

2009-2012年中国网络视频产业运行走势及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年中国网络视频产业运行走势及发展前景预测报告》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/3529235292.html>

报告价格：电子版: 5000元 纸介版：6000元 电子和纸介版: 7000

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

第一章 2008-2009年国际网络视频产业发展状况分析

第一节 2008-2009年国际网络视频产业发展分析

- 一、欧美视频网站融资总额
- 二、网络视频引起全球互联网流量猛增
- 三、高速发展的网络视频将给全球带来巨大影响

第二节 2008-2009年国际网络视频产业主要国家分析

- 一、网络视频在美国的广泛应用
- 二、欧洲各大网络电视运营商开始销售网络视频内容
- 三、英国视频网站发展现状
- 四、韩国使用播客的网民比重不断增加
- 五、百度日本在视频搜索领域的用户吸引力不断提升
- 六、印度利用网络视频推广旅游资源

第三节 2009-2012年国际网络视频产业发展趋势分析

第二章 2008-2009年中国网络视频产业运行环境分析

第一节 2008-2009年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数
- 三、城镇人员从业状况

第二节 2008-2009年中国网络视频产业政策环境分析

- 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 2008-2009年中国网络视频产业社会环境分析

第三章 2008-2009年中国网络视频产业运行形势分析

第一节 2008-2009年中国网络视频产业发展综述

- 一、国内网络视频已经成为互联网应用的主流
- 二、网络视频产业呈现出融合态势
- 三、网络视频的面临三大机遇

第二节 2008-2009年中国网络视频产业链分析

- 一、中国网络视频产业链总体发展状况
- 二、内容商探索互联网生存之路
- 三、技术商谋求以技术换内容
- 四、渠道商在严酷处境中把握机遇

五、电信运营商准备发力跨平台渠道

六、广告代理商利用自身优势构建网络视频分发平台

第三节 2008-2009年中国网络视频用户分析

一、中国网络视频用户特征

二、网络视频产业的发展应立足于用户体验

三、提升网络视频用户体验的四种途径

第四章 2008-2009年中国网络视频产业的问题与发展对策分析

第一节 2008-2009年中国网络视频产业面临问题和挑战

一、网络视频受众需要与视频内容存在差距

二、网络视频价值测量体系还不健全

三、高成本成为网络视频发展门槛

四、国内网络视频业存在四大硬伤

第二节 2008-2009年中国网络视频产业牌照问题分析

一、网络视频产业业迎来牌照经营时代

二、牌照发放给视频行业带来的影响

三、视频牌照颁发透露出媒体混业趋势

第三节 2008-2009年中国网络视频版权问题分析

一、版权成为网络视频产业发展的重大问题

二、网络视频内容版权保护的相关思考

三、自寻片源成为视频网站发展出路

四、产销一体化有利于破解网络视频版权难题

五、视频网站解决版权问题的若干建议

第四节 2008-2009年中国网络视频产业发展策略分析

一、网络视频企业的市场破局之道

二、视频网站的内容整合策略分析

三、网络视频产业发展需要宽松的政策环境和有效的保障机制

四、西欧宽带视频业务发展带给中国的启示

第五章 2008-2009年中国网络视频盈利能力分析

第一节 2008-2009年中国视频网络盈利综合分析

一、视频网站主要盈利模式

二、盈利模式的缺乏成为视频网站发展的“绊脚石”

三、国内外主要视频网站的盈利模式与策略

四、手机流媒体或成视频分享网站盈利新出路

第二节 2008-2009年中国视频网站对盈利新模式的探索动态

一、Youtube推出覆盖广告以寻求新盈利模式

二、PPLIVE投资拍摄网络互动剧以探索合作赢利模式

三、酷6网开创视频博客收入分成模式

四、土豆网携手娱乐产业巨头寻求盈利新途径

五、赳客网打造新收益模式

第三节 2008-2009年中国视频网络盈利中的流量问题分析

一、高流量转化为收入难题困扰全球视频网站

二、中国网络视频市场上演流量争夺战

三、视频网站流量的真正价值

第四节 2008-2009年中国视频网站实现盈利的措施与建议

一、探索具有发展空间的盈利模式

二、开拓视频网站盈利“蓝海”

三、加强与传统影视媒体的深度合作

四、视频网站十种可行的盈利方法

第六章 2008-2009年中国视频分享运行态势分析

第一节 2008-2009年中国视频分享行业发展综述

一、视频分享产业环境分析

二、视频分享网站用户访问情况

三、视频分享的崛起将不断压缩CDN服务市场空间

第二节 2008-2009年中国视频分享网站的主要发展模式

一、UGC模式

二、传统合作模式

三、兼容并包模式

第三节 2008-2009年中国手机视频分享分析

一、手机视频分享视受青睐

二、价格和下载速度制约手机视频分享发展

三、手机视频博客发展浅析

第四节 2008-2009年中国视频分享网站发展建议

一、视频分享网现状的几种推广手段

二、视频分享网站应建立利益刺激机制

三、视频分享网站需要加强自律

四、新浪播客的成功带给国内视频分享网站启示

第七章 2008-2009年中国P2P流媒体播放平台运行走势分析

第一节 2008-2009年中国P2P流媒体发展总体分析

一、中国P2P流媒体市场经历了三个发展阶段

二、P2P流媒体产业环境分析

三、2007年P2P流媒体的视频直播业务发展状况

四、P2P流媒体发展形势分析

五、P2P流媒体的发展战略

第二节 2008-2009年中国P2P流媒体厂商类型

一、技术流族

二、原创族

三、拉帮派

四、增值服务型

五、另类派

六、其他厂商

第三节 2008-2009年中国P2P网络电视运行分析

一、P2P网络电视全球发展概况

二、中国P2P网络电视发展现状

三、P2P网络电视的制胜原因

四、P2P网络电视还须跨越六道坎

第四节 2008-2009年中国P2P网络电视主要运营产品比较分析

一、PPLive

二、PPStream

三、UUSee

四、QQLive

第八章 2008-2009年中国其它类型的网络视频播放平台运行动态分析

第一节 2008-2009年中国视频点播与直播运行分析

一、中国在线视频点播网站发展历程

二、网络电影的发展前景与对策分析

三、中国宽频影视用户特征分析

四、频繁赛事推动网络直播挺进主流市场

五、广播网站视频直播产业发展分析

第二节 2008-2009年中国视频搜索产业分析

一、视频搜索的定义与分类

二、视频搜索市场发展现状与面临的挑战

三、运营商掘金视频搜索市场的相关建议

四、精准化将成为视频搜索行业未来发展路线

五、网络视频世界视频搜索引擎大检阅

第九章 2008-2009年中国网络视频产业市场竞争格局分析

第一节 2008-2009年中国网络视频产业竞争现状分析

一、网络视频竞争的五个关键点

二、网络视频挑战传统电视地位

三、门户网站和垂直视频网站间竞争愈演愈烈

第二节 2008-2009年中国网络视频产业竞争格局分析

一、网络视频产业战略集团的划分

二、视频分享类网站竞争格局

三、视频点播类网站竞争格局

四、P2P播放平台竞争格局

五、视频搜索企业竞争格局

第三节 2008-2009年中国网络视频市场竞争动态分析

一、MySpace发力挑战Youtube地位

二、Joost正式登陆中国网络视频市场

三、优酷凭借绝对优势与强势品牌达成战略合作

四、风行推出全球首家影视SNS社区服务或改写网络视频格局

五、暴风影音正式进军互联网视频领域

第四节 2008-2009年中国网络视频企业竞争策略分析

一、网络视频的竞争决胜点

二、“快者为王”是网络视频行业竞争致胜法则

三、优化内容是提高网络视频核心竞争力的根本

第五节 2008-2009年中国视频网站的竞争发展走向分析

一、各类型视频网站未来生存空间分析

二、专业视频网站仍将是网络视频市场的主流

三、不同类型的网络视频服务将走向趋同性竞争

四、立体式运营将会成为视频网站竞争的核心

五、视频新规将影响视频产业竞争格局

第十章 2008-2009年中国主要视频网站竞争力分析

第一节 优酷网

一、网站概述

二、网站投资情况分析

三、优酷经营业绩分析

第二节 土豆网

一、网站概述

二、网站投资情况分析

三、土豆网整合RoxioBuzz帮助用户简化视频发布步骤

第三节 我乐网

- 观研报告网 www.chinabaogao.com

三、网络视频会议系统发展面临的挑战

四、网络视频会议的未来发展走向

第三节 2008-2009年中国网络视频购物分析

一、网络视频购物网站运营分析

二、中国推出首个手机视频导购服务

三、视频看房成推动房地产服务行业升级

第四节 2008-2009年中国其他应用领域分析

一、网络视频技术在财经传播领域中的应用

二、视频招聘悄然现身招聘网站

三、视频邮件拓展电子邮件服务新领域

第十二章 2009-2012年中国网络视频产业发展趋势预测分析

第一节 2009-2012年中国网络视频产业发展预测分析

一、网络视频产业的五个发展趋势

二、2010年网络视频市场发展预测

三、网络视频应用的六大方向

四、中国视频网站内容监管方向分析

第二节 2009-2012年中国网络视频细分市场发展趋势分析

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

第三节 2009-2012年中国网络视频产业盈利预测分析

第十三章 2009-2012年中国网络视频产业投资机会与风险分析

第一节 2009-2012年中国网络视频产业投资环境分析

第二节 2009-2012年中国网络视频产业投资机会分析

一、网络视频得到风险投资的青睐

二、细分产业投资热点分析

第三节 2009-2012年中国网络视频产业投资风险分析

一、市场运营风险

二、技术风险

三、政策性风险

四、进入退出风险

第四节 专家投资建议

图表名称：部分

图表 中国GDP分析

图表 城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数

图表 城镇人员从业状况

图表 视频网站主要盈利模式

图表 2008-2009年中国视频分享网站的主要发展模式

图表 2008-2009年中国P2P流媒体厂商类型

图表 视频分享类网站竞争格局

图表 视频点播类网站竞争格局

图表 P2P播放平台竞争格局

图表 视频搜索企业竞争格局

图表 2009-2012年中国网络视频细分市场发展趋势分析

图表 2009-2012年中国网络视频产业盈利预测分析

图表略。○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/3529235292.html>