中国长视频行业发展深度研究与投资前景分析报告（2023-2030年）

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《中国长视频行业发展深度研究与投资前景分析报告（2023-2030年）》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：https://www.chinabaogao.com/baogao/202309/664930.html

报告价格：电子版: 8200元　纸介版：8200元　电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

1、定义及概述

长视频（一般指超过半个小时的视频，以影视剧为主）区别于此前国内众多视频分享网站主打的短视频，与后者多由用户自己制作不同，长视频主要由专业公司完成制作，其版权的获得至关重要。

在产业链方面，长视频行业上游是监管部门，文化部、国家新闻出版广电总局、网信办和公安部等多个监管部门负责对产业链供给端进行监管；产业链中游是内容制作方，内容供给涵盖影视公司、电视台、工作室等制作内容，同时涵盖平台和用户的自制内容；产业链下游是内容聚合方，长视频平台首先聚合丰富的视频内容并向C端用户输出，通过向用户提供付费会员专属权益而获取会员收入，同时基于内容分发向广告主提供广告产品并获取广告收入，此外长视频平台向其他平台二次分发内容获得分销收入，游戏、直播、电商、实景娱乐等方式亦可实现多元变现。

2、降本增效成为共同主题，长视频行业迈入理性发展新阶段

长视频主要包括电影、剧集、综艺等，很大程度上满足人们对优质内容的需求，进而推动行业快速发展。不过，在长视频行业蓬勃发展的提升，其所存在隐忧也导致长视频发展陷入无效竞争的困境。自2021年开始，随着宏观环境持续变化及行业整体降本增效策略相继实施，促使长视频行业重新探索出以内容为核心驱动发展的新路径，长视频行业迈入理性发展新阶段。

目前，长视频行业形成“内容为本”新共识，降本增效成为共同主题。在成本端，2018年8月，优酷、爱奇艺、腾讯视频三大视频网站与六大制片公司联合发表声明，共同抵制艺人“天价片酬”现象，尝试推行单个演员单集片酬（含税）不超过100万元，总片酬（含税）最高不超过5000万元的具体定价规则；2022年，广电总局颁发新版“限薪令”，坚决反对“天价片酬”，严格执行每部电视剧全部演员片酬不超过制作总成本的40%的规定。由此，在监管部门和企业共同努力下，剧集采购成本明显下降。

“限薪令”出台前后视频平台剧集价格对比

播出年份

剧集名称

集数

主演

单集价格（万元）

播出平台

2014

《武媚娘传奇》

82

范冰冰、张丰毅、李治廷
100
腾讯视频
2015
《芈月传》
81
孙俪、刘涛、方中信，黄轩
200
乐视视频、腾讯视频
2015
《花千骨》
50
霍建华、赵丽颖、蒋欣
130
爱奇艺、腾讯视频、搜狐视频等
2016
《幻城》
62
冯绍峰、宋茜、马天宇、张萌
400
腾讯视频、芒果TV、优酷网、爱奇艺等
2016
《诛仙青云志》
55
李易峰、赵丽颖、杨紫，成毅
700
芒果TV、腾讯视频、优酷网、土豆网
2017
《择天记》
56
鹿晗、古力娜扎、吴倩、曾舜晞
750
爱奇艺、芒果TV、腾讯视频、优酷网
2017
《三生三世十里桃花》

58
杨幂、赵又廷、张彬彬
1000
优酷
2017
《琅琊榜2》
50
黄晓明、刘昊然、佟丽娅
800
爱奇艺
2017
《孤芳不自赏》
62
钟汉良、杨颖、甘婷婷、孙艺洲
1000
乐视视频
2017
《我的前半生》
42
马伊琍、靳东、袁泉、雷佳音
900
联播
2018
《如懿传》
87
周迅、霍建华、张钧甯、童瑶
1450
腾讯视频
2018
《凉生我们可不可以不忧伤》
70
钟汉良、马天宇、孙怡、于朦胧
1000
PPTV、爱奇艺、腾讯视频、芒果TV、优酷
2021

《小舍得》
42
宋佳、佟大为、蒋欣
1000
爱奇艺
2021
《小敏家》
45
周迅、黄磊、唐艺昕
880
/
2022
《无间》
40
靳东、王志文、王丽坤、张志坚
500
腾讯视频
资料来源：观研天下整理
除了在演员、剧本等方面成本下降外，爱奇艺、腾讯等平台平衡增长及费用投入，费用管控成效逐步显现，像爱奇艺的各项营运费用率均呈下降趋势，2022年芒果超媒的销售及管理费用均同比降低。
3、内容成本下降对内容质量影响不大
那么内容成本下降对内容质量是否产生影响？答案：多虑了。长视频行业核心发展驱动力就是优质内容，虽然成本下降会对长视频供给量，但是对质量影响较小。从某项数据可知，2022年，国内大部分平台内容数量整体下降，但是口碑、热度、收益仍然存在，尤其是精品与往年差别不大。以爱奇艺为例，所谓“降本”，降的是项目数量和在60分左右、可上可不上的内容，再对剩下的投入进行结构性调整。2022年下半年，爱奇艺提出“冷静增长”新策略，冷静在一定程度上是对降本增效策略的延续，增长为了进一步探索上升空间。在结果方面，2022年至今爱奇艺收获六部热度破万剧集，品类、题材呈现明显差异化，实现口碑利润双收。同时，从剧类型占比也可以看出长视频行业降本趋势，近年定制剧和和分账剧占比提升，版权采购模式占比下滑。版权剧成本相对最高，有些平台为获得独播版权相互竞价，抬高了长视频的剧集采购价格，目前版权剧的毛利大多在40%-50%，而定制剧毛利在10%-20%之间，定制方掌握制作的主导权；而分账剧一般以小成本内容为主，由制作平台自负盈亏，但平台风险较低。
根据数据，2016-2021年我国分账剧数量从20部增长至70部，占到2021年网剧总数的35.5%

，2016-2021年复合增长率28.5%，而版权剧复合增速为-20.9%，下滑明显，从71部缩减至22部。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理

4、平台加速提高自制能力，布局工作室体系

长视频后时代，行业进入存量时期，各平台单单靠优质内容储备是远远不够的，差异化的竞争定位细分市场将成为未来发展方向，而自制能力则是核心竞争力，像《你是我的荣耀》、《隐秘的角落等》、《苍兰诀》、《狂飙》等爆款产品的背后推手正是各个平台工作室。

（1）爱奇艺

爱奇艺以内容赛道设置工作室模式，自制工作室体系成熟，并且不断推出迷雾剧场、恋恋剧场、小逗剧场等，相继输出优质内容。在综艺方面，按照题材和赛道进行分工，像《萌探探探案》、《一年一度喜剧大赛》等爆款综艺IP。

爱奇艺主要剧集工作室及代表作

剧集工作室

负责人

作品类型

主要作品

风起

戴莹/徐蜜

现实、古装等

《风起洛阳》《怪你过分美丽》

奇运

戴莹/卞江

现实、古装等

《沉默的真相》《隐秘的角落》《八角亭迷雪》（待播）

奇爱

戴莹/张妍

现实、古装等

《理想之城》《美边不是海棠红》《棋魂》《最好的我们》

自来水

戴莹/杜翔宇

现实、古装等

《淘金》（待播）

奇喜
戴莹/贾智棋
现实、古装等
《民国奇探》《夺梦》（待播）
芝麻荚
李莅樱
古装、悬疑、冒险等
《河神》、《黄金瞳》《终极笔记》
奇煜
熊晓玲
现代、生活
《世界微尘里》《原来我很爱你》
爱斯尼
钮继新
都市情感
《生活家》《天才基本法》
爱撒糖
邵文依
现实、情感
《满月之下请相爱》
爱上乐
谭君平
现实、情感
《生活万岁》《假日暖洋洋》
奇佳
吴峥
古装、喜剧
《明月曾照江东寒》
艺匠
冯微微
古装等
《两世欢》
灿然
齐康
青春燃向

《无证之罪》《棒！少年》《再见那一天》（待播）
奇正
杨蓓
爱情、女性向
《一生一世》《周生如故》《变成你的那一天》
海岸
张海帆
古装等
《剑隐长安》（待播）
新羿
何叶
现代、校园等
《理科生坠人情网》（待播）
奥羽
戴婧婷
古装等
《明月入卿怀》(待播）
资料来源：观研天下整理
（2）腾讯视频
腾讯有“腾讯影业”和“在线视频Scripted内容制作部”，以剧集制作成本分工，目前有橡树影视创作中心、大禹自制剧中心、漫宇工作室、飞兔影视创作中心等。另外，腾讯影业与阅文集团以及阅文旗下的新丽传媒形成“三驾马车”集体亮相，各取其长尝试高效IP开发协作的模式，推出《庆余年》、《雪中悍刀行》等作品。在综艺方面，腾讯视频综艺工作室定位更加清晰，制作上，采取的更像是项目经理制，开放合作。
腾讯视频主要综艺工作室及代表作
类型
工作室
负责人
作品类型
主要作品
【腾讯影业】剧集工作室
橡树影视创作中心
马好
大剧
《人世间》《心居》

大禹自制剧中心
张猛
现实主义
《黑色灯塔》《亲爱的，你在哪里》
漫宇工作室
邬正宇
动漫IP影视化
《一人之下》《狐妖小红娘》
飞兔影视创作中心
金屹菲
/
/
腾讯在线视频Scripted内容制作部
方芳
头部P，“言情+”
《你是我的荣耀》《千古火尘》《摩天大楼》
李尔云
创新类型，原创
《云南虫谷》《扫黑风暴》
张娜（天然工作室）
都市现实、历史、科幻等
《我，喜欢你》《玲珑》《小风暴之时间的玫瑰》
资料来源：观研天下整理
腾讯视频综艺工作室
工作室
负责人
主要作品
Nova工作室
多晓萌
《创造营》系列、《炙热的我们》、《超新星运动会》
羊不辣德工作室
王鑫璇
《明日之子》系列、《拜托了冰箱》系列、《令人心动的offer》系列
七盎司工作室
白洪羽

《吐槽大会》系列、《脱口秀大会》系列
天际工作室
池源
《五十公里桃花坞》、《平行时空遇见你》、《我和我的经纪人》
天马工作室
李笑
《德云斗笑社》系列、《哈哈哈哈哈—很高兴遇见你》
坐标系工作室
徐扬
《演员请就位》系列、《心动的信号》系列、《幸福三重奏》系列
新线工作室
何远雄
MCN孵化、直播态节目、新形态内容
资料来源：观研天下整理
（3）优酷
优酷有阿里影业+优酷剧集制作中心，坚持大剧独播，出品水平较稳定，像《我们都要好好的》、《半城花雨伴君离》等，自制工作室有敦淇工作室、拾穗工作室。虽然优酷出品的剧集数量不及爱奇艺等，但口碑较高，具有较高的讨论度，像《觉醒年代》、《司藤》等。
优酷主要综艺工作室及代表作
业务类型
负责人
作品类型
主要作品
【优酷视频】剧集业务
优酷剧集中心
谢颖
内容剧集
《觉醒年代》《司藤》《冰雨火》（待播）
【阿里影业】剧集工作室
敦淇工作室
敦淇
刑侦剧、行业剧
《我们都要好好的》《重生》《我凭本事单身》《点燃我温暖你》
拾穗工作室
张文丽

年轻女性向
《机智的上半场》《半城花雨伴君离》（待播）
资料来源：观研天下整理
5、监管规范指引行业发展，长视频内容供给恢复至正常节奏
此外，近年相关监管部门加强对文化传媒领域的规范治理，对艺人薪酬畸高、剧集内容价值观欠妥、过度娱乐化等现象进行肃清。在此背景下，长视频平台对其内容作出相应调整，并对剧综作品制作审核赋更加严格。
我国长视频行业相关监管政策
时间
内容
政策标题
具体内容
2020/2/6
剧综内容
《关于进一步加强电视剧网络剧创作生产管理有关工作的通知》
于申请拍摄前，须就政治、军事、外交、国家安全、统战、民族、宗教、司法、公安及反腐方面的内容取得政府主管部门的书面同意。就电视剧及网剧而言，短剧的集数建议为40集内及30集内.....
2021/8/27
艺人/饭圈
《关于进一步加强“饭圈“乱象治理的通知》
(i)强化艺人管理公司对粉丝群体的引导责任；(ii)禁止诱导粉丝非理性消费；(iii)禁止在综艺节目中消费为艺人投票；(iv)要求市场参与者严禁未成年人为艺人消费并限制彼等参与各种后援会活动；(v)加强对旨在宣传艺人的集资活动的监管
2021/9/2
艺人/饭圈
《关于进一步加强文艺节目及其人员管理的通知》
广播电视机构及互联网视频平台(i)不得允许下列艺人表演：(a)违法失德的艺人；(b)政治立场不正确及其思想和价值观偏离核心社会价值观的艺人；及(c)违反公共秩序或社会公德的艺人；(ii)不得播放偶像培养类综艺节目；(iii)不得使用投票机制诱使观众为选秀类综艺节目的参赛者消费；(iv)不得使用"阴阳合同"，严格执行提供娱乐内容服务艺人最高片酬规定；及(v)加强内容监管
2021/9/18
税收
《关于加强文娱领域从业人员税收管理的通知》

税务部门应当(i)进一步加强对文化娱乐领域从业人员的日常税务管理，引导艺人设立的个人工作室及企业依照法律及法规设立账户和制度；(ii)重点加强对艺人及内容制作公司的税务管理，督促其履行扣缴义务、缴纳个人所得税、提供相关资料，并配合税务机关落实相关规定；及(iii)严禁逃税及其他相关违规行为

2022/2/8

薪酬

《“十四五”中国电视剧发展规划》

其规定媒体平台及内容制作公司严格执行制作成本分配要求，每部节目所有演员的总片酬不得超过制作总成本的40%，主要演员的片酬不得超过所有演员片酬的70%

资料来源：观研天下整理

而在监管明晰指引下，长视频行业内容创作环境逐渐稳定，供给数量回落到备案高峰期的40%，但长期来看将有所恢复，行业迈入高质量发展新阶段。根据数据显示，2020-2021年我国电视剧备案数进一步下滑至400-500部/年，2022年在2021年的基础上有小幅的反弹；2016-2017年剧集平均集数达到40集/部，近几年回落到33集/部。

数据来源：观研天下整理

数据来源：观研天下整理（WYD）

注：上述信息仅作参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国长视频行业发展深度研究与投资前景分析报告（2023-2030年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023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、长视频特点分析
三、长视频行业基本情况介绍
四、长视频行业经营模式
1、生产模式
2、采购模式
3、销售/服务模式
五、长视频行业需求主体分析
第二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
第三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

第二章 2019-2023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规模与区域分布情况
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
第五节欧洲长视频行业地区市场分析
一、欧洲长视频行业市场现状分析
二、欧洲长视频行业市场规模与市场需求分析
三、欧洲长视频行业市场前景分析
第六节 2023-2030年世界长视频行业分布走势预测

第七节 2023-2030年全球长视频行业市场规模预测

第三章 中国长视频行业产业发展环境分析
第一节我国宏观经济环境分析
第二节我国宏观经济环境对长视频行业的影响分析
第三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
三、主要行业标准
第四节政策环境对长视频行业的影响分析
第五节中国长视频行业产业社会环境分析

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
一、影响中国长视频行业市场规模的因素
二、中国长视频行业市场规模
三、中国长视频行业市场规模解析
第三节中国长视频行业供应情况分析
一、中国长视频行业供应规模
二、中国长视频行业供应特点
第四节中国长视频行业需求情况分析
一、中国长视频行业需求规模
二、中国长视频行业需求特点
第五节中国长视频行业供需平衡分析

第五章 中国长视频行业产业链和细分市场分析
第一节中国长视频行业产业链综述
一、产业链模型原理介绍
二、产业链运行机制
三、长视频行业产业链图解
第二节中国长视频行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状
二、上游产业对长视频行业的影响分析
三、下游产业发展现状
四、下游产业对长视频行业的影响分析
第三节我国长视频行业细分市场分析
一、细分市场一
二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国长视频行业市场竞争分析
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格局分析
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影响因素分析
二、中国长视频行业市场集中度分析
第三节中国长视频行业竞争特征分析
一、企业区域分布特征
二、企业规模分布特征
三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国长视频行业模型分析
第一节中国长视频行业竞争结构分析（波特五力模型）
一、波特五力模型原理
二、供应商议价能力
三、购买者议价能力
四、新进入者威胁
五、替代品威胁
六、同业竞争程度
七、波特五力模型分析结论
第二节中国长视频行业SWOT分析
一、SOWT模型概述
二、行业优势分析
三、行业劣势
四、行业机会
五、行业威胁

六、中国长视频行业SWOT分析结论
第三节中国长视频行业竞争环境分析（PEST）
一、PEST模型概述
二、政策因素
三、经济因素
四、社会因素
五、技术因素
六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国长视频行业需求特点与动态分析
第一节中国长视频行业市场动态情况
第二节中国长视频行业消费市场特点分析
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结构分析
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、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、中国长视频行业平均价格趋势分析
二、中国长视频行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国长视频行业所属行业运行数据监测
第一节中国长视频行业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
第二节中国长视频行业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
第三节中国长视频行业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

第十章 2019-2023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析
一、影响长视频行业区域市场分布的因素
二、中国长视频行业区域市场分布
第二节中国华东地区长视频行业市场分析
一、华东地区概述
二、华东地区经济环境分析
三、华东地区长视频行业市场分析
（1）华东地区长视频行业市场规模
（2）华南地区长视频行业市场现状
（3）华东地区长视频行业市场规模预测
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、华中地区长视频行业市场分析
（1）华中地区长视频行业市场规模
（2）华中地区长视频行业市场现状
（3）华中地区长视频行业市场规模预测
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、华南地区长视频行业市场分析
（1）华南地区长视频行业市场规模
（2）华南地区长视频行业市场现状
（3）华南地区长视频行业市场规模预测
第五节华北地区长视频行业市场分析
一、华北地区概述
二、华北地区经济环境分析

三、华北地区长视频行业市场分析
（1）华北地区长视频行业市场规模
（2）华北地区长视频行业市场现状
（3）华北地区长视频行业市场规模预测
第六节东北地区市场分析
一、东北地区概述
二、东北地区经济环境分析
三、东北地区长视频行业市场分析
（1）东北地区长视频行业市场规模
（2）东北地区长视频行业市场现状
（3）东北地区长视频行业市场规模预测
第七节西南地区市场分析
一、西南地区概述
二、西南地区经济环境分析
三、西南地区长视频行业市场分析
（1）西南地区长视频行业市场规模
（2）西南地区长视频行业市场现状
（3）西南地区长视频行业市场规模预测
第八节西北地区市场分析
一、西北地区概述
二、西北地区经济环境分析
三、西北地区长视频行业市场分析
（1）西北地区长视频行业市场规模
（2）西北地区长视频行业市场现状
（3）西北地区长视频行业市场规模预测

第十一章 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、公司优势分析
第二节企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
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
四、公司优势分析
第四节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第五节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第六节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第七节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第八节 企业
一、企业概况
二、主营产品

三、运营情况
四、公司优势分析
第九节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析
第十节 企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优势分析

第十二章 2023-2030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规模发展预测
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

第十三章 2023-2030年中国长视频行业进入壁垒与投资风险分析
第一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
第二节长视频行业风险分析

一、长视频行业宏观环境风险
二、长视频行业技术风险
三、长视频行业竞争风险
四、长视频行业其他风险
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

第十四章 2023-2030年中国长视频行业研究结论及投资建议
第一节观研天下中国长视频行业研究综述
一、行业投资价值
二、行业风险评估
第二节中国长视频行业进入策略分析
一、行业目标客户群体
二、细分市场选择
三、区域市场的选择
第三节 长视频行业营销策略分析
一、长视频行业产品策略
二、长视频行业定价策略
三、长视频行业渠道策略
四、长视频行业促销策略
第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：https://www.chinabaogao.com/baogao/202309/664930.html