

2021年中国网络视频平台市场分析报告- 市场竞争现状与发展战略评估

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《2021年中国网络视频平台市场分析报告-市场竞争现状与发展战略评估》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/538797538797.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

网络视频平台是通过互联网在网页端、PC客户端、电视端、移动客户端向用户提供各类视频播放及下载服务的平台。视频内容范围涵盖电影、电视剧、体育赛事、综艺节目等。根据所提供视频内容不同，网络视频平台可分为综合视频平台（以长视频为主）、短视频平台、垂直视频平台、直播平台等。综合性视频平台起步发展时间最早,占据主要市场份额，短视频平台于2014年兴起,近年发展迅猛。

网络视频平台分类及代表举例

分类

简介

代表平台

综合视频平台

内容以购买版权的影视、综艺等长视频为主

优酷、爱奇艺、腾讯视频

短视频平台

内容以用户自主制作上传的短视频为主

快手、抖音

垂直视频平台

内容以二次元等特定领域视频为主

Bilibili、ACFUN

直播平台

内容以用户自主制作并实时直播的视频为主

虎牙直播、六间房 数据来源：公开资料整理

我国网络视频平台发展历程包括探索发展阶段（2004-2005年）、快速发展阶段（2006-2014年）、整合转型阶段（2015年至今）。

2004年我国第一家专业视频网站乐视网正式上线，成为网络视频平台行业发展的开端。2004-2005年土豆网、56网、PPlive等最早一批视频平台陆续上线行业处于探索发展阶段。2006-2014年，网络视频平台行业竞争者数量呈现由爆发式增长到规范整顿下降的变化历程。2010年至今，阿里巴巴、百度、腾讯等互联网巨头进入行业、整合资源，市场集中度进一步上升，形成爱奇艺、优酷、腾讯视频三家头部企业，占有80%以上市场。

我国网络视频平台发展历程

发展阶段

时间

具体情况

探索发展阶段

2004-2005年

2004年,中国第一家专业视频网站乐视网正式上线,成为网络视频行业发展的开端;2005年,采用点播已存储视频模式的土豆网、56网等上线;2005年,采用P2P技术的PPLive上线这一阶段,受网络传输速度限制,网络视频平台行业市场规模有限,且平台版权意识较差,各类盗播现象严重。由于设备种类有限,个人智能移动互联设备以及智能电视还未产生,因此观看渠道集中于网页和PC客户端

快速发展阶段

2006-2014年

2006年,PPS、优酷、酷六、六间房等一批视频网站相继上线,行业新进入者数量呈现爆发式增长;2007年12月广播电视总局公布《互联网视听节目服务管理规定》,对从事互联网视听节目服务的条件做出了严格限制,从2018年开始实行;2009年9月,由搜狐视频、激动网和优酷普乐联合发起的中国网络视频反盗版联盟成立

这一阶段,由于部分平台未获取资质,且版权意识逐步形成,平台所需支出版权购买费用增加,行业内部呈现洗牌态势,竞争者数量有所下降

整合转型阶段

2015年至今

2010年,爱奇艺上线,2013年百度收购PPS视频业务,并与爱奇艺进行合并;2011年,腾讯视频正式上线运营;2012年,优酷和土豆以100%换股方式合并成立优酷土豆;2015年,阿里巴巴全面收购优酷土豆;2016年后,快手、抖音、秒拍等移动短视频平台陆续上线

这一阶段,互联网巨头通过兼并收购进行资源整合,网络视频平台行业形成爱奇艺、腾讯视频、优酷三家头部平台,占有大部分市场份额。在网络视频版权环境整顿规范影响下,三家头部资源通过版权争夺抢占市场份额,资金投入较大,行业进入门槛提高,尾部企业逐步淘汰关闭 数据来源:公开资料整理

在过去五年间,我国网络视频平台行业营收基本呈现上升态势。根据数据显示,我国网络视频平台行业营收由2014年的590.1亿元上升至2018年的2016.8亿元,年复合增长率为36.0%。

2014-2023年我国网络视频平台行业营收及预测 数据来源:公开资料整理

得益于网民规模持续扩大和使用率提升,预计网络视频平台行业市场规模在2019年至2023年基本保持现有发展速度,于2023年达到5182.2亿元人民币,年复合增长率约为20.8%

。

2013-2019年H1我国网络视频网民规模及使用率 数据来源：公开资料整理（zlj）

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。《2021年中国网络视频平台市场分析报告-市场竞争现状与发展战略评估》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年中国网络视频平台行业发展概述

第一节 网络视频平台行业发展情况概述

- 一、网络视频平台行业相关定义
- 二、网络视频平台行业基本情况介绍
- 三、网络视频平台行业发展特点分析
- 四、网络视频平台行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式

五、网络视频平台行业需求主体分析

第二节 中国网络视频平台行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、网络视频平台行业产业链条分析

三、产业链运行机制

1、沟通协调机制

2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国网络视频平台行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国网络视频平台行业生命周期分析

一、网络视频平台行业生命周期理论概述

二、网络视频平台行业所属的生命周期分析

第四节 网络视频平台行业经济指标分析

一、网络视频平台行业的赢利性分析

二、网络视频平台行业的经济周期分析

三、网络视频平台行业附加值的提升空间分析

第五节 中国网络视频平台行业进入壁垒分析

一、网络视频平台行业资金壁垒分析

二、网络视频平台行业技术壁垒分析

三、网络视频平台行业人才壁垒分析

四、网络视频平台行业品牌壁垒分析

五、网络视频平台行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球网络视频平台行业市场发展现状分析

第一节 全球网络视频平台行业发展历程回顾

第二节 全球网络视频平台行业市场区域分布情况

第三节 亚洲网络视频平台行业地区市场分析

一、亚洲网络视频平台行业市场现状分析

二、亚洲网络视频平台行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲网络视频平台行业市场前景分析

第四节 北美网络视频平台行业地区市场分析

一、北美网络视频平台行业市场现状分析

二、北美网络视频平台行业市场规模与市场需求分析

三、北美网络视频平台行业市场前景分析

第五节 欧洲网络视频平台行业地区市场分析

一、欧洲网络视频平台行业市场现状分析

二、欧洲网络视频平台行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲网络视频平台行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界网络视频平台行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球网络视频平台行业市场规模预测

第三章 中国网络视频平台产业发展环境分析

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、全社会消费品网络视频平台总额

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 中国网络视频平台行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国网络视频平台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 中国网络视频平台行业运行情况

第一节 中国网络视频平台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 中国网络视频平台行业市场规模分析

第三节 中国网络视频平台行业供应情况分析

第四节 中国网络视频平台行业需求情况分析

第五节 我国网络视频平台行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第六节 中国网络视频平台行业供需平衡分析

第七节 中国网络视频平台行业发展趋势分析

第五章 中国网络视频平台所属行业运行数据监测

第一节 中国网络视频平台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 中国网络视频平台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 中国网络视频平台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年中国网络视频平台市场格局分析

第一节 中国网络视频平台行业竞争现状分析

- 一、中国网络视频平台行业竞争情况分析
- 二、中国网络视频平台行业主要品牌分析

第二节 中国网络视频平台行业集中度分析

- 一、中国网络视频平台行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国网络视频平台行业市场集中度分析

第三节 中国网络视频平台行业存在的问题

第四节 中国网络视频平台行业解决问题的策略分析

第五节 中国网络视频平台行业钻石模型分析

- 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年中国网络视频平台行业需求特点与动态分析

第一节 中国网络视频平台行业消费市场动态情况

第二节 中国网络视频平台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 网络视频平台行业成本结构分析

第四节 网络视频平台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 中国网络视频平台行业价格现状分析

第六节 中国网络视频平台行业平均价格走势预测

一、中国网络视频平台行业价格影响因素

二、中国网络视频平台行业平均价格走势预测

三、中国网络视频平台行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国网络视频平台行业区域市场现状分析

第一节 中国网络视频平台行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区网络视频平台市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区网络视频平台市场规模分析

四、华东地区网络视频平台市场规模预测

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、华中地区网络视频平台市场规模分析

四、华中地区网络视频平台市场规模预测

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、华南地区网络视频平台市场规模分析
- 四、华南地区网络视频平台市场规模预测

第九章 2017-2020年中国网络视频平台行业竞争情况

第一节 中国网络视频平台行业竞争结构分析（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 中国网络视频平台行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国网络视频平台行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 网络视频平台行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、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
- 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
- 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
- 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
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国网络视频平台行业发展前景分析与预测

第一节 中国网络视频平台行业未来发展前景分析

- 一、网络视频平台行业国内投资环境分析
- 二、中国网络视频平台行业市场机会分析
- 三、中国网络视频平台行业投资增速预测

第二节 中国网络视频平台行业未来发展趋势预测

第三节 中国网络视频平台行业市场发展预测

- 一、中国网络视频平台行业市场规模预测
- 二、中国网络视频平台行业市场规模增速预测
- 三、中国网络视频平台行业产值规模预测
- 四、中国网络视频平台行业产值增速预测
- 五、中国网络视频平台行业供需情况预测

第四节 中国网络视频平台行业盈利走势预测

- 一、中国网络视频平台行业毛利润同比增速预测
- 二、中国网络视频平台行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国网络视频平台行业投资风险与营销分析

第一节 网络视频平台行业投资风险分析

- 一、网络视频平台行业政策风险分析
- 二、网络视频平台行业技术风险分析
- 三、网络视频平台行业竞争风险分析
- 四、网络视频平台行业其他风险分析

第二节 网络视频平台行业应对策略

- 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年中国网络视频平台行业发展战略及规划建议

第一节 中国网络视频平台行业品牌战略分析

- 一、网络视频平台企业品牌的重要性
- 二、网络视频平台企业实施品牌战略的意义
- 三、网络视频平台企业品牌的现状分析
- 四、网络视频平台企业的品牌战略
- 五、网络视频平台品牌战略管理的策略

第二节 中国网络视频平台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 中国网络视频平台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

第四节 网络视频平台行业竞争力提升策略

- 一、网络视频平台行业产品差异性策略

- 二、网络视频平台行业个性化服务策略
- 三、网络视频平台行业的促销宣传策略
- 四、网络视频平台行业信息智能化策略
- 五、网络视频平台行业品牌化建设策略
- 六、网络视频平台行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国网络视频平台行业发展策略及投资建议

第一节 中国网络视频平台行业产品策略分析

- 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 中国网络视频平台行业营销渠道策略

- 一、网络视频平台行业渠道选择策略
- 二、网络视频平台行业营销策略

第三节 中国网络视频平台行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国网络视频平台行业重点投资区域分析
- 二、中国网络视频平台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/hulianwang/538797538797.html>