

2018-2023年中国短视频市场发展调查与投资前景 评估报告

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《2018-2023年中国短视频市场发展调查与投资前景评估报告》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/296671296671.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

短视频领域的盈利模式当前均处于探索阶段，我们总结了其中三条比较主流的盈利模式：

机遇 1：站上付费风口——内容付费+直播打赏

1) 内容方：在内容付费的驱使下，文字、语音问答付费已有成功案例，门户视频网站纷纷针对版权视频推出会员包月服务。数据显示，为内容付费的行为在智能手机用户中的渗透率为34.9%，具备一定的规模，购买付费会员是渗透率最高付费行为，为15.1%。短视频用户付费习惯尚在形成之中，2017年内容付费迎来发展机遇。

目前短视频内容付费的障碍主要集中于两点：内容质量、版权保护。

短视频付费对内容要求极高，一定要足够垂直、足够专业、足够优质。随着垂直领域内容的爆发，定位在垂直细分领域公司能够更加紧密地结合行业资源形成具有辨识度和稀缺性价值，完成从提供信息到提供内容最后转变为提供服务的升级；

另外，内容成为商品的唯一方式就是打上版权烙印。在目前的市场中已经出现了如“MF+”这样可以进行版权登记资质的第三方平台，同时为自媒体视音频创作机构提供版权、发行、维权的全链条服务，将版权申请处理时间从线下约 30 个工作日缩短到线上 24 小时之内，从而在处理速度上一个月最多 1000 件扩充到每月20000件；版权保护体系也进一步完善，今日头条旗下的“Content ID 系统”可以 24 小时昼夜不息地在每段视频上传时，将它们与源片库中的作品进行比对，一旦内容产生匹配，版权方可以采取两种处理方式：让侵权视频下架，或正常推荐，获取广告收益。

图：短视频行业首张版权登记证书

图：CONTENT ID工作原理 2016年底，新片场出品“电影自习室”的短视频节目尝试实行了付费制，为魔力TV贡献了200万的收入。另外，国内首家视频问答类产品“问视”于2017年3 月上线，在该平台上，所有人都可以在平台上展示自己的视频名片，设置提问价格，用3分钟的视频解答自己所在专业领域的问题，其他用户可以用付费的方式围观。

2) 平台方：大部分短视频平台当前仍在寻求流量变现的途径，内容打赏成为最直接的方式。2015年9月秒拍上线视频打赏功能，2016年6月，美拍5.0版本也针对短视频上线了道具打赏功能，但当前体量仍较小。

图：秒拍打赏界面 由于平台和用户群的重合，同样是视频形式的直播成为其首选。直播打赏功能成为短视频平台的重要变现手段，带动用户付费打赏成为当前短视频平台最主要的收入来源之一。

机遇 2：广告形式渐丰富，市场未来值得期待

随着用户流量的逐渐积累及短视频投放渠道的扩大，我们可以预期短视频广告变现能力进一步提升。当前已经进行尝试的广告类型包括：

1、展示广告 展示广告是最直接的流量变现手段，2016年第1季度，“网红”Papi酱首条贴片广告以2200万元的价格被拍下，其形式为短视频片尾彩蛋；2017年初，秒拍在业内首推短视频6S贴片广告，以“秒拍情人节”试水投放平台上已签约的50个达人账号，两天时间广告播放量达1.3亿次，广告覆盖上亿粉丝。

2、原生广告 内容提供商可以通过冠名、口播、植入、定制、角标等多种形式转化短视频的内容和流量价值。短视频广告其原生植入的优质内容符合用户的兴趣点，能够提高用户接受度，用户还能够通过参与评论、分享，增强二次传播，再加上富媒体，趣味性呈现，也容易引导用户缩短购买过程。

图：短视频贴片广告

图：短视频原生广告 图：今日头条广告价格榜

机遇 3：社交化电商垂直领域变现能力可观

短视频内容中包含有形产品可作为消费升级的入口，便于连接电商变现。短视频的呈现特点使多样化、全面性的传递产品文化含义和社会含义成为可能，结合拍摄手法、音乐、故事、画面传达象征性的意义。短视频成为整个商业闭环的新兴入口，音乐、文化、历史、艺术等曾经看上去略带高冷的内容，如今在精神消费升级的需求下以更娱乐化的形式进入大众视野。而未来在旅游、体育、文娱、教育、亲子、母婴、理财等细分领域的短视频，都有非常大的发展潜力。

短视频用户与电商目标受众重合。根据中国报告网收集的数据显示，垂直短视频app用户接近七成为女性，16岁-55岁用户占比为73%，此外30.7%的用户对流行时尚话题感兴趣，这一群体具有基本的消费能力，且容易冲动消费，正是电商的目标受众。

图：垂直短视频 app 用户年龄分布 图：垂直短视频 app 用户性别分布

社交化电商简化购买决策过程，极大刺激销量。可以比对的是微博的电商数据。微博数据显示，自媒体今年已经在微博上获得117亿元的收入，其中通过电商获得的收入高达108亿元，并且变现收益最高的就是拥有自己品牌的短视频创业者。

内容提供商“一条”从生活美学的角度切入短视频创业，2016年5月开始做内容电商，贩卖

的商品从日杂到家具，从电子产品到护肤用品，还包括线下的生活课程和旅游课程。平台启动2个多月便积累了数十万买家，单月营业收入在3000万左右，至2016年7月，“一条”的电商收入已经达到2亿多，2017年预计达到10 亿。目前，“一条”已经和500多家供应商建立了合作，商品类型过万。

图：自媒体在微博的收入构成

当前短视频+电商的变现模式集中在时尚、美妆、美食等容易刺激消费冲动的垂直领域。此类内容与用户日常生活息息相关，易传播、内容制作和配套设置要求相对简单，所以成为了第一批兴起的短视频项目。而今日头条大数据显示，科普、金融、教育等领域是短视频创业的蓝海，相比美食、时尚、生活方式等竞争激烈的领域更值得关注。中国报告网发布的《2018-2023年中国短视频市场发展调查与投资前景评估报告》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、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2016-2017年中国短视频行业发展概述

第一节2016-2017年短视频行业发展情况概述

一、短视频行业相关定义

二、短视频行业基本情况介绍

三、2016-2017年短视频行业国内发展特点分析

第二节2016-2017年中国短视频行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、短视频行业产业链条分析

三、2016-2017年中国短视频行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节2016-2017年中国短视频行业生命周期分析

一、短视频行业生命周期理论概述

二、2017年短视频行业所属的生命周期分析

第四节2016-2017年短视频行业经济指标分析

二、2016-2017年短视频行业的赢利性分析

四、2016-2017年短视频行业的经济周期分析

三、短视频行业附加值的提升空间分析

第五节2016-2017年国中短视频行业进入壁垒分析

一、短视频行业技术壁垒分析

二、短视频行业规模壁垒分析

三、短视频行业品牌壁垒分析

四、短视频行业其他壁垒分析

第二章2016-2017年全球短视频行业市场发展现状分析

第一节全球短视频行业发展历程回顾

第二节2016-2017年全球短视频行业市场区域分布情况

第三节2016-2017年亚洲短视频行业地区市场分析

一、2016-2017年亚洲短视频行业市场现状分析

二、2016-2017年亚洲短视频行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2023年亚洲短视频行业市场前景分析

四、2018-2023年亚洲短视频发展趋势分析

第四节2016-2017年北美短视频行业地区市场分析

一、2016-2017年北美短视频行业市场现状分析

二、2016-2017年北美短视频行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2023年北美短视频行业市场前景分析

四、2018-2023年北美短视频行业发展趋势分析

第五节2016-2017年欧盟短视频行业地区市场分析

一、2016-2017年欧盟短视频行业市场现状分析

二、2016-2017年欧盟短视频行业市场规模与市场需求分析

三、2018-2023年欧盟短视频行业市场前景分析

四、2018-2023年欧盟短视频行业发展趋势分析

第六节2018-2023年世界短视频行业分布走势预测

第七节2018-2023年全球短视频行业市场规模预测

一、2018-2023年亚洲短视频行业市场规模预测

二、2018-2023年北美短视频行业市场规模预测

三、2018-2023年欧盟短视频行业市场规模预测

第三章2016-2017年中国短视频产业发展环境分析

第一节2016-2017年我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节2016-2017年中国短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

第四节2016-2017年中国短视频产业社会环境发展分析

- 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
- 五、消费观念分析

第四章2015-2017年中国短视频产业运行情况

第一节中国短视频行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业技术现状分析
- 三、行业发展特点分析

第二节2015-2017年中国短视频行业市场规模分析

第三节2015-2017年中国短视频行业供应情况分析

- 一、行业生产企业分析
- 二、2015-2017年中国短视频行业产能情况分析
- 三、2015-2017年中国短视频行业产能区域分布情况

第四节2015-2017年中国短视频行业需求情况分析

- 一、2015-2017年中国短视频行业行业需求量分析
- 二、2015-2017年中国短视频行业行业需求区域分布

第四节2018-2023年中国短视频行业发展趋势分析

第五章2016-2017年中国短视频市场格局分析

第一节2016-2017年中国短视频行业竞争现状分析

一、中国短视频行业竞争情况分析

二、中国短视频行业主要品牌分析

第二节2016-2017年中国短视频行业集中度分析

一、中国行业市场集中度分析

二、中国行业企业集中度分析

第三节2016-2017年中国短视频行业存在的问题

第四节2016-2017年中国短视频行业解决问题的策略分析

第五节2016-2017年中国短视频行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第六章2016-2017年中国短视频市场价格走势分析

第一节2016-2017年短视频行业价格影响因素分析

一、成本因素

二、供需因素

三、渠道因素

四、其他因素

第二节2016-2017年中国短视频行业价格现状分析

一、2016-2017年短视频行业平均价格走势回顾分析

二、2018年短视频行业平均价格走势预测

第三节2018-2023年中国短视频行业平均价格走势预测

一、价格预测依据

二、2018-2023年中国短视频行业平均价格走势预测

三、2018-2023年中国短视频行业平均价格增速预测

第七章2015-2017年中国短视频行业区域市场现状分析

第一节2015-2017年中国短视频行业区域市场规模分布

第二节2015-2017年中国华东地区短视频市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、2015-2017年华东地区短视频市场规模分析

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、2015-2017年华中地区短视频市场规模分析

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、2015-2017年华南地区短视频市场规模分析

第五节华北地区市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、2015-2017年华北地区短视频市场规模分析

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、2015-2017年东北地区短视频市场规模分析

第七节西部地区市场分析

- 一、西部地区概述
- 二、西部地区经济环境分析
- 三、2015-2017年西部地区短视频市场规模分析

第八章2016-2017年中国短视频行业竞争情况

第一节2016-2017年中国短视频行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节2016-2017年中国短视频行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节2016-2017年中国短视频行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第九章中国短视频所属行业数据监测

第一节中国短视频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

第二节中国短视频所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节中国短视频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

第十章我国短视频行业重点生产企业分析（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、公司优劣势分析

第二节企业

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、公司优劣势分析

第三节企业

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、公司优劣势分析

第四节企业

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、公司优劣势分析

第五节企业

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、公司优劣势分析

第六节企业

- 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、公司优劣势分析

第七节企业

- 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、公司优劣势分析

第八节企业

- 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、公司优劣势分析

第九节企业

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、公司优劣势分析

第十节企业

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、公司优劣势分析

第十一章2018-2023年中国短视频行业发展前景分析与预测

第一节2018-2023年中国短视频行业未来发展前景分析

一、2018-2023年行业国内投资环境分析

二、2018-2023年中国短视频行业市场机会分析

三、2018-2023年中国短视频行业投资增速预测

第二节2018-2023年中国短视频行业未来发展趋势预测

第三节2018-2023年中国短视频行业市场发展预测

一、2018-2023年中国短视频行业市场规模预测

二、2018-2023年中国短视频行业市场规模增速预测

三、2018-2023年中国短视频行业产值规模预测

四、2018-2023年中国短视频行业产值增速预测

第四节2018-2023年中国短视频行业盈利走势预测

一、2018-2023年中国短视频行业毛利润同比增速预测

二、2018-2023年中国短视频行业利润总额同比增速预测

第十二章2018-2023年中国短视频行业投资风险与营销分析

第一节2018-2023年短视频行业投资风险分析

- 一、2018-2023年短视频行业政策风险分析
- 二、2018-2023年短视频行业技术风险分析
- 三、2018-2023年短视频行业竞争风险分析
- 四、2018-2023年短视频行业其他风险分析

第二节2018-2023年短视频行业企业经营发展分析及建议

- 一、2018-2023年短视频行业经营模式
- 二、2018-2023年短视频行业生产模式
- 三、2018-2023年短视频行业销售模式

第三节2018-2023年短视频行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章2018-2023年中国短视频行业发展策略及投资建议

第一节2018-2023年中国短视频行业品牌战略分析

- 一、短视频企业品牌的重要性
- 二、短视频企业实施品牌战略的意义
- 三、短视频企业品牌的现状分析
- 四、短视频企业的品牌战略
- 五、短视频品牌战略管理的策略

第二节2018-2023年中国短视频行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节2018-2023年中国短视频行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章2018-2023年中国短视频行业发展策略及投资建议

第一节2018-2023年中国短视频行业产品策略分析

一、产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节2018-2023年中国短视频行业营销渠道策略

一、2018-2023年短视频行业营销模式

二、2018-2023年短视频行业营销策略

第三节2018-2023年中国短视频行业价格策略

第四节观研天下行业分析师投资建议

一、2018-2023年中国短视频行业投资区域分析

二、2018-2023年中国短视频行业投资产品分析

图表详见正文

更多图表详见正文（ZJYWK）

特别说明：中国报告网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/hulianwang/296671296671.html>