

2015-2020年中国网络视频 市场深度调研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

《2015-2020年中国网络视频市场深度调研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/chuanmei1503/I09165RD0N.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2015-03-13

【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

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国网络视频市场深度调研与投资前景研究报告》共十四章。报告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。

2013年，中国网络视频市场规模达135.9亿元，同比增长48.0%。未来几年预计仍将保持较快增长的态势，2017年预计将接近400亿元。2014年及未来几年网络视频行业在移动端商业化全面深入、企业持续引进热门版权内容(电视剧、综艺节目、体育赛事等)，并大力发展自制内容等，各因素的助推之下，网络视频市场规模仍将保持较高的增长。

2013年，中国网络视频市场规模中，广告收入所占份额最高，高达72.1%。预计到2017年，其份额将小幅上升至72.5%。2013年，其他业务所占份额为14.2%，较2012年上升2.1个百分点，如上市企业乐视网财报数据显示的终端收入(主要是互联网电视销售收入)的快速增长，是其他业务占比上涨的重要原因。

由于网络视频企业具有典型的媒体属性，广告在目前及未来几年都将是其最为主要的流量变现方式。就目前而言，优质热门的电视剧、综艺节目是各大网络视频企业广告营收的最重要保证，而诸如动漫、体育赛事等内容也在一定程度提升了网络视频企业的广告营收能力。

2013年，中国网络视频广告市场规模达98.0亿元，同比增长47.2%。预计未来其仍将保持快速增长，2017年将达近300亿元。未来网络视频广告市场规模快速增长的动力主要来自于以下几点：1、优质视频内容(电视剧、综艺节目、电影、动漫、体育赛事等)的不断扩充以及单个视频内容广告数量的提高所带来的广告库存的增加；2、一线以下城市广告售卖率的提升；3、广告产品效果提升所带来的广告单价的上涨；4、移动端商业化深入所带来的广告营收的增长。在各种广告形式中，贴片广告是收入贡献最高的一种形式，且远高于其他广告形式。随着自制内容的快速发展，内容营销的占比将得到提升，网络视频行业的广告形式丰富度将得以提升，集中度也将有所下降。

第一部分 产业环境透视

第一章 网络视频行业发展综述

第一节 网络视频行业的界定

一、网络视频界定

- 1、网络视频及相关定义
- 2、网络视频特征及优势
- 3、网络视频的分类

二、网络视频行业基本情况

- 1、网络视频行业界定
- 2、网络视频行业主管部门
- 3、网络视频行业监管体制
- 4、网络视频行业主要政策法规

第二节 网络视频行业特性分析

一、网络视频行业主要技术状况

- 1、视频编解码技术
- 2、CDN技术
- 3、P2P技术

二、网络视频行业经营模式分类

- 1、按技术因素分类
- 2、按视频内容分类
- 3、按盈利方式分类

三、网络视频行业属性

- 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

四、网络视频行业特性

- 1、周期性
- 2、区域性
- 3、季节性

第三节 最近3-5年中国网络视频行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒 / 退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期
- 七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 网络视频行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 网络视频行业政治法律环境（P）

- 一、行业管理体制分析
- 二、行业主要法律法规
- 三、网络视频行业相关标准
- 四、行业相关发展规划
- 五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

- 一、宏观经济形势分析
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

- 一、网络视频产业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响
- 三、网络视频产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

- 一、网络视频技术分析
- 二、网络视频技术发展水平
- 三、2013-2014年网络视频技术发展分析
- 四、行业主要技术发展趋势
- 五、技术环境对行业的影响

第二部分 行业深度分析

第三章 我国网络视频行业运行现状分析

第一节 我国网络视频行业发展状况分析

- 一、我国网络视频行业发展阶段
- 二、我国网络视频行业发展总体概况
- 三、我国网络视频行业发展特点分析
- 四、网络视频行业运营模式分析

第二节 2013-2014年网络视频行业发展现状

- 一、2013-2014年我国网络视频行业市场规模

- 1、中国网络视频用户规模
- 2、中国网络视频市场规模
- 二、2013-2014年我国网络视频行业发展分析
- 三、2013-2014年中国网络视频企业发展分析
- 第三节 2013-2014年网络视频市场情况分析
- 一、2013-2014年中国网络视频市场总体概况
- 二、2013-2014年中国网络视频产品市场发展分析

第四章 我国网络视频行业整体运行指标分析

第一节 2013-2014年中国网络视频行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

第二节 2013-2014年中国网络视频行业财务指标总体分析

- 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

第三节 我国网络视频市场供需分析

- 一、2013-2014年我国网络视频行业供给情况
- 1、我国网络视频行业供给分析
- 2、我国网络视频行业投资规模分析
- 3、重点市场占有份额
- 二、2013-2014年我国网络视频行业需求情况
- 1、网络视频行业需求市场
- 2、网络视频行业客户结构
- 3、网络视频行业需求的地区差异
- 三、2013-2014年我国网络视频行业供需平衡分析

第三部分 市场全景调研

第五章 中国网络视频行业用户行为调研

第一节 中国网络视频行业用户属性分析

一、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

二、网络视频用户其他相关属性

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、网络视频用户城乡分布

第二节 中国网络视频行业用户使用行为分析

一、网络视频用户的网络接入

1、宽带接入比例

2、宽带速率

二、网络视频用户的终端设备

三、网络视频使用频率

四、网络视频使用时间

五、网络视频收看方式

六、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、用户观看热播剧的媒体消费习惯

第三节 中国网络视频用户分享与上传行为分析

一、用户分享行为比例

二、用户视频内容分享途径

三、用户上传内容比例

四、用户上传原创内容比例

第四节 中国网络视频付费用户分析

一、网络视频用户付费意愿

二、网络视频付费用户内容需求

第六章 中国网络视频行业盈利模式分析

第一节 中国网络视频行业产业链分析

一、网络视频行业产业链结构

二、网络视频行业产业链的构成

- 1、内容提供商
- 2、平台运营商
- 3、视频用户
- 4、广告主
- 5、分销渠道商
- 6、技术提供商

三、网络视频行业产业链现状

- 1、多元融合
- 2、内容为王
- 3、加强营销
- 4、用户分化

第二节 中国网络视频行业盈利模式分析

一、网络视频行业内容模式：原创+正版

二、网络视频行业技术模式：点播+直播

三、网络视频行业盈利模式类型

- 1、个人付费模式
- 2、企业付费模式
- 3、广告盈利模式
- 4、用户付费盈利模式
- 5、视频技术方案盈利模式
- 6、其他模式

第三节 中国网络视频主要细分领域盈利模式分析

一、视频分享网站盈利模式分析

- 1、视频分享产业链分析
- 2、视频分享网站盈利模式

二、P2P流媒体盈利模式分析

- 1、P2P流媒体产业链分析
- 2、P2P流媒体盈利模式

三、部分视频网站盈利模式分析

- 1、优酷网

- 2、酷6网
- 3、乐视网
- 4、迅雷
- 5、快播
- 6、PPS
- 7、暴风

第四节 中国网络视频运营战略分析

一、内容的差异化竞争

- 1、视频分享网站加强原创性和草根性内容
- 2、购买稀有版权
- 3、细分内容
- 4、创立独特的新闻节目制作模式

二、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

第五节 中国网络视频行业盈利模式发展趋势分析

一、视频网站对盈利模式的探索

- 1、视频广告的电视化
- 2、拼创意的另类视频营销
- 3、向用户收费模式
- 4、投资电影扩张至上游产业
- 5、试行全新业务进军电子商务
- 6、提供3G流媒体市场服务

二、网络视频行业盈利模式发展趋势

- 1、深挖视频广告潜力
- 2、结合移动终端视频营销
- 3、挖掘社区互动潜力
- 4、优质内容的付费观看
- 5、向上游产业链渗透

第七章 中国网络视频行业细分业务分析

第一节 中国网络视频业务类别概述

一、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

二、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

第二节 中国网络视频广告业务分析

一、网络视频广告的兴起

二、网络视频广告的类型

- 1、前置式广告
- 2、视频贴片广告
- 3、视频浮层广告
- 4、播放器背景广告
- 5、UGA视频植入式广告

三、网络视频广告形式特点

- 1、广告形式多样
- 2、主要倾向于品牌广告
- 3、仅部分内容可放置广告
- 4、内容提供方参与广告销售环节
- 5、网络视频广告相比电视广告性价比更高

四、网络视频广告的特征与优势

五、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

六、网络视频广告业务规模分析

- 1、网络视频行业收入构成分析
- 2、网络视频广告收入分析
- 3、各厂商网络视频广告收入竞争格局分析

七、网络视频广告亟需解决的问题

- 1、视频广告流量
- 2、购买网络视频广告的方法与心态
- 3、建立媒体收视与广告效果监测平台

八、网络视频广告发展前景展望

- 1、视频广告营收占比呈上升趋势
- 2、视频广告形式亟需创新
- 3、视频广告模式转向多元化
- 4、网络视频广告增长新动力
- 5、UGA广告前景看好

第三节 中国网络高清视频业务分析

一、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

二、网络高清视频用户分析

- 1、用户性别特征
- 2、用户年龄特征
- 3、用户学历特征
- 4、高清视频用户使用频率
- 5、高清视频用户使用满意度

三、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

四、网络高清视频发展存在的问题

五、网络高清视频发展趋势分析

第四部分 竞争格局分析

第八章 2013-2014年网络视频行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、网络视频行业竞争结构分析

- 1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、网络视频行业企业间竞争格局分析

三、网络视频行业集中度分析

四、网络视频行业SWOT分析

第二节 中国网络视频行业竞争格局综述

一、网络视频行业竞争概况

二、中国网络视频行业竞争力分析

三、中国网络视频竞争力优势分析

四、网络视频行业主要企业竞争力分析

第三节 2013-2014年网络视频行业竞争格局分析

一、2013-2014年国内外网络视频竞争分析

二、2013-2014年我国网络视频市场竞争分析

三、2013-2014年我国网络视频市场集中度分析

四、2013-2014年国内主要网络视频企业动向

第四节 网络视频市场竞争策略分析

第九章 2013-2014年网络视频行业领先企业经营形势分析

第一节 中国视频分享类运营商经营分析

一、酷6网（北京）信息技术有限公司（酷6网）

1、企业发展简况分析

2、企业运营情况分析

3、酷6网视频服务分析

4、企业经营状况优劣势分析

5、企业投资兼并与重组分析

6、企业最新发展动向分析

二、合一信息技术（北京）有限公司（优酷网）

1、企业发展简况分析

2、企业运营情况分析

- 3、优酷网视频服务分析
- 4、企业经营状况优劣势分析
- 5、企业投资兼并与重组分析
- 6、企业最新发展动向分析

三、上海全土豆网络科技有限公司（土豆网）

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、土豆网视频服务分析
- 4、企业经营情况优劣势分析
- 5、企业投资兼并与重组分析
- 6、企业最新发展动向分析

第二节 中国P2P流媒体（网络电视）运营商经营分析

一、腾讯控股有限公司（QQlive）

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业运营情况分析
- 3、QQlive视频服务分析
- 4、企业经营状况优劣势分析
- 5、企业投资兼并与重组分析
- 6、企业最新发展动向分析

二、上海聚力传媒技术有限公司（PPLIVE）

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、PPLIVE视频服务分析
- 4、企业经营情况优劣势分析
- 5、企业投资兼并与重组分析
- 6、企业最新发展动向分析

三、北京联合网视文化传播有限公司（UiTV）

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、UiTV视频服务分析
- 4、企业经营情况优劣势分析
- 5、企业投资兼并与重组分析

6、企业最新发展动向分析

第三节 中国非分享视频点播类运营商经营分析

一、乐视网信息技术（北京）股份有限公司（乐视网）

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业运营情况分析
- 3、乐视网视频服务分析
- 4、企业经营状况优劣势分析
- 5、企业投资兼并与重组分析
- 6、企业最新发展动向分析

二、百度在线网络技术（北京）有限公司（奇艺网）

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业运营情况分析
- 3、奇艺网视频服务分析
- 4、企业经营状况优劣势分析
- 5、企业投资兼并与重组分析
- 6、企业最新发展动向分析

第四节 中国传统门户类平台运营商经营分析

一、北京新浪互联信息服务有限公司（新浪视频）

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业运营情况分析
- 3、新浪视频视频服务分析
- 4、企业经营状况优劣势分析
- 5、企业投资兼并与重组分析
- 6、企业最新发展动向分析

二、北京搜狐互联网信息服务有限公司（搜狐视频）

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业运营情况分析
- 3、搜狐视频视频服务分析
- 4、企业经营状况优劣势分析
- 5、企业投资兼并与重组分析
- 6、企业最新发展动向分析

第五部分 发展前景展望

第十章 2015-2020年网络视频行业前景及趋势预测

第一节 2015-2020年网络视频市场发展前景

- 一、2015-2020年网络视频市场发展潜力
- 二、2015-2020年网络视频市场发展前景展望
- 三、2015-2020年网络视频细分行业发展前景分析

第二节 2015-2020年网络视频市场发展趋势预测

- 一、2015-2020年网络视频行业发展趋势
- 二、2015-2020年网络视频市场规模预测

1、网络视频行业市场规模预测

2、网络视频行业营业收入预测

三、2015-2020年网络视频行业应用趋势预测

四、2015-2020年细分市场发展趋势预测

第三节 2015-2020年中国网络视频行业供需预测

- 一、2015-2020年中国网络视频行业供给预测
- 二、2015-2020年中国网络视频企业数量预测
- 三、2015-2020年中国网络视频投资规模预测
- 四、2015-2020年中国网络视频行业需求预测
- 五、2015-2020年中国网络视频行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十一章 2015-2020年网络视频行业投资机会与风险防范

第一节 网络视频行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、网络视频行业投资现状分析

第二节 2015-2020年网络视频行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、网络视频行业投资机遇

第三节 2015-2020年网络视频行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国网络视频行业投资建议

一、网络视频行业未来发展方向

二、网络视频行业主要投资建议

三、中国网络视频企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第十二章 2015-2020年网络视频行业面临的困境及对策

第一节 2015年网络视频行业面临的困境

第二节 网络视频企业面临的困境及对策

一、重点网络视频企业面临的困境及对策

二、中小网络视频企业发展困境及策略分析

三、国内网络视频企业的出路分析

第三节 中国网络视频行业存在的问题及对策

一、中国网络视频行业存在的问题

二、网络视频行业发展的建议对策

三、市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

第四节 中国网络视频市场发展面临的挑战与对策

一、中国网络视频市场发展面临的挑战

二、中国网络视频市场发展对策分析

第十三章 网络视频行业发展战略研究

第一节 网络视频行业发展战略研究

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

第二节 对我国网络视频品牌的战略思考

一、网络视频品牌的重要性

二、网络视频实施品牌战略的意义

三、网络视频企业品牌的现状分析

四、我国网络视频企业的品牌战略

五、网络视频品牌战略管理的策略

第三节 网络视频经营策略分析

一、网络视频市场细分策略

二、网络视频市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、网络视频新产品差异化战略

第四节 网络视频行业投资战略研究

一、2015年网络视频行业投资战略

二、2015-2020年网络视频行业投资战略

三、2015-2020年细分行业投资战略

第十四章 博思数据研究结论及发展建议

第一节 网络视频行业研究结论及建议

第二节 网络视频子行业研究结论及建议

第三节 网络视频行业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录

图表：2013-2014年我国网络视频行业相关专利

图表：2010-2014年网络视频设备行业经营效益分析

图表：2010-2014年中国网络视频行业盈利能力分析

图表：2010-2014年中国网络视频行业运营能力分析

图表：2010-2014年中国网络视频行业偿债能力分析

图表：2010-2014年中国网络视频行业发展能力分析

图表：2015-2020年网络视频行业市场规模预测

图表：2015-2020年网络视频行业营业收入预测

图表：2015-2020年中国网络视频行业供给预测

图表：2015-2020年中国网络视频投资规模预测

图表：2015-2020年中国网络视频企业数量预测

图表：2015-2020年中国网络视频行业需求预测

图表：2015-2020年中国网络视频行业供需平衡预测

略……

本报告由博思数据的资深专家和研究人员通过长期周密的市场调研，参考国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过与国际同步的市场研究工具、理论和模型撰写而成。全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个网络视频行业的市场走向和发展趋势。

本报告专业！权威！报告根据网络视频行业的发展轨迹及多年的实践经验，对中国网络视频行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国网络视频行业将面临的机遇与挑战，对网络视频行业未来的发展趋势及前景作出审慎分析与预测。是网络视频企业、学术科研单位、投资企业准确了解行业最新发展动态，把握市场机会，正确制定

企业发展战略的必备参考工具，极具参考价值！

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1503/I09165RD0N.html>