

2018年中国视频付费行业分析报告- 市场运营态势与投资前景预测

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《2018年中国视频付费行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》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/314836314836.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

国产电影新格局渐打开，行业正在回到健康的发展轨道上来。我们认为，2017 年以后，全产业链，无论是制作、发行、院线都将回归理性，前期因为资本涌入带来的疯狂将会结束，这种回归理性不仅仅体现在一级市场的价格方面，还包括整个产业链领域。所以，在这样相对理性的市场环境之下，有利于行业的正常发展，预计全年票房增长将回到 15%左右的水平，即预计 2017 年的票房规模为 500-530 亿。

国产电影票房潜力巨大，《战狼 2》再一次触摸国产电影票房深度，国际合作日渐加深。

2016 年 4 月 18 日，《战狼 2》的保底发行方北京文化与好莱坞导演团队罗素兄弟及 Anthem Pictures 制片公司达成战略合作，时光网信息显示，罗素兄弟曾执导好莱坞大片《美国队长 2》，而《战狼 2》中的反派“老爹”同时也是《美国队长 2》中的角色。与此同时，北京文化电影事业部曾安排吴京去美国好莱坞见制作团队，安排吴京两次与《美国队长 2》的导演罗素兄弟见面。《战狼 2》取得 53 亿元的不含服务费票房，登顶华语电影票房榜，也与深度的国际合作有关。

图：《战狼 2》的成功离不开与好莱坞的深度合作图：2011 年以来历年票房最高国产片（截止 2017/11/3）

中国电影市场作为全球第二大市场，未来发展潜力巨大。MPAA 数据显示，2016 年，全球票房 386 亿美元，较 2015 年增长 1%。其中，北美（美国和加拿大）票房为 114 亿美元，较 2015 年增长 2%；2016 年中国内地票房 457 亿人民币，约 66 亿美元，领跑海外市场，成为全球第二大电影市场。根据国家新闻出版广电总局电影局的统计数据，截止 2016 年 12 月 20 日，中国内地银幕总数已达 40917 块，超过美国的 40759 块，成为全球银幕数最多的国家，且 2016 年平均仍旧保持了每天新增 26 块银幕的高速度。

图：各省市承接政策出台，足球改革渐落地图：2006-2015 年中国及北美地区观影人次走势图

总体上看：在代表未来方向的视频网站板块，中国视频付费用户增速居全球之首，已成为全球第三大付费市场。目前，互联网用户的付费习惯已经逐渐形成，中国视频付费行业处在高速发展期。根据艺恩咨询数据，2013 年视频网站付费用户数只有 80 万，但是到 2015 年就已经暴涨至 2200 万。2016 年北美付费用户增长率为 27%，中国增长率为 241%，是美国 9 倍。2016 年，以 BAT 为代表的主流视频网站付费用户数都呈现惊人增长：先是爱奇艺在 2016 年 6 月上海电影节公布有效会员数已经突破 2000 万，同比增长 300%；而后腾讯视频 11 月宣布付费用户数突破 2000 万；12 月初优酷土豆也宣布付费会员数突破 3000 万，全年有效付费会员数突破 7500 万，中国已成为全球第三大付费市场，且 2017 年付费用户规模有望超过 1 亿。

图：2016 年全球不同国家/地区视频付费用户规模及主要视频平台分布（万人） 观研天下发布的《2018年中国视频付费行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》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。

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。

【报告目录】

第一章 视频付费行业发展综述

1.1 视频付费行业概述

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要商业模式

1.2 视频付费行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 视频付费行业在产业链中的地位

1.2.3 视频付费行业生命周期分析

（1）行业生命周期理论基础

（2）视频付费行业生命周期

1.3 中国视频付费行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

1.3.2 成长速度

1.3.3 附加值的提升空间

1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

1.3.5 风险性

1.3.6 行业周期

1.3.7 竞争激烈程度指标

1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 视频付费行业运行环境分析

2.1 视频付费行业政治法律环境分析

2.1.1 行业管理体制分析

2.1.2 行业主要法律法规

2.1.3 行业相关发展规划

2.2 视频付费行业经济环境分析

2.2.1 国际宏观经济形势分析

2.2.2 国内宏观经济形势分析

2.2.3 产业宏观经济环境分析

2.3 视频付费行业社会环境分析

2.3.1 视频付费产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 视频付费产业发展对社会发展的影响

2.4 视频付费行业技术环境分析

2.4.1 视频付费技术分析

2.4.2 视频付费技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展

第三章 我国视频付费行业运行分析

3.1 我国视频付费行业发展分析

3.1.1 我国视频付费行业发展阶段

3.1.2 我国视频付费行业发展总体概况

3.1.3 我国视频付费行业发展特点分析

3.2 2017年视频付费行业发展现状

3.2.1 2016-2017年我国视频付费行业市场规模

3.2.2 2017年我国视频付费行业发展分析

3.2.3 2017年中国视频付费企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2017年重点省市市场分析

3.4 视频付费产品/服务价格分析

3.4.1 2016-2017年视频付费价格走势

3.4.2 影响视频付费价格的关键因素分析

- (1) 成本
- (2) 供需情况
- (3) 关联产品
- (4) 其他

3.4.3 2018年视频付费产品/服务价格变化趋势

3.4.4 主要视频付费企业价位及价格

第四章我国视频付费行业整体运行指标分析

4.1 2016-2017年中国视频付费行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2016-2017年中国视频付费行业运营情况分析

4.2.1 我国视频付费行业营收分析

4.2.2 我国视频付费行业成本分析

4.2.3 我国视频付费行业利润分析

4.3 2016-2017年中国视频付费行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章我国视频付费行业供需形势分析

5.1 视频付费行业供给分析

5.1.1 2016-2017年视频付费行业供给分析

5.1.2 2018年视频付费行业供给变化趋势

5.1.3 视频付费行业区域供给分析

5.2 2016-2017年我国视频付费行业需求情况

5.2.1 视频付费行业需求市场

5.2.2 视频付费行业客户结构

5.2.3 视频付费行业需求的地区差异

5.3 视频付费市场应用及需求预测

5.3.1 视频付费应用市场总体需求分析

- (1) 视频付费应用市场需求特征

(2) 视频付费应用市场需求总规模

5.3.2 2018年视频付费行业领域需求量预测

(1) 2018年视频付费行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2018年视频付费行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业视频付费产品/服务需求分析预测

第六章互联网对视频付费行业的影响分析

6.1 互联网对视频付费行业的影响

6.1.1 智能服务设备发展情况分析

1、智能服务设备发展概况

2、主要服务APP应用情况

6.1.2 服务智能设备经营模式分析

1、智能硬件模式

2、服务APP模式

3、虚实结合模式

4、个性化资讯模式

6.1.3 智能设备对视频付费行业的影响分析

1、智能设备对视频付费行业的影响

2、服务智能设备的发展趋势分析

6.2 互联网+服务发展模式分析

6.2.1 互联网+服务商业模式解析

1、商业模式一

(1) 服务模式

(2) 盈利模式

2、商业模式二

(1) 服务模式

(2) 盈利模式

6.2.2 互联网+服务案例分析

1、案例一

2、案例二

3、案例三

6.3 互联网背景下视频付费行业发展趋势分析

第七章我国视频付费行业产业链分析

7.1 视频付费行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 视频付费上游行业分析

7.2.1 视频付费产品成本构成

7.2.2 2017年上游行业发展现状

7.2.3 2018年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对视频付费行业的影响

7.3 视频付费下游行业分析

7.3.1 视频付费下游行业分布

7.3.2 2017年下游行业发展现状

7.3.3 2018年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对视频付费行业的影响

第八章我国视频付费行业渠道分析及策略

8.1 视频付费行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及

8.1.2 各类渠道对视频付费行业的影响

8.1.3 主要视频付费企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 视频付费行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 视频付费行业营销策略分析

8.3.1 中国视频付费营销概况

8.3.2 视频付费营销策略探讨

8.3.3 视频付费营销发展趋势

第九章我国视频付费行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 视频付费行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

- (4) 供应商议价能力
- (5) 客户议价能力
- (6) 竞争结构特点总结
- 9.1.2 视频付费行业企业间竞争格局分析
- 9.1.3 视频付费行业集中度分析
- 9.1.4 视频付费行业SWOT分析
- 9.2 中国视频付费行业竞争格局综述
- 9.2.1 视频付费行业竞争概况
 - (1) 中国视频付费行业竞争格局
 - (2) 视频付费行业未来竞争格局和特点
 - (3) 视频付费市场进入及竞争对手分析
- 9.2.2 中国视频付费行业竞争力分析
 - (1) 我国视频付费行业竞争力剖析
 - (2) 我国视频付费企业市场竞争的优势
 - (3) 国内视频付费企业竞争能力提升途径
- 9.2.3 视频付费市场竞争策略分析

第十章 视频付费行业领先企业经营形势分析

- 10.1 优酷
 - 10.1.1 企业概述
 - 10.1.2 企业经营情况分析
 - 10.1.3 企业发展战略分析
- 10.2 爱奇艺
 - 10.2.1 企业概述
 - 10.2.2 企业经营情况分析
 - 10.2.3 企业发展战略分析
- 10.3 腾讯
 - 10.3.1 企业概述
 - 10.3.2 企业经营情况分析
 - 10.3.3 企业发展战略分析
- 10.4 360网络院线
 - 10.4.1 企业概述
 - 10.4.2 企业经营情况分析
 - 10.4.3 企业发展战略分析
- 10.5 Amazon

10.5.1 企业概述

10.5.2 企业经营情况分析

10.5.3 企业发展战略分析

10.6 Netflix

10.6.1 企业概述

10.6.2 企业经营情况分析

10.6.3 企业发展战略分析

第十一章 2018年视频付费行业投资前景

11.1 2018年视频付费市场发展前景

11.1.1 2018年视频付费市场发展潜力

11.1.2 2018年视频付费市场发展前景展望

11.2 2018年视频付费市场发展趋势预测

11.2.1 2018年视频付费行业发展趋势

11.2.2 2018年视频付费市场规模预测

11.2.3 2018年视频付费行业应用趋势预测

11.3 2018年中国视频付费行业供需预测

11.3.1 2018年中国视频付费行业供给预测

11.3.2 2018年中国视频付费行业需求预测

11.3.3 2018年中国视频付费供需平衡预测

11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

11.4.1 市场整合成长趋势

11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

11.4.3 企业区域市场拓展的趋势

11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展

11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2018年视频付费行业投资机会与风险

12.1 视频付费行业投融资情况

12.1.1 行业资金渠道分析

12.1.2 固定资产投资分析

12.1.3 兼并重组情况分析

12.2 2018年视频付费行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 重点区域投资机会

12.3 2018年视频付费行业投资风险及防范

12.3.1 政策风险及防范

12.3.2 技术风险及防范

12.3.3 供求风险及防范

12.3.4 宏观经济波动风险及防范

12.3.5 关联产业风险及防范

12.3.6 产品结构风险及防范

12.3.7 其他风险及防范

第十三章 视频付费行业投资战略研究

13.1 视频付费行业发展战略研究

13.1.1 战略综合规划

13.1.2 技术开发战略

13.1.3 业务组合战略

13.1.4 区域战略规划

13.1.5 产业战略规划

13.1.6 营销品牌战略

13.1.7 竞争战略规划

13.2 对我国视频付费品牌的战略思考

13.2.1 视频付费品牌的重要性

13.2.2 视频付费实施品牌战略的意义

13.2.3 视频付费企业品牌的现状分析

13.2.4 我国视频付费企业的品牌战略

13.2.5 视频付费品牌战略管理的策略

13.3 视频付费经营策略分析

13.3.1 视频付费市场创新策略

13.3.2 品牌定位与品类规划

13.3.3 视频付费新产品差异化战略

第十四章 研究结论及投资建议

14.1 视频付费行业研究结论

14.2 视频付费行业投资价值评估

14.3 视频付费行业投资建议

14.3.1 行业发展策略建议

14.3.2 行业投资方向建议

14.3.3 行业投资方式建议

图表1：视频付费行业生命周期

图表2：视频付费行业产业链结构

图表3：2016-2017年全球视频付费行业市场规模

图表4：2016-2017年中国视频付费行业市场规模

图表5：2016-2017年视频付费行业重要数据指标比较

图表6：2016-2017年中国视频付费市场占全球份额比较

图表7：2016-2017年视频付费行业工业总产值

图表8：2016-2017年视频付费行业销售收入

图表9：2016-2017年视频付费行业利润总额

图表10：2016-2017年视频付费行业资产总计

图表11：2016-2017年视频付费行业负债总计

图表12：2016-2017年视频付费行业竞争力分析

图表13：2016-2017年视频付费市场价格走势

图表14：2016-2017年视频付费行业主营业务收入

图表15：2016-2017年视频付费行业主营业务成本

图表16：2016-2017年视频付费行业销售费用分析

图表17：2016-2017年视频付费行业管理费用分析

图表18：2016-2017年视频付费行业财务费用分析

图表19：2016-2017年视频付费行业销售毛利率分析

图表20：2016-2017年视频付费行业销售利润率分析

图表21：2016-2017年视频付费行业成本费用利润率分析

图表22：2016-2017年视频付费行业总资产利润率分析

图表23：2016-2017年视频付费行业集中度分析

图表详见报告正文（BGZQJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wangluomeiti/314836314836.html>