将面临洗牌，最终将只有几家具有资本、运营实力的企业将主导整个产业。

目录

2006年 - 2007年中国网络视频行业兼并(并购)重组决策分析报告第一章 研究概述

7第一节 研究背景 7第二节 研究内容 7第三节 研究方法 7第四节 研究专家团队 7第二章

2006年全球网络视频 发展现状 7第一节 全球网络视频发展特征 7第二节

全球网络视频竞争格局分析 7第三章 中国网络视频行业的现状分析 7第一节

中国网络视频服务的发展概述 7第二节 2005年中国网络视频 厂商投资现状分析 8第三节

中国网络视频运行情况分析 8第四章 中国网络视频业务开展类型 8第一节

视频分享类平台分析 8第二节 电信运营商类平台分析 8第三节 电视机构类平台分析 8第四节

门户类平台分析 8第五节 P2P流媒体类平台分析 8第六节 垂直视频搜索类平台分析 9第五章

中国网络视频投资环境分析 9第一节 政策 9第二节 行业利润 9第三节 行业风险 9第四节

版权 9第六章 影响网络视频发展的主要因素分析 9第一节 网络视频技术 9第二节 基础设施

9第三节 消费者意识 9第四节 产业政策 9第五节 行业壁垒 9第六节 信贷政策 9第七章

中国网络视频厂商兼并重组现状分析 9第一节

网络视频企业兼并重组特点分析及整体趋势分析 9第二节 中国网络视频兼并重组的障碍

9第八章 国外网络视频企业兼并重组案例分析 10第一节 Google并购YouTube 10第二节

索尼并购Grouper 10第三节 默多克的新闻集团并购MySpace 10第四节 雅虎收购Jumpcut

11第九章 中国主要网络视频企业主体竞争力分析 11第一节 新浪网络视频 11第二节

网易网络视频 11第三节 搜狐网络视频 11第四节 TOM 网络视频 12第五节 雅虎中国

12第六节 土豆网 12第七节 青娱乐 13第八节 Mofile 13第九节 互联星空 13第十节 东方宽频

13第十一节 凤凰网 14第十二节 PPlive 14第十三节 PPstream 14第十四节 UUsee

15第十五节 新传在线 15第十六节 Openv 15第十七节 天天在线 15第十章

中国网络视频企业纵向兼并重组机会分析 16第一节

网络视频厂商与新闻娱乐的兼并重组机会分析 16第二节

网络视频与搜索引擎网站的兼并重组机会分析 16第十一章

中国网络视频企业规模性兼并重组机会分析 16第十二章

中国网络视频企业与跨国公司之间的兼并重组机会分析 16第十三章 中国网络视频

兼并重组风险分析 16第一节 文化风险 16第二节 技术风险 16第三节 客户流失风险

16第十四章	中国网络视频	兼并重组建议
162007年中国网络视频兼并重组决策分析报告第一章	研究概述	第一节
研究背景第二节	研究内容第三节	研究方法第四节
研究专家团队第二章		
2006年全球网络视频	发展现状第一节	全球网络视频发展特征一
技术先行：P2P流媒体趋于成熟二		内容多样：传统内容vs.个人娱乐三
定位差异：搜索/社区/门户齐上阵第二节	全球网络视频竞争格局分析一	欧美二 韩国三
日本第三章	中国网络视频行业的现状分析第一节	中国网络视频服务的发展概述一
主流技术分析二	运作模式分析三	服务内容分析第二节
2005年中国网络视频		
厂商投资现状分析一	中国网络视频市场规模分析二	网络视频固定资产投资情况分析三
中国网络视频盈利情况分析第三节		中国网络视频运行情况分析一
中国网络视频主要业务分析二	网络视频的供给结构分析三	网络视频的需求结构分析
第四章		
中国网络视频业务开展类型第一节	视频分享类平台分析	第二节 电信运营商类平台分析
第三节 电视机构类平台分析	第四节 门户类平台分析	第五节 P2P流媒体类平台分析
第六节 垂直视频搜索类平台分析	第五章	中国网络视频投资环境分析第一节
政策第二节		
行业利润第三节	行业风险第四节	版权第六章
影响网络视频发展的主要因素分析第一节		
网络视频技术第二节	基础设施第三节	消费者意识第四节
产业政策第五节	行业壁垒第六节	
信贷政策第七章		中国网络视频厂商兼并重组现状分析第一节
网络视频企业兼并重组特点分析及整体趋势分析第二节		中国网络视频兼并重组的障碍一
政策障碍二	技术障碍第八章	国外网络视频企业兼并重组案例分析第一节
Google并购YouTube	一	兼并重组背景与动机分析二
兼并重组过程分析三		
兼并重组方案与成败经验分析四	兼并重组整合战略分析第二节	索尼并购Grouper一
兼并重组背景与动机分析二	兼并重组过程分析三	兼并重组方案与成败经验分析四
兼并重组整合战略分析第三节		默多克的新闻集团并购MySpace一
兼并重组背景与动机分析二	兼并重组过程分析三	兼并重组方案与成败经验分析四
兼并重组整合战略分析第四节	雅虎收购Jumpcut一	兼并重组背景与动机分析二
兼并重组过程分析三	兼并重组方案与成败经验分析四	兼并重组整合战略分析第九章
中国主要网络视频企业主体竞争力分析第一节	新浪网络视频	一 信息技术竞争力分析二
市场营销网络分析三	公司资本运营情况	四 公司发展战略分析兼并重组趋势分析第二节
网易网络视频	一 信息技术竞争力分析二	市场营销网络分析三
公司资本运营情况	四 公司发展战略分析兼并重组趋势分析第三节	搜狐网络视频
一 信息技术竞争力分析二	市场营销网络分析三	公司资本运营情况
四 公司发展战略分析兼并重组趋势分析第四节		
TOM 网络视频	一 信息技术竞争力分析二	市场营销网络分析三
公司资本运营情况	四 公司发展战略分析兼并重组趋势分析第五节	雅虎中国
一 信息技术竞争力分析二	市场营销网络分析三	公司资本运营情况
四 公司发展战略分析兼并重组趋势分析第六节		
土豆网	一 信息技术竞争力分析二	市场营销网络分析三
公司资本运营情况	四	

公司发展战略分析兼并重组趋势分析第七节 青娱乐 一 信息技术竞争力分析二
市场营销网络分析三 公司资本运营情况 四 公司发展战略分析兼并重组趋势分析第八节
Mofile 一 信息技术竞争力分析二 市场营销网络分析三 公司资本运营情况 四
公司发展战略分析兼并重组趋势分析第九节 互联星空一 信息技术竞争力分析二
市场营销网络分析三 公司资本运营情况 四 公司发展战略分析兼并重组趋势分析第十节
东方宽频 一 信息技术竞争力分析二 市场营销网络分析三 公司资本运营情况 四
公司发展战略分析兼并重组趋势分析第十一节 凤凰网 一 信息技术竞争力分析二
市场营销网络分析三 公司资本运营情况 四 公司发展战略分析兼并重组趋势分析第十二节
PPlive 一 信息技术竞争力分析二 市场营销网络分析三 公司资本运营情况 四
公司发展战略分析兼并重组趋势分析第十三节 PPstream 一 信息技术竞争力分析二
市场营销网络分析三 公司资本运营情况 四 公司发展战略分析兼并重组趋势分析第十四节
UUsee一 信息技术竞争力分析二 市场营销网络分析三 公司资本运营情况 四
公司发展战略分析兼并重组趋势分析第十五节 新传在线一 信息技术竞争力分析二
市场营销网络分析三 公司资本运营情况 四 公司发展战略分析兼并重组趋势分析第十六节
Openv 一 信息技术竞争力分析二 市场营销网络分析三 公司资本运营情况 四
公司发展战略分析兼并重组趋势分析第十七节 天天在线 一 信息技术竞争力分析二
市场营销网络分析三 公司资本运营情况 四 公司发展战略分析兼并重组趋势分析第十章
中国网络视频企业纵向兼并重组机会分析第一节
网络视频厂商与新闻娱乐的兼并重组机会分析第二节
网络视频与搜索引擎网站的兼并重组机会分析第十一章
中国网络视频企业规模性兼并重组机会分析第十二章
中国网络视频企业与跨国公司之间的兼并重组机会分析第十三章 中国网络视频
兼并重组风险分析第一节 文化风险第二节 技术风险第三节 客户流失风险第十四章
中国网络视频 兼并重组建议

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/2724827248.html>