

# 中国网民网络视频市场运营规模全景调研与未来 投资定位研究报告

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《中国网民网络视频市场运营规模全景调研与未来投资定位研究报告》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/228373228373.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

所谓网络视频，是指由网络视频服务商提供的、以流媒体为播放格式的、可以在线直播或点播的声像文件。网络视频一般需要独立的播放器，文件格式主要是基于P2P技术占用客户端资源较少的FLV流媒体格式。

网络视频是指以电脑或者移动设备为终端，利用QQ、MSN等IM工具，进行可视化聊天的一项技术或应用。

中国报告网发布的《中国网民网络视频市场运营规模全景调研与未来投资定位研究报告》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、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研究分析。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策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。

报告大纲：

第一章 网民网络视频调查概述

第一节 网民网络视频调查内容

第二节 网民网络视频调查方法

一、调查时间

二、调查方式

三、调查随机性和准确性控制办法

四、调查样本分布

一、网络视频用户特征分析

二、网络视频用户上网特征

三、网络视频用户使用行为分析

四、用户的分享与上传

五、网络视频用户看电视的相关分析

第二章 2014年中国网络视频行业市场发展环境分析（PEST分析法）

第一节 2014年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

## 六、进出口总额及增长率分析

### 第二节2014年中国网络视频行业政策环境分析

#### 一、互联网等信息网络传播视听节目管理办法

#### 二、互联网视听节目服务管理规定

#### 三、中国互联网视听节目服务自律公约

### 第三节2014年中国网络视频行业社会环境分析

#### 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

### 第三章2014年中国网络视频用户分析

#### 第一节中国网络视频用户内容需求与行为解析

#### 第二节国内手机视频用户发展现状与原因分析

#### 第三节网络视频产业的发展应立足于用户体验

#### 第四节网络视频内容及用户体验研究

#### 第五节中国网络视频受众商业价值分析

### 第四章网络视频用户上网特征概述

#### 第一节网络视频用户的接入带宽

#### 第二节网民网络视频的使用频率

### 第五章2014年中国网络视频用户的使用行为分析

#### 第一节用户使用网络视频的方式

#### 第二节用户获知所观看内容的途径

#### 第三节用户对网络视频内容的选择

#### 第四节网络视频用户对视频使用的满意率

##### 一、不同年龄用户的满意率

##### 二、不同学历水平用户的满意率

##### 三、不同收入水平用户的满意率

### 第六章网络视频的分享与上传

#### 第一节用户对视频的分享

##### 一、用户分享的视频类型

##### 二、用户的分享行为

##### 三、用户对视频的分享方式

#### 第二节网络视频用户的上传行为

##### 一、用户选择上传平台时最看重的因素

##### 二、不上传视频的原因分析

## 第七章网络视频用户观看电视的相关分析

### 第一节网络视频对用户观看电视的时间影响

### 第二节用户通过网络或电视看影视剧的态度差别

### 第三节网络视频用户对网络的依赖性

#### 一、以电视为参照的互联网依赖

#### 二、以电视收看为参照的热播影视剧观看行为

#### 三、以电视为参照的网络视频需求满足

### 第四节用户对高清视频的选择

#### 一、对高清视频的认知使用

#### 二、用户使用高清视频的满意态度

### 第五节视频用户对网络视频广告接受度分析

## 第八章2015-2020年中国网络视频产业投资与趋势分析

### 第一节网络视频产业投资潜力

#### 一、网络视频市场宏观环境分析

#### 二、网络视频行业面临的机遇

#### 三、中国网络视频行业蕴藏巨大市场价值

#### 四、2014年视频网站向上游产业链淘金

### 第二节2015-2020年中国网络视频产业风险投资分析

#### 一、网络视频行业壁垒与盈利能力

#### 二、视频网站主要盈利模式

#### 三、2014年网络视频投资情况分析

#### 四、2014年网络视频投资前景预测

### 第三节2015-2020年中国网络视频产业的发展预测分析

#### 一、2014年网络视频领域发展趋势展望

#### 二、网络视频产业的五个发展趋势

#### 三、网络视频市场未来发展六大特点

#### 四、网络视频应用的六大方向

#### 五、中国视频网站内容监管方向分析

#### 六、网络视频业态的变迁发展趋势

### 第四节:网络视频细分市场的未来发展趋势

#### 一、网络视频分享市场

#### 二、P2P视频播放市场

#### 三、视频点播/直播市场

#### 四、网络视频搜索市场

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/228373228373.html>