

2019年中国网络视频行业分析报告- 产业深度研究与发展趋势前瞻

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《2019年中国网络视频行业分析报告-产业深度研究与发展趋势前瞻》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/yingshidongman/465464465464.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: 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

【报告大纲】

第一章网络视频相关概述

1.1网络视频的概念

1.1.1网络视频定义

1.1.2主要产品分类

1.1.3媒体功能特征

1.2网络视频的播放方式

1.2.1视频下载

1.2.2在线点播

1.2.3视频轮播

1.2.4视频直播

1.2.5视频搜索

第二章2016-2019年国际网络视频产业的发展

2.1国际网络视频产业发展分析

2.1.1视频形态发展历程

2.1.2在线视频用户规模

2.1.3在线视频收入情况

2.1.4网络视频类型介绍

2.1.5商业模式差异比较

2.2美国

2.2.1行业收入情况

2.2.2用户发展规模

2.2.3企业布局情况

2.2.4市场竞争格局

2.2.5商业模式分析

2.3欧洲

2.3.1行业发展规模

2.3.2用户发展分析

2.3.3英国视频用户规模

第三章2016-2019年中国网络视频发展环境分析

3.1政策环境

3.1.1政策总体分析

3.1.2产业监管政策

3.1.3政策发展分析

3.2经济环境

3.2.1宏观经济概况

3.2.2固定资产投资

3.2.3经济结构转型

3.2.4宏观经济展望

3.3社会环境

3.3.1社会消费规模

3.3.2居民收入水平

3.3.3居民消费水平

3.3.4人口规模构成

3.3.5网民发展规模

第四章2016-2019年中国网络视频产业分析

4.12016-2019年中国网络视频产业发展综况

4.1.1行业影响因素

4.1.2产业发展进程

4.1.3发展价值分析

4.22016-2019年中国网络视频产业运行分析

4.2.1网络视频产业规模

4.2.2网络视频用户规模

4.2.3网络视频收入结构

4.2.4细分市场发展分析

4.3在线视频行业上市公司运行状况分析

4.3.1在线视频行业上市公司规模

4.3.2在线视频行业上市公司分布

4.4在线视频行业财务状况分析

4.4.1经营状况分析

4.4.2盈利能力分析

4.4.3营运能力分析

4.4.4成长能力分析

4.4.5现金流量分析

4.52016-2019年网络视频产业链分析

4.5.1产业链条生态图谱

4.5.2网络视频内容服务

4.5.3网络视频内容提供

4.5.4内容提供主体发展

4.65G网络视频业务承载与发展分析

4.6.15G视频发展形式分析

4.6.2运营商布局5G+视频

4.6.3设备商5G+视频研发

4.6.45G+视频典型应用

4.7中国网络视频营销策略分析

4.7.1网络视频营销含义

4.7.2网络视频营销优势

4.7.3网络视频营销形式

4.7.4视频营销应对策略

4.7.5行业营销发展趋势

4.8网络视频行业发展问题及建议分析

4.8.1行业存在问题

4.8.2细化商业模式

4.8.3创新技术手段

4.8.4加强产业规划

4.8.5深耕差异化战略

第五章2016-2019年中国视频分享平台行业发展分析

5.1视频分享平台发展综述

5.1.1行业发展阶段

5.1.2行业发展环境

5.1.3行业布局情况

5.22016-2019年视频分享平台市场发展现状

5.2.1市场竞争格局

5.2.2平台收费情况

5.2.3平台会员规模

5.2.4企业布局情况

5.2.5视频APP发展模式

5.2.6平台分账分析

5.32016-2019年视频分享平台市场发展动态分析

5.3.1哔哩哔哩

5.3.2优酷视频

5.3.3腾讯视频

5.3.4爱奇艺

5.4行业发展趋势分析

5.4.1新题材与新流量齐聚

5.4.2网剧竞争稍显弱势

5.4.3自制内容编排

第六章2016-2019年网络视频直播发展分析

6.1网络视频直播市场发展综述

6.1.1直播产业链条

6.1.2行业发展特点

6.1.3直播平台布局

6.1.4行业监管情况

6.22016-2019年网络视频直播行业运行情况

6.2.1直播用户规模

6.2.2细分市场占比

6.2.3企业营收情况

6.2.4主播收入情况

6.2.5行业融资情况

6.2.6行业发展动态

6.3网络视频直播行业变化情况

6.3.1内容生产PGC化

6.3.2变现手段的跨界化

6.3.3人才培育的专业化

6.3.4发展战略的异质化

6.4行业发展问题策略及发展趋势

6.4.1直播行业问题

6.4.2行业发展建议

6.4.3行业发展趋势

第七章2016-2019年中国其它类型的网络视频市场分析

7.1短视频发展分析

7.1.1行业发展历程

7.1.2主要类型分析

7.1.3行业运行情况

7.1.4用户市场规模

7.1.5主体情况分析

7.1.6用户发展分析

7.1.7企业布局情况

7.1.8行业发展影响

7.1.9市场营销建议

7.2VR视频发展分析

7.2.1VR视频产业链条

7.2.2行业发展模式

7.2.3VR影视产品发展

7.2.4VR直播应用领域

7.2.5行业发展前景

第八章2016-2019年中国网络视频广告发展分析

8.12016-2019年互联网广告市场发展分析

8.1.1产业发展链条

8.1.2行业发展模型

8.1.3用户发展规模

8.1.4市场发展趋势

8.22016-2019年网络视频广告综述

8.2.1各类形式分析

8.2.2广告价值研究

8.2.3广告计费模式

8.2.4有效广告特点

8.2.5与传统广告比较

8.32016-2019年国际网络视频广告发展分析

8.3.1全球网络广告发展现状

8.3.2网络视频广告收入情况

8.3.3美国网络视频广告趋势

8.3.4亚太网络视频广告状况

8.42016-2019年中国网络视频广告发展分析

8.4.1视频广告特点分析

8.4.2网络视频发展现状

8.4.3视频广告市场规模

8.4.4短视频广告的规模

8.4.5广告投放类型分析

8.4.6视频网站广告类型

8.5中国网络视频广告的市场需求和消费分析

8.5.1广告商需求情况

8.5.2广告商投放需求

8.5.3广告商不感兴趣的原因

8.5.4对受众消费行为的影响

8.5.5用户对视频广告接受度

8.6网络视频广告的未来发展建议

8.6.1网络视频广告存在问题

8.6.2网络视频广告不足分析

8.6.3网络视频广告发展建议

8.6.4网络视频广告应对策略

第九章2016-2019年中国网络视频用户调查分析

9.12016-2019年中国网络用户基本特征分析

9.1.1性别结构

9.1.2年龄结构

9.1.3学历结构

9.1.4职业结构

9.1.5收入结构

9.22016-2019年网络视频广告用户体验情况

9.2.1用户对网络视频广告的印象

9.2.2免费内容+商业广告的看法

9.2.3网络视频用户月度支出状况

9.32016-2019年中国网络视频用户的付费行为分析

9.3.1付费市场发展规模

9.3.2VIP会员用户比例

9.3.3视频全面付费犯法

9.3.4用户看重VIP权益

9.42016-2019年中国网络综合视频用户行为分析

9.4.1用户性别分析

9.4.2用户年龄结构

9.4.3用户城市分布

9.52016-2019年中国网络直播用户行为分析

9.5.1直播平台头部主播画像

9.5.2用户对政府监管的态度

9.5.3用户对直播的发展认知

9.5.4用户对直播平台的期待

第十章2016-2019年中国网络视频的应用领域分析

10.1网络视频监控

10.1.1网络视频监控原理

10.1.2视频监控市场规模

10.1.3数据时代视频监控

10.1.4AI赋能视频监控

10.1.5网络视频监控应用

10.1.6监控技术存在问题

10.1.7视频监控发展方向

10.1.8行业发展趋势分析

10.2网络视频会议

10.2.1产业发展链条

10.2.2行业发展历程

10.2.3市场发展规模

10.2.4行业应用领域

10.2.5企业竞争格局

10.2.6硬件视频会议

10.2.7云视频会议发展

10.2.8行业发展趋势

10.3网络视频购物

10.3.1行业发展现状

10.3.2发展问题分析

10.3.3行业发展建议

10.4其他应用领域

10.4.1财经传播领域

10.4.2视频面试动态

10.4.3电子邮件服务

第十一章2016-2019年中国网络视频盈利模式分析

11.12016-2019年中国传统网络视频商业模式

11.1.1网络视频商业广告

11.1.2网络视频增值服务

11.1.3版权许可和分销

11.22016-2019年中国创新网络视频商业模式

11.2.1视频电商业务

11.2.2硬件研发和销售

11.2.3IP泛娱乐开发

11.2.4艺人经纪模式

11.2.5IP衍生品销售

11.3国内短视频盈利模式的方式与挑战

11.3.1短视频盈利模式方式

11.3.2短视频盈利模式挑战

11.3.3短视频盈利优化建议

11.3.4抖音短视频盈利模式分析

11.4国内视频网站付费盈利模式分析——以爱奇艺为例

11.4.1付费模式出现原因

11.4.2付费模式现状分析

11.4.3付费模式面临挑战

11.4.4付费模式发展策略

11.5互联网视频网站盈利模式研究——以优酷视频网站为例

11.5.1优酷网现有盈利模式分析

11.5.2优酷网盈利发展困境分析

11.5.3优酷网盈利模式改进建议

11.5.4商业模式发展前景分析

第十二章2016-2019年中国网络视频产业竞争分析

12.12016-2019年中国网络视频产业竞争现状

12.1.1行业进入分析

12.1.2产业竞争现状

12.1.3行业竞争格局

12.1.4市场占有份额

12.1.5未来竞争格局

12.2网络直播市场竞争分析

12.2.1直播发展环境

12.2.2企业竞争情况

12.2.3行业竞争表现

12.2.4平台扩张策略

12.3短视频行业的竞争策略分析

12.3.1行业结构分析

12.3.2企业市场行为

12.3.3市场绩效分析

12.3.4问题发展建议

12.42016-2019年中国网络视频企业竞争策略

12.4.1网络视频竞争决胜点

12.4.2行业竞争制胜法则

12.4.3网络视频核心竞争力

12.4.4差异化战略提升竞争力

12.4.5我国网络视频产业的竞争战略

12.5视频网站的竞争发展趋势分析

12.5.1未来生存空间

12.5.2差异化竞争

12.5.3立体式运营

12.5.4视频产业格局

第十三章2016-2019年中国网络视频侵权盗版情况

13.1网络视频侵权盗版阶段

13.1.1盗版侵权1.0阶段

13.1.2盗版侵权2.0阶段

13.1.3盗版侵权3.0阶段

13.1.4盗版侵权4.0阶段

13.2网络视频侵权盗版新形态分析

13.2.1短视频剪辑搬运侵权形式

13.2.2网络视频实物衍生品盗版

13.2.3体育赛事视频内容侵权盗版

13.2.4网络广告屏蔽插件发展情况

13.3网络视频用户观看盗版内容的行为分析

13.3.1用户对正盗版视频的认知

13.3.2用户对盗版视频观看习惯

13.3.3用户对盗版视频下载途径

13.3.4用户对盗版网络视频诉求

13.4网络视频正版化市场发展情况

13.4.1网络视频正版化价值

13.4.2视频正版化政策扶持

13.4.3视频正版化技术运用

13.4.4视频正版化进展情况

13.5中国网络视频版权保护的问题与建议

13.5.1视频保护面临的问题

13.5.2网络视频保护建议

第十四章国内外主要视频网站分析

14.1YouTube

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

14.2腾讯视频

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

14.3爱奇艺（iQIYI）

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

14.4芒果超媒股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

14.5哔哩哔哩公司（Bilibili,Inc.）

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

14.6虎牙公司（HUYA,Inc.）

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

14.7乐视网信息技术（北京）股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

14.8CNTV（中国网络电视台）

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

第十五章2020-2026年中国网络视频产业投资与趋势分析

15.1网络视频产业的投资潜力

15.1.1行业投资机遇

15.1.2产业投资热点

15.1.3投资前景分析

15.2网络视频产业的投资动态及风险

15.2.1视频直播投资加剧

15.2.2短视频投资规模

15.2.3体育视频投资分析

15.3网络视频行业发展趋势

15.3.1衍生品市场发展

15.3.2自制内容多样化

15.3.3视频平台多元化

15.3.4盈利模式多元化

15.42020-2026年中国网络视频产业预测分析

15.4.12020-2026年中国网络视频产业影响因素分析

15.4.22020-2026年中国网络视频用户规模预测

15.4.32020-2026年中国网络视频市场规模预测

附录

附录一：互联网等信息网络传播视听节目管理办法

附录二：进一步规范网络视听节目传播秩序的通知

附录三：网络短视频平台管理规范

附录四：网络短视频内容审核标准细则

图表目录

图表网络视频行业的主要分类

图表媒介技术的变迁史及相应时代下视频媒体形态

图表2020-2026年全球付费电视和在线视频用户规模

图表2016-2019年全球在线视频收入规模

图表2020-2026年美国在线视频收入规模预测

图表2020-2026年美国视频流媒体用户数

图表美国在线视频平台介绍

图表2019年美国本土分平台在线视频用户使用情况

图表2019年Netflix流媒体内容投入情况

图表2019年Netflix内容的生产商来源

图表2016-2019年Netflix原创内容数量

图表2020-2026年欧洲在线视频收入规模预测

图表2019年欧洲各国跨平台观看时间

图表详见报告正文.....（GY YXY）

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国网络视频行业分析报告-产业深度研究与发展趋势前瞻》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。

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。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。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yingshidongman/465464465464.html>