

2019年中国网络视频行业分析报告- 市场深度调研与未来趋势预测

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-市场深度调研与未来趋势预测》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/407450407450.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

近年来，在互联网技术的飞速发展以及智能手机的不断普及下，我国网民规模和网络视频用户得到了较快的发展。

2013-2017年中国网络视频用户规模情况

数据来源:文化委

在网络视频用户快速发展以及各网络视频平台共同的推动下，2017年我国网络视频行业收入规模952.3亿元，年复合增长率高达60%，未来我国网络视频行业发展前景广阔。

2013-2017年中国网络视频市场规模情况

数据来源:文化委

从行业用户规模和市场规模来看，我国网络视频行业经过数十年的发展历程后，取得一系列骄人的成绩。整体来看，行业发展前景可观。未来整个行业将呈现以下发展趋势：

一、IP全产业链营销，实现商业价值的提升

今年爱奇艺iJOY悦享会首次提出了“IP一核五弹”的营销理念，首席营销官王湘君强调要以快乐为感性构建用户营销场景，以IP全产业链营销为理性为客户构建深度营销场景。以《中国有嘻哈》为例，借用该IP，以RICH（Rising！Chinese Hip-Hop）为嘻哈人群的文化标识，打造相关衍生品，花式广告主题曲等等。此外，包括优酷视频借力阿里大文娱平台，腾讯视频依托腾讯泛娱乐平台，利用一个优质IP，在视频播放平台、社交平台、商业平台等多个渠道实现商业价值的提升。

二、内容营销崛起 垂直细分引关注

在内容的生产方面，有这样一句话-“满足所有人等于所有人都不满足”。几年前，二次元动漫圈层、游戏圈层、地下文化圈层等小众圈层在视频平台上几乎难觅踪影。2018年视频网站力求通过差异化的内容编排挖掘更多受众的趋势已经愈发明显。通过对90后、95后、00后不同阶段不同兴趣层的年轻人群体划分，精准对标目标群体，通过小众内容在圈层中引爆，然后扩散，通过口碑化传播，继而掀起整个大众市场的热度。

三、新风口短视频将全面转型

当下短视频行业，在制作体量、覆盖人群以及播放量上都实现快速的几何式增长，成为2017年度内容领域的最热新风口。随着移动互联网的深入普及，短视频从一开始的UGC、PGC、用户上传到专门制造短视频的机构，到MCN，专业的短视频APP等众多头部流量平台不断崛起。

在此形势之下，众多资本也不断涌入进来，各平台掀起亿级补贴大战。智能手机的全面普及，无处不在的Wi-Fi设施，4G资费的普遍降低，在当下互联网时代的强语境之下，用户接受信息的需求，也正在从以前的图文时代转变为视频消费时代。（XY）

【报告大纲】第一章：中国网络视频行业发展概述1.1 网络视频行业的界定1.1.1 网络视频的定义1.1.2 网络视频行业界定1.1.3 网络视频的分类1.2 网络视频行业特性分析1.2.1 网络

视频行业生命周期（1）网络视频行业所处的生命周期（2）网络视频行业对经济周期的反应

1.2.2 网络视频行业价值分析1.2.3 网络视频的优势（1）网络视频节目容量非常大（2）节目类型多样，涉及面广（3）可以实现自主点播和双向互动（4）网络视频存储简单、接收方便

1.3 中国网络视频发展环境分析1.3.1 政策环境分析（1）网络视频行业监管机构（2）网络视频行业监管政策（3）网络视频行业长期发展规划（4）政策环境对行业发展的影响分析1.3.2 经济环境分析（1）中国经济发展现状（2）中国经济发展展望（3）经济环境对网络视频行业发展的影响分析1.3.3 社会环境分析（1）社会环境发展现状（2）中国网络视频版权环境分析（3）社会环境对行业发展的影响分析1.3.4 技术环境分析（1）网络视频行业主要技术（2）网络视频行业技术现状（3）网络视频行业技术发展趋势（4）技术环境对行业发展的影响分析1.4 网络视频行业发展机遇与挑战分析第二章：全球网络视频行业发展状况分析2.1 全球网络视频行业发展状况2.1.1 全球网络视频行业所处生命周期2.1.2 全球网络视频用户规模2.1.3 全球网络视频市场规模2.1.4 美国网络视频行业发展分析（1）美国网络视频行业现状（2）美国网络视频用户规模2.2 全球领先网络视频企业发展分析2.2.1 全球知名网络视频企业发展概况2.2.2 全球领先网络视频企业发展状况（1）YouTube（2）HULU网（3）Netflix（4）亚马逊视频点播2.3 全球网络视频行业发展趋势与前景分析2.3.1 全球网络视频行业发展前景分析2.3.2 全球网络视频行业发展趋势分析第三章：中国网络视频行业发展状况分析3.1 中国网络视频行业发展状况分析3.1.1 中国网络视频行业发展历程3.1.2 网络视频行业发展新动向3.1.3 中国网络视频用户规模3.2 中国网络视频行业供求分析3.2.1 网络视频行业市场供给分析3.2.2 中国网络视频市场需求分析3.2.3 影响供给和需求变动的因素分析3.3 中国网络视频行业波特五力模型分析3.3.1 潜在进入者威胁分析3.3.2 替代品威胁分析3.3.3 买方议价能力分析3.3.4 供应商议价能力分析3.3.5 现有竞争者的竞争能力3.4 中国网络视频行业的竞争格局分析3.5 中国网络视频行业发展痛点分析3.5.1 市场垄断，平台战略同质3.5.2 创新缺乏，内容模仿成风3.5.3 技术强加，内容含金量低3.5.4 评估复杂，评判两极分化第四章：中国网络视频行业用户行为调研4.1 中国网络视频行业用户属性分析4.1.1 网络视频用户基本属性（1）网络视频用户性别分布（2）网络视频用户年龄分布4.1.2 网络视频用户其他属性（1）网络视频用户学历分布（2）网络视频用户职业分布（3）网络视频用户收入分布（4）网络视频用户地域分布4.2 中国网络视频行业用户使用行为分析4.2.1 互联网用户网络接入情况（1）宽带接入比例（2）互联网网络平均下载速率4.2.2 网络视频用户的终端设备4.2.3 网络视频使用频率4.2.4 网络视频使用时间4.2.5 网络视频内容的选择（1）网络视频收看种类（2）新上映影片的观看行为（3）用户观看网络剧的媒体消费习惯4.3 中国网络视频付费用户分析4.3.1 网络视频用户付费意愿4.3.2 网络视频用户内容需求（1）影响网络视频节目收看的主要因素（2）付费用户愿意为之付费的内容（3）不同年龄用户偏好的网络视频类型第五章：中国网络视频行业产业链及相关产业分析5.1 中国网络视频行业产业链分析5.1.1 网络视频行业产业链结构（1）网络视频产业链结构（2）网络视频产业链构建原则（3）网络视频行业收入构成分析5.1.2 网络视频行业产业链参与主体（1）内容提供商（2）

平台运营商（3）视频用户（4）广告代理商（5）分销渠道商（6）技术提供商

5.1.3 网络视频行业产业链现状

5.2 中国互联网行业发展概况

5.2.1 互联网网民规模

5.2.2 互联网应用状况分析

（1）互联网资源应用状况（2）个人互联网应用发展状况

第六章：中国网络视频行业细分业务分析

6.1 中国网络视频业务类别概述

6.1.1 网络视频基础服务

（1）互联网视频基础服务（2）手机电视基础服务（3）网络视频版权分销服务

6.1.2 视频平台增值服务

（1）视频平台广告发布服务（2）视频平台用户分流服务

6.2 中国网络视频广告业务分析

6.2.1 网络视频广告的兴起

6.2.2 网络视频广告的类型

6.2.3 网络视频广告的特点

6.2.4 网络视频广告相比传统电视广告的优势

6.2.5 网络视频广告用户分析

（1）网络视频广告印象（2）网络视频广告接受度（3）网络视频广告点击率

6.2.6 网络视频广告业务规模分析

6.2.7 各厂商网络视频广告收入竞争格局分析

6.2.8 网络视频广告亟需解决的问题

（1）视频广告点击率下降（2）无有效的媒体收视与广告效果监测平台

6.2.9 网络视频广告发展前景展望

6.3 中国网络高清视频业务分析

6.3.1 网络高清视频业务模式分析

（1）业务模式（2）收费方式及标准

6.3.2 网络高清视频用户分析

6.3.3 网络高清视频市场需求分析

（1）用户对网络高清视频的需求（2）国内网络高清视频服务水平（3）网络高清视频用户认知度（4）网络高清视频用户规模

6.3.4 网络高清视频发展存在的问题

6.3.5 网络高清视频发展趋势分析

第七章：中国网络视频行业商业模式分析

7.1 网络视频行业经营模式分类

7.1.1 按技术因素分类

（1）视频点播（2）视频直播

7.1.2 按视频内容分类

（1）原创模式（2）、正版影视模式

7.1.3 按盈利方式分类

（1）员付费模式（2）企业付费模式

7.2 中国网络视频行业盈利模式分析

7.2.1 网络视频行业内容模式：原创+正版

（1）正版（2）原创（3）网络剧（4）网络综艺

7.2.2 网络视频行业技术模式：点播+直播

7.2.3 网络视频行业盈利模式类型

（1）商业广告模式（2）会员付费模式（3）其他商业模式

7.3 中国网络视频行业主要细分领域盈利模式分析

7.3.1 网络剧盈利模式分析

（1）付费观看（2）制作分账（3）商业广告

7.3.2 网络电影盈利模式分析

7.3.3 网络综艺盈利模式分析

（1）商业广告（2）付费观看

7.3.4 部分视频平台盈利模式分析

（1）爱奇艺（2）优酷视频

7.4 中国网络视频运营战略分析

7.4.1 内容的差异化竞争

7.4.2 拓展增值业务

（1）视频电子商务（2）专业性功能性视频（3）衍生产品

7.4.3 流量变现

（1）付费市场规模化（2）付费业务模式精益升级（3）深挖视频广告潜力

7.4.4 多元化经营

（1）试行全新业务进军电子商务（2）挖掘社区互动潜力（3）拓展海外渠道

第八章：中国网络视频运营商经营分析

8.1 中国网络视频运营商总体概况

8.1.1 网络视频服务及运营商分类

（1）网络视频服务分类（2）网络视频运营商分类

8.1.2 网络视频运营商总体发展分析

（1）各视频网站月活跃人数对比分析（2）各视频网站会员人数对比分析

8.2 中国视频分享类运营商经营分析

8.2.1 优酷信息技术（北京）有限公司

（1）企业发展简况分析（2）企业产品服务分析（3）企业发展现状分析（4）企业竞争优势分析

8.2.2 北京微播视界科技有限公司

（1）企业发展简况分析（2）企业产品服务分析（3）企业发展现状分析（4）企业竞争优势分析

8.2.3 北京快手科技有限公司

（1）企业发展简况分析（2）企业产品服务分析（3）企业发展现状分析（4）企业竞争优势分析

8.2.4 厦门美图网科技有限公司

（1）企业发展简况分析

析(2)企业产品服务分析(3)企业发展现状分析(4)企业竞争优势分析8.2.5 武汉斗鱼网络科技有限公司(1)企业发展简况分析(2)企业产品服务分析(3)企业发展现状分析(4)企业竞争优势分析8.2.6 广州虎牙信息科技有限公司(1)企业发展简况分析(2)企业产品服务分析(3)企业发展现状分析(4)企业竞争优势分析8.2.7 北京密境和风科技有限公司(1)企业发展简况分析(2)企业产品服务分析(3)企业发展现状分析(4)企业竞争优势分析8.3 中国非分享视频点播类运营商经营分析8.3.1 北京爱奇艺科技有限公司(1)企业发展简况分析(2)企业产品服务分析(3)企业发展现状分析(4)企业竞争优势分析8.3.2 深圳市腾讯视频文化传播有限公司(1)企业发展简况分析(2)企业产品服务分析(3)企业发展现状分析(4)企业竞争优势分析8.3.3 湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司(1)企业发展简况分析(2)企业产品服务分析(3)企业发展现状分析(4)企业竞争优势分析8.4 中国传统门户类平台运营商经营分析8.4.1 北京搜狐互联网信息服务有限公司(1)企业发展简况分析(2)企业产品服务分析(3)企业发展现状分析(4)企业竞争优势分析8.4.2 北京新浪互联信息服务有限公司(1)企业发展简况分析(2)企业产品服务分析(3)企业发展现状分析(4)企业竞争优势分析第九章：中国网络视频行业发展前景预测与投资建议9.1 中国网络视频行业发展趋势及市场前景分析9.1.1 中国网络视频行业影响因素分析(1)有利因素分析(2)不利因素分析9.1.2 中国网络视频行业发展趋势分析9.1.3 中国网络视频行业发展前景展望9.2 中国网络视频行业投资特性分析9.2.1 网络视频行业投资现状分析(1)网络视频行业投资事件汇总(2)网络视频网站投资阶段分布9.2.2 网络视频行业进入壁垒分析(1)市场准入壁垒(2)资金壁垒(3)技术壁垒9.2.3 网络视频行业投资风险预警(1)行业监管和产业政策风险(2)宏观经济波动风险(3)市场竞争风险(4)用户偏好发生变化风险9.3 中国网络视频行业投资价值与机会分析9.3.1 网络视频行业投资价值分析9.3.2 网络视频行业投资机会分析(1)短视频投资机会(2)网络电影投资机会(3)知识付费及微综艺投资机会9.4 中国网络视频行业投资建议9.4.1 网络视频行业可投资方向(1)节目智能化传播(2)跨屏传播(3)沉浸式的消费体验9.4.2 网络视频行业的投资建议(1)平台(2)评估体系(3)技术

图表目录图表1：网络视频内容来源图表2：网络视频行业产品分类图表3：网络视频行业的发展阶段图表4：行业经济周期的划分图表5：2017-2020年网络视频行业市场规模增长率与GDP增长率对比分析(单位：%)图表6：网络视频行业价值图表7：中国互联网视频服务行业监管职责划分情况图表8：2017-2020年网络视频相关政策图表9：《新闻出版广电总局“十三五”发展规划》图表详见报告正文· · · · · (GYCYY)【简介】 中国报告网是观研天下集团旗下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年中国网络视频行业分析报告-市场深度调研与未来趋势预测》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、阿里巴巴、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/hulianwang/407450407450.html>