

2011-2012年中国网络视频 行业市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2012年中国网络视频行业市场分析与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/chuanmei1101/H827161GWI.html>

【报告价格】纸介版6500元 电子版6800元 纸介+电子7000元

【出版日期】2011-01-08

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

【报告说明】

博思数据研究中心发布的《2011-2012年中国网络视频行业市场分析与投资前景研究报告》共十三章。介绍了网络视频行业相关概述、中国网络视频产业运行环境、分析了中国网络视频行业的现状、中国网络视频行业竞争格局、对中国网络视频行业做了重点企业经营状况分析及中国网络视频产业发展前景与投资预测。您若想对网络视频产业有个系统的了解或者想投资网络视频行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

【报告前言】

网络视频产业目前属于起步阶段，产业链只是初步形成轮廓。在网络视频产业链中，参与者众多，发展迅速，同时竞争也较为激烈，形成了一条内容提供商、网络平台运营商、技术提供商、分销渠道、广告主、用户等为主要构成的网络视频产业链雏形。当前国内网络视频产业链仍具有交叉竞合、链条边界模糊等特点。

以行业战略集团分析对网络视频企业进行大致归类，选择用户规模和纵向一体化程度作为分析维度其中，用户规模主要是指该视频网站的用户流量；纵向一体化程度是指该视频网站从视频内容的制作与获取到在网络上的传播，以及对用户群体的吸引与控制能力等方面目前国内的网络视频行业可以大致划分为四个集团。

近年来，随着中国网络经济的快速发展和网络视频行业的不断成熟，中国网络视频市场的消费需求实现了持续快速增长。网民基数的加大推动了视频需求的增长；宽带用户规模的提高和新兴网络服务的出现也使得网络视频的应用更加广泛和深入。然后同时，由于网络视频行业发展环境的相对宽松，政府在对网络视听内容方面的监管力度虽然在不断加大，但仍未形成可操作化的成型管理体系，导致了在造就中国网络视频产业初期辉煌的同时，也引发种种弊端。

政府对网络视频产业管理体系的规范化以及消费需求结构的多元化将驱动中国网络视频市场竞争格局向追求规模和追求差异化两个方向发展。预计到2012年，中国的网络视频市场将形成以大型门户矩阵、专业视频网站和专业化的行业服务提供商为主体的竞争格局。

【正文目录】

第一章 2009-2010年国际网络视频产业发展状况分析 12

第一节 2009-2010年国际网络视频产业发展分析 12

一、欧美视频网站融资总额 12

二、网络视频引起全球互联网流量猛增	12
三、高速发展的网络视频将给全球带来巨大影响	13
第二节 2009-2010年国际网络视频产业主要国家分析	14
一、网络视频在美国的广泛应用	14
二、欧洲各大网络电视运营商开始销售网络视频内容	15
三、英国视频网站发展现状	16
四、韩国使用播客的网民比重不断增加	17
五、百度日本在视频搜索领域的用户吸引力不断提升	17
六、印度利用网络视频推广旅游资源	18
第三节 2009-2012年国际网络视频产业发展趋势分析	18

第二章 2009-2010年中国网络视频产业运行环境分析 22

第一节 2009-2010年中国宏观经济环境分析 22

- 一、中国GDP分析 22
- 二、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数 24
- 三、城镇人员从业状况 26

第二节 2009-2010年中国网络视频产业政策环境分析 28

- 一、互联网等信息网络传播视听节目管理办法 28
- 二、互联网视听节目服务管理规定 32
- 三、中国互联网视听节目服务自律公约 34

第三节 2009-2010年中国网络视频产业社会环境分析 35

第三章 2009-2010年中国网络视频产业运行形势分析 40

第一节 2009-2010年中国网络视频产业发展综述 40

- 一、国内网络视频已经成为互联网应用的主流 40
- 二、网络视频产业呈现出融合态势 40
- 三、网络视频的面临的机遇 42

第二节 2009-2010年中国网络视频产业链分析 43

- 一、中国网络视频产业链总体发展状况 43
- 二、内容商探索互联网生存之路 43
- 三、技术商谋求以技术换内容 45
- 四、渠道商在严酷处境中把握机遇 46

五、电信运营商准备发力跨平台渠道 47

六、广告代理商利用自身优势构建网络视频分发平台 48

第三节2009-2010年中国网络视频用户分析 49

一、中国网络视频用户特征 49

二、网络视频产业的发展应立足于用户体验 50

三、提升网络视频用户体验的途径 51

第四章2009-2010年中国网络视频产业的问题与发展对策分析 53

第一节2009-2010年中国网络视频产业面临问题和挑战 53

一、网络视频受众需要与视频内容存在差距 53

二、网络视频价值测量体系还不健全 53

三、高成本成为网络视频发展门槛 54

四、国内网络视频业存在四大硬伤 55

第二节2009-2010年中国网络视频产业牌照问题分析 56

一、网络视频产业业迎来牌照经营时代 56

二、牌照发放给视频行业带来的影响 57

三、视频牌照颁发透露出媒体混业趋势 58

第三节2009-2010年中国网络视频版权问题分析 59

一、版权成为网络视频产业发展的重大问题 59

二、网络视频内容版权保护的相关思考 60

三、自寻片源成为视频网站发展出路 61

四、产销一体化有利于破解网络视频版权难题 61

五、视频网站解决版权问题的若干建议 62

第四节2009-2010年中国网络视频产业发展策略分析 63

一、网络视频企业的市场破局之道 63

二、视频网站的内容整合策略分析 65

三、网络视频产业发展需要宽松的政策环境和有效的保障机制 65

四、西欧宽带视频业务发展带给中国的启示 66

第五章 2009-2010年中国网络视频盈利能力分析 68

第一节2009-2010年中国视频网络盈利综合分析 68

一、视频网站主要盈利模式 68

二、盈利模式的缺乏成为视频网站发展的“绊脚石” 73

三、国内外主要视频网站的盈利模式与策略 74

四、手机流媒体或成视频分享网站盈利新出路 76

第二节2009-2010年中国视频网站对盈利新模式的探索动态 77

一、Youtube推出覆盖广告以寻求新盈利模式 77

二、PPLIVE投资拍摄网络互动剧以探索合作赢利模式 77

三、酷6网开创视频博客收入分成模式 78

四、土豆网携手娱乐产业巨头寻求盈利新途径 78

五、赵客网打造新收益模式 79

第三节2009-2010年中国视频网络盈利中的流量问题分析 80

一、高流量转化为收入难题困扰全球视频网站 80

二、中国网络视频市场上演流量争夺战 80

三、视频网站流量的真正价值 82

第四节2009-2010年中国视频网站实现盈利的措施与建议 85

一、探索具有发展空间的盈利模式 86

二、开拓视频网站盈利“蓝海” 87

三、加强与传统影视媒体的深度合作 87

四、视频网站十种可行的盈利方法 88

第六章 2009-2010年中国视频分享运行态势分析 90

第一节2009-2010年中国视频分享行业发展综述 90

一、视频分享产业环境分析 90

二、视频分享网站用户访问情况 91

三、视频分享的崛起将不断压缩CDN服务市场空间 94

第二节2009-2010年中国视频分享网站的主要发展模式 95

一、UGC模式 95

二、传统合作模式 96

三、兼容并包模式 96

第三节2009-2010年中国手机视频分享分析 97

一、手机视频分享视受青睐 97

二、价格和下载速度制约手机视频分享发展 97

三、手机视频博客发展浅析 98

第四节2009-2010年中国视频分享网站发展建议 100

- 一、视频分享网现状的几种推广手段 100
- 二、视频分享网站应建立利益刺激机制 102
- 三、视频分享网站需要加强自律 102
- 四、新浪播客的成功带给国内视频分享网站启示 103

第七章 2009-2010年中国P2P流媒体播放平台运行走势分析 106

第一节2009-2010年中国P2P流媒体发展总体分析 106

- 一、中国P2P流媒体市场经历了三个发展阶段 106
- 二、P2P流媒体产业环境分析 106
- 三、2007年P2P流媒体的视频直播业务发展状况 107
- 四、P2P流媒体发展形势分析 107
- 五、P2P流媒体的发展战略 108

第二节2009-2010年中国P2P流媒体厂商类型 109

- 一、技术流族 109
- 二、原创族 109
- 三、拉帮派 110
- 四、增值服务型 110
- 五、另类派 111
- 六、其他厂商 111

第三节2009-2010年中国P2P网络电视运行分析 112

- 一、P2P网络电视全球发展概况 112
- 二、中国P2P网络电视发展现状 113
- 三、P2P网络电视的制胜原因 114
- 四、P2P网络电视还须跨越六道坎 115

第四节2009-2010年中国P2P网络电视主要运营产品比较分析 117

- 一、PPLive 117
- 二、PPStream 118
- 三、UUSee 118
- 四、QQLive 119

第八章 2009-2010年中国其它类型的网络视频播放平台运行动态分析 120

第一节2009-2010年中国视频点播与直播运行分析 120

一、中国在线视频点播网站发展历程 120

二、网络电影的发展前景与对策分析 122

三、中国宽频影视用户特征分析 123

四、频繁赛事推动网络直播挺进主流市场 124

五、广播网站视频直播产业发展分析 124

第二节2009-2010年中国视频搜索产业分析 129

一、视频搜索的定义与分类 129

二、视频搜索市场发展现状与面临的挑战 129

三、运营商掘金视频搜索市场的相关建议 131

四、精准化将成为视频搜索行业未来发展路线 132

五、网络视频世界视频搜索引擎大检阅 133

第九章2009-2010年中国网络视频产业市场竞争格局分析 135

第一节2009-2010年中国网络视频产业竞争现状分析 135

一、网络视频竞争的五个关键点 135

二、网络视频挑战传统电视地位 136

三、门户网站和垂直视频网站间竞争愈演愈烈 137

第二节2009-2010年中国网络视频产业竞争格局分析 137

一、网络视频产业战略集团的划分 137

二、视频分享类网站竞争格局 138

三、视频点播类网站竞争格局 138

四、P2P播放平台竞争格局 138

五、视频搜索企业竞争格局 139

第三节2009-2010年中国网络视频市场竞争动态分析 139

一、MySpace发力挑战Youtube地位 139

二、Joost正式登陆中国网络视频市场 140

三、优酷凭借绝对优势与强势品牌达成战略合作 140

四、风行推出全球首家影视SNS社区服务或改写网络视频格局 141

五、暴风影音正式进军互联网视频领域 142

第四节2009-2010年中国网络视频企业竞争策略分析 143

一、网络视频的竞争决胜点 143

二、“快者为王”是网络视频行业竞争致胜法则 145

三、优化内容是提高网络视频核心竞争力的根本 145

第五节 2009-2010年中国视频网站的竞争发展走向分析 146

一、各类型视频网站未来生存空间分析 146

二、专业视频网站仍将是网络视频市场的主流 147

三、不同类型的网络视频服务将走向趋同性竞争 148

四、立体式运营将会成为视频网站竞争的核心 150

五、视频新规将影响视频产业竞争格局 151

第十章 2009-2010年中国主要视频网站竞争力分析 153

第一节 优酷网 153

一、网站概述 153

二、网站投资情况分析 153

三、优酷经营业绩分析 153

第二节 土豆网 154

一、网站概述 154

二、网站投资情况分析 155

三、土豆网整合RoxioBuzz帮助用户简化视频发布步骤 155

第三节 我乐网 156

一、网站概述 156

二、网站投资情况分析 157

三、2008年7月我乐网关闭一个多月后恢复运营 157

第四节 酷6网 157

一、网站概述 157

二、网站投资情况分析 158

三、酷6网开创互动视频营销模式 158

四、酷6的三大特色 159

第五节 21CN 160

一、网站概述 160

二、网站投资情况分析 162

三、21CN首页改版强化媒体内容建设 162

第六节 激动网 163

- 一、网站概述 163
- 二、激动网的“内容为王”战略 163
- 三、激动网视频内容的版权保护 164

第七节 悠视网 165

- 一、网站概述 166
- 二、优视网客户端全面升级 166
- 三、悠视网的个性化集群传播策略 167

第八节 天线视频（OpenV） 168

- 一、网站概述 168
- 二、天线视频从视频搜索向视频点播转型 168
- 三、OpenV与BTV联袂打造的强势跨媒体平台 169
- 四、天线视频打造高清频道构建核心竞争力 170

第十一章 2009-2010年中国网络视频产业应用领域分析 172

第一节 2009-2010年中国网络视频监控分析 172

- 一、网络视频监控行业发展势头好 172
- 二、网络视频监控市场逐步向中小行业和公众家庭用户拓展 175
- 三、网络监控市场的影响因素与发展预测 176
- 四、电信运营商开展网络视频监控业务的相关思考 178

第二节 2009-2010年中国网络视频会议分析 179

- 一、视频会议系统的多种应用 179
- 二、网络视频会议的推动因素分析 180
- 三、网络视频会议系统发展面临的挑战 182
- 四、网络视频会议的未来发展走向 184

第三节 2009-2010年中国网络视频购物分析 185

- 一、网络视频购物网站运营分析 185
- 二、中国推出首个手机视频导购服务 186
- 三、视频看房成推动房地产服务行业升级 187

第四节 2009-2010年中国其他应用领域分析 188

- 一、网络视频技术在财经传播领域中的应用 188
- 二、视频招聘悄然现身招聘网站 190
- 三、视频邮件拓展电子邮件服务新领域 191

第十二章 2010-2012年中国网络视频产业发展趋势预测分析 192

第一节2010-2012年中国网络视频产业发展预测分析 192

一、网络视频产业的五个发展趋势 192

二、2012年网络视频市场发展预测 194

三、网络视频应用的六大方向 194

四、中国视频网站内容监管方向分析 196

第二节2010-2012年中国网络视频细分市场发展趋势分析 197

一、网络视频分享市场 197

二、P2P视频播放市场 199

三、视频点播/直播市场 199

四、网络视频搜索市场 200

第三节2010-2012年中国网络视频产业盈利预测分析 201

第十三章2010-2012年中国网络视频产业投资机会与风险分析 204

第一节2010-2012年中国网络视频产业投资环境分析 204

一、宏观经济预测分析 204

二、金融危机影响分析 207

第二节2010-2012年中国网络视频产业投资机会分析 208

一、网络视频得到风险投资的青睐 208

二、细分产业投资热点分析 209

第三节2010-2012年中国网络视频产业投资风险分析 210

一、市场运营风险 210

二、技术风险 210

三、政策性风险 210

四、进入退出风险 211

第四节 专家投资建议 212

【图表目录】

图表 1 2006-2008年美国 and 韩国使用播客的网民比重对比图 17

图表 2 2009年中国主要宏观经济数据增长表 22

图表 3 2000-2009年中国GDP及其增长率统计表 22

图表 4 2003-2009年中国GDP增长率季度统计表	23
图表 5 2003-2009年中国GDP增长率季度走势图	24
图表 6 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数对比表	24
图表 7 1978-2008中国城乡居民恩格尔系数走势图	25
图表 8 2000-2008年中国就业人数变化趋势图	26
图表 9 2000-2008年中国城镇就业人数变化趋势图	27
图表 10 1970-2008年中国城乡就业人口对比图	27
图表 11 2000-2009年中国网民规模增长趋势图	35
图表 12 2005-2009年中国大陆网民规模与互联网普及率	36
图表 13 截止至2009年6月中国互联网统计数据表	36
图表 14 部分国家的互联网普及率统计表	37
图表 15 截止至2009年6月中国网民性别结构分布图	37
图表 16 截止至2009年6月网络应用使用率排名和类别	38
图表 17 网民对生活形态语句的总体认同度统计表	39
图表 18 网络视频产业链图	43
图表 19 用户首选视频网站的原因对比图	51
图表 20 2009年3月视频分享垂直网站月度覆盖人数	91
图表 21 中国视频分享垂直网站有效浏览时间市场份额	92
图表 22 主要视频分享网站优势产品概述	92
图表 23 主要视频网站搜索相关参数比较	93
图表 24 各视频网站用户覆盖地域	94
图表 25 视频网站在主流网站的推广情况统计表	100
图表 26 和传统大网站的合作情况统计表	101
图表 27 网站(广告)联盟推广情况统计表	101
图表 28 媒介事件炒作推广统计表	102
图表 29 首页内容类比图	121
图表 30 中国宽频影视主要网站不同地区用户的月度用户覆盖数对比图	123
图表 31 视频搜索产业链图	130
图表 32 网络视频行业战略集团分布状况图	137
图表 33 中国网络视频产业链存在的问题及根源示意图	151
图表 34 公司业务相关资格证书-全国市场研究行业协会会员证	218
图表 35 公司业务相关资格证书-竞争情报协会会员证书	219

博思数据研究中心发布的《2011-2012年中国网络视频行业市场分析与投资前景研究报告》，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、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研究分析。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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1101/H827161GWI.html>