

2020年中国视频行业分析报告- 市场深度分析与投资前景研究

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国视频行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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/346889346889.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

2020年春节假期的延长、节后用户的闲暇时间剧增激活了在线娱乐经济，在线视频、短视频、游戏、社交等娱乐消费快速上涨。2020年春节不同时期在线视频平台用户日均活跃用户规模约3.1亿，与2019年春节时期相比上涨7%。其中，日活跃增速TOP5APP中，视频类占据三席，以快手为代表的视频增速达14.8%。

2019-2020年不同时期在线视频平台用户日均活跃用户规模

数据来源：艺恩数据

2020年春节日活跃增速TOP5 APP

数据来源：艺恩数据

2020年1-3月视频平台共计上线国产影视内容415部，同比上升22%，其中，电影上线总量为149部，综艺为105部，剧集为71部，动漫为48部，纪录片为42部。电影消化存量、综艺减量明显。

2020年1-3月视频平台上线影视内容总量

数据来源：艺恩数据

2020年1-3月视频平台上新剧综内容中，腾讯视频头部剧综内容占比超6成，引领头部市场。剧集上线总量下降5%至71部，在上新剧播映指数TOP10中，腾讯视频占据6席，前覆盖前五。

2020年1-3月视频平台上线剧综内容占比

数据来源：艺恩数据

2020年1-3月剧集上新数量

数据来源：艺恩数据

2020年1-3月播映指数TOP 10上新剧视频平台分布

剧名

播映指数

发布平台

安家

82.8

腾讯

完美关系

79.6

腾讯、爱奇艺、芒果TV

三生三世枕上书

78.2

腾讯

新世界

76.3

腾讯、爱奇艺

无心法师第三季

74.8

腾讯、爱奇艺、优酷

爱情公寓5

74.6

爱奇艺

我在北京等你

74

腾讯、优酷

重生

73.2

优酷

下一站是幸福

71.1

芒果TV

上古密约

65.4

爱奇艺、芒果TV数据来源：艺恩数据

2020年1-3月独播剧数量为53部，占上新剧总量的75%，数量及占比均较去年有所提升。其中，腾讯视频独播剧《安家》用户热度与观看度双榜居首，现实主义题材受追捧。

2020年1-3月独播剧数量、占比情况

数据来源：艺恩数据

2020年1-3月上新剧用户热度及观看度

剧名

发布平台

用户热度

观看度

安家

腾讯

72.7

88.3

三生三世枕上书

腾讯

72.5

83

爱情公寓5

爱奇艺

69.3

78.9

下一站是幸福

芒果TV

65.8

74.6

重生

优酷

63

71.7

将夜2

腾讯

59.9

71.7

热血同行

优酷

55.7

70

大主宰

爱奇艺

55.6

72.3

两世欢

爱奇艺

55.1

75.2

乡村爱情故事12

优酷

53.7

72.8数据来源：艺恩数据

2020年1-3月网络剧数量为52部，占上新剧总量的73%，上新数量同比提升10个百分点。其中，腾讯视频独播剧《三生三世枕上书》播映指数最高。在用户热度TOP10网络剧中，IP改编剧占7席。

2020年1-3月网络剧数量、占比情况

数据来源：艺恩数据

2020年1-3月用户热度TOP10网络剧平台分布

剧名

用户热度

网络平台

是否IP改编剧

三生三世枕上书

72.5

腾讯

是

爱情公寓5

69.3

爱奇艺

否

无心法师3

66.5

腾讯、爱奇艺、优酷

是

重生

63

优酷

否

将夜2

59.9

腾讯

是

大唐女法医

57.8

腾讯爱奇艺、优酷

是

热血同行

55.7

优酷

是

大主宰

55.6

爱奇艺

是

两世欢

55.1

爱奇艺

是

乡村爱情故12

53.7

爱奇艺

否

数据来源：艺恩数据

2020年1-3月新年节庆、晚会激增，电视综艺上新数量为75部，远超网络综艺。其中，在国产季播综艺中，腾讯视频占比超4成，并且在TOP10节目中占7席，质和量双双领先。

2020年1-3月国产综艺整体上新数量

数据来源：艺恩数据

2020年1-3月国产季播综艺平台分布

数据来源：艺恩数据

2020年1-3月常规综艺、晚会、季播综艺分别上新30部、23部、22部，其中，在“综N代”播映指数TOP10中，腾讯视频占领8席，强势领跑“综N代”市场。

2020年1-3月电视综艺类型、季播综艺平台分布

数据来源：艺恩数据

2020年1-3月播映指数TOP10“综N代”电视综艺视频平台分布

综艺名

播映指数

网络平台

歌手·当打之年

65.4

腾讯、爱奇艺、优酷、芒果TV

王牌对王牌5

63.5

腾讯、爱奇艺、优酷

经典咏流传3

57.1

腾讯、爱奇艺、优酷

欢乐喜剧人6

56.9

腾讯、爱奇艺、优酷

我家那闺女2

50.4

腾讯、芒果TV

新相亲大会3

42.1

优酷

中国诗词大会5

37.2

CCTV

中国新相亲3

28.2

腾讯

鲁豫有约一日行7

28.1

腾讯、搜狐

请回答王牌2

27.1

腾讯、爱奇艺数据来源：艺恩数据

2020年1-3月网络综艺平台竞相播映，其中，腾讯视频播出12部网综、占比40%；播映指数TOP10网络综艺中，腾讯独占5席。

2020年1-3月网络综艺平台分布

数据来源：艺恩数据

2020年春节期间播映指数TOP10网络综艺

综艺名

播映指数

网络平台

吐槽大会4

64.8

腾讯
潮流合伙人
59.8
爱奇艺
你怎么这么好看
47
芒果TV
Beauty小姐2
42.5
腾讯
终极高手2
39.1
腾讯
十一少年的秋天
33.3
腾讯
Vlog营业中2
32.6
爱奇艺
青春京剧社
32.4
优酷
现在就告白4
31.7
腾讯
出发吧师傅
31.1

爱奇艺数据来源：艺恩数据

2020年1-3月不同分级动漫中，国漫上线数量36部，占比75%，占据市场主导地位。其中，头部国漫集中度高，主要覆盖奇幻、冒险、搞笑、恋爱四种类型。

2020年1-3月不同分级动漫上线数量、占比

数据来源：艺恩数据

2020年1-3月头部国漫分布情况

平台

腾讯TOP3国漫

爱奇艺TOP3国漫

优酷TOP3国漫

排名

名称

类型

名称

类型

名称

类型

1

斗罗大陆

奇幻

香肠派对

搞笑

阿衰2

搞笑

2

武庚纪

奇幻

逆天邪神

奇幻

秦时明月之沧海横流

冒险

3

西行记

冒险

魔晶猎人5

奇幻

斗破苍穹动态动漫

热血数据来源：艺恩数据

截至3月10日，2020年视频平台共上线42部纪录片，优爱腾纪录片覆盖率均超3成。头部纪录片腾讯视频覆盖最多，《沸腾吧火锅》观看度夺冠。另外，与疫情相关的现实向纪录片有5部，真实“战疫”记录引发全民高关注。

2020年1-3月视频平台共上线42部纪录片，优酷平台数量最多为17部，占40%。头部纪录片腾讯视频覆盖最多，占8席，美食类观看度夺冠，“战疫”记录引发全民高度关注。

2020年1-3月视频平台纪录片上线数量

数据来源：艺恩数据

2020年1-3月首播观看度TOP10纪录片
题材

纪录片名

观看度

网络平台

美食

沸腾吧火锅

42.1

腾讯

社会

大地情书

41.3

优酷

社会

武汉：我的战“疫”日记

36.7

腾讯、爱奇艺、优酷

社会

正月里的坚持

35.6

腾讯

社会

武汉：我的战“疫”日记

35

腾讯、CCTV

社会

非常手记

34.2

腾讯

科教

果壳·肺炎科普系列

34.2

腾讯

美食

风味实验室·新春特辑

31.8

腾讯

文化

家在中国

31.7

腾讯

美食

时辰里的年味

30.2

优酷、芒果TV

数据来源：艺恩数据（TC）

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。《2020年中国视频行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国营养保健品行业发展概述

第一节 营养保健品行业发展情况概述

一、营养保健品行业相关定义

二、营养保健品行业基本情况介绍

三、营养保健品行业发展特点分析

第二节 中国营养保健品行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、营养保健品行业产业链条分析

三、中国营养保健品行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国营养保健品行业生命周期分析

一、营养保健品行业生命周期理论概述

二、营养保健品行业所属的生命周期分析

第四节 营养保健品行业经济指标分析

一、营养保健品行业的赢利性分析

二、营养保健品行业的经济周期分析

三、营养保健品行业附加值的提升空间分析

第五节 中国营养保健品行业进入壁垒分析

一、营养保健品行业资金壁垒分析

二、营养保健品行业技术壁垒分析

三、营养保健品行业人才壁垒分析

四、营养保健品行业品牌壁垒分析

五、营养保健品行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球营养保健品行业市场发展现状分析

第一节 全球营养保健品行业发展历程回顾

第二节 全球营养保健品行业市场区域分布情况

第三节 亚洲营养保健品行业地区市场分析

一、亚洲营养保健品行业市场现状分析

二、亚洲营养保健品行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲营养保健品行业市场前景分析

第四节 北美营养保健品行业地区市场分析

- 一、北美营养保健品行业市场现状分析
- 二、北美营养保健品行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美营养保健品行业市场前景分析
- 第五节 欧盟营养保健品行业地区市场分析
- 一、欧盟营养保健品行业市场现状分析
- 二、欧盟营养保健品行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟营养保健品行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界营养保健品行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球营养保健品行业市场规模预测

第三章 中国营养保健品产业发展环境分析

- 第一节 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、全社会消费品营养保健品总额
- 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 中国营养保健品行业政策环境分析
- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国营养保健品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 中国营养保健品行业运行情况

- 第一节 中国营养保健品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 中国营养保健品行业市场规模分析

第三节 中国营养保健品行业供应情况分析

第四节 中国营养保健品行业需求情况分析

第五节 中国营养保健品行业供需平衡分析

第六节 中国营养保健品行业发展趋势分析

第五章 中国营养保健品所属行业运行数据监测

第一节 中国营养保健品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 中国营养保健品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 中国营养保健品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

第六章 2017-2020年中国营养保健品市场格局分析

第一节 中国营养保健品行业竞争现状分析

一、中国营养保健品行业竞争情况分析

二、中国营养保健品行业主要品牌分析

第二节 中国营养保健品行业集中度分析

一、中国营养保健品行业市场集中度分析

二、中国营养保健品行业企业集中度分析

第三节 中国营养保健品行业存在的问题

第四节 中国营养保健品行业解决问题的策略分析

第五节 中国营养保健品行业竞争力分析

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

第七章 2017-2020年中国营养保健品行业需求特点与动态分析

第一节 中国营养保健品行业消费市场动态情况

第二节 中国营养保健品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 营养保健品行业成本分析

第四节 营养保健品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国营养保健品行业价格现状分析

第六节 中国营养保健品行业平均价格走势预测

一、中国营养保健品行业价格影响因素

二、中国营养保健品行业平均价格走势预测

三、中国营养保健品行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国营养保健品行业区域市场现状分析

第一节 中国营养保健品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区营养保健品市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区营养保健品市场规模分析

四、华东地区营养保健品市场规模预测

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、华中地区营养保健品市场规模分析

四、华中地区营养保健品市场规模预测

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、华南地区营养保健品市场规模分析

四、华南地区营养保健品市场规模预测

第九章 2017-2020年中国营养保健品行业竞争情况

第一节 中国营养保健品行业竞争结构分析（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 中国营养保健品行业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 中国营养保健品行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 营养保健品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、发展现状

四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国营养保健品行业发展前景分析与预测

第一节 中国营养保健品行业未来发展前景分析

一、营养保健品行业国内投资环境分析

二、中国营养保健品行业市场机会分析

三、中国营养保健品行业投资增速预测

第二节 中国营养保健品行业未来发展趋势预测

第三节 中国营养保健品行业市场发展预测

一、中国营养保健品行业市场规模预测

二、中国营养保健品行业市场规模增速预测

三、中国营养保健品行业产值规模预测

四、中国营养保健品行业产值增速预测

五、中国营养保健品行业供需情况预测

第四节 中国营养保健品行业盈利走势预测

一、中国营养保健品行业毛利润同比增速预测

二、中国营养保健品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国营养保健品行业投资风险与营销分析

第一节 营养保健品行业投资风险分析

一、营养保健品行业政策风险分析

二、营养保健品行业技术风险分析

三、营养保健品行业竞争风险分析

四、营养保健品行业其他风险分析

第二节 营养保健品行业企业经营发展分析及建议

一、营养保健品行业经营模式

二、营养保健品行业销售模式

三、营养保健品行业创新方向

第三节 营养保健品行业应对策略

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 2021-2026年中国营养保健品行业发展战略及规划建议

第一节 中国营养保健品行业品牌战略分析

一、营养保健品企业品牌的重要性

二、营养保健品企业实施品牌战略的意义

三、营养保健品企业品牌的现状分析

四、营养保健品企业的品牌战略

五、营养保健品品牌战略管理的策略

第二节 中国营养保健品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 中国营养保健品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 2021-2026年中国营养保健品行业发展策略及投资建议

第一节 中国营养保健品行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国营养保健品行业定价策略分析

第三节 中国营养保健品行业营销渠道策略

一、营养保健品行业渠道选择策略

二、营养保健品行业营销策略

第四节 中国营养保健品行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国营养保健品行业重点投资区域分析

二、中国营养保健品行业重点投资产品分析

图表详见正文

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/346889346889.html>