

2024-2029年中国在线视频行业市场调研及投资前景预测报告

报告简介

视频行业竞争非常激烈，目前的玩家主要包括优酷土豆、搜狐视频、乐视网等。优酷土豆、爱奇艺PPS以及搜狐视频应该属于第一梯队;而乐视凭借其强大的宣传模式，以及乐视TV、乐视手机的优势，努力追赶，正在试图跻身第一梯队的路上。

未来在线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。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国在线视频行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国在线视频行业发展状况和特点，以及中国在线视频行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球在线视频行业发展态势作了详细分析，并对在线视频行业进行了趋向研判，是在线视频经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前在线视频行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 中国在线视频行业概述

第一节 在线视频行业的界定

一、在线视频界定

二、在线视频及相关定义

三、在线视频特征及优势

四、在线视频的分类

第二节 在线视频行业基本情况

一、在线视频行业界定

二、在线视频行业主管部门

三、在线视频行业监管体制

四、在线视频行业主要政策法规

第三节 在线视频行业特性分析

一、中国在线视频行业市场概况

二、中国在线视频年度市场规模

三、中国在线视频年度市场规模结构

四、中国在线视频年度广告市场规模

五、中国在线视频年度广告市场结构

六、中国在线视频年度移动端广告规模

第二章 2019-2023年中国在线视频培训运行环境解析

第一节 2019-2023年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI. PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、社会消费品零售总额

九、对外贸易进出口

第二节 在线视频行业属性

一、在线视频行业所处的生命周期

二、在线视频行业对经济周期的反应

三、在线视频行业特性

(1)周期性

(2)区域性

(3)季节性

第二部分 市场深度分析

第三章 中国在线视频行业用户分析

第一节 在线视频行业终端情况分析

一、PC端：中国主要网络服务月度覆盖人数

二、PC端：中国主要网络服务月度使用时间

三、PC端网页与PC客户端用户规模对比

四、PC端网页与PC客户端使用时长对比

五、跨屏用户行为对比

第二节 在线视频行业主要技术状况

一、视频编解码技术

二、CDN技术

三、P2P技术

第三节 在线视频行业经营模式分类

一、按技术因素分类

二、按视频内容分类

三、按盈利方式分类

第四章 中国在线视频行业内容分析

第一节 中国在线视频与传统行业对比分析

一、中国在线视频自制剧与传统电视剧对比

二、中国在线视频自制综艺与传统综艺对比

三、中国主要类型内容视频播放覆盖人数

四、中国主要类型内容视频有效播放时长

- 五、中国各类视频内容播放时长份额对比
- 六、中国主要类型影视剧视频播放覆盖人数
- 七、中国主要类型影视剧视频有效播放时长

第二节 行业大事件回顾及点评

- 一、政策监管
- 二、并购与入股
- 三、互联网电视

第五章 中国在线视频行业年度数据及分析

第一节 中国在线视频行业市场分析

- 一、中国在线视频核心产业链分析
- 二、中国在线视频市场规模及结构
- 三、中国在线视频行业企业广告营收对比

第二节 中国移动端视频行业年度数据及分析

- 一、中国移动端视频产业链分析
- 二、运营商视频与在线视频移动端对比
- 三、中国运营商用户付费视频行业市场规模
- 四、中国在线视频移动端广告市场规模

第六章 中国在线视频行业细分市市场分析

第一节 中国在线视频行业细分分析之终端篇

- 一、中国主要PC网络服务用户数据对比
- 二、中国在线视频PC网页与PC客户端用户数据对比
- 三、中国在线视频PC端与移动端用户数据对比
- 四、中国三大终端各类服务使用时间份额对比
- 五、中国互联网电视销售量/用户规模分析

六、在线视频三大终端对比及跨屏营销分析

第二节 中国在线视频行业细分分析之内容篇

一、中国在线视频行业内容产业链及不同来源内容对比分析

二、中国在线视频自制内容与传统内容对比分析

三、版权剧/自制剧/UGC广告收入贡献分析

四、中国主要类型内容视频播放数据对比分析

五、中国主要类型影视剧视频播放数据对比分析

六、中国各类影视剧不同属性用户TGI对比

第三节 中国在线视频行业细分分析之广告投放篇

一、在线视频广告投放路径及广告主投放策略分析

二、中国视频媒体电视剧/综艺播放时长占比分析及热播内容广告投放策略分析

三、基于AIDMA模型的视频营销分析

四、自制内容营销价值分析

五、视频广告人群定向投放分析

第三部分 竞争格局分析

第七章 中国网络视频行业发展分析

第一节 全球网络视频行业发展状况

一、国际网络视频行业发展分析

二、美国网络视频市场发展分析

三、国际知名网络视频企业分析

1、YOUTUBE

2、HULU网

3、苹果itunes

4、Netflix

5、亚马逊视频点播

第二节 中国网络视频行业波特五力模型分析

一、潜在进入者的威胁

二、替代产品的威胁

三、买方的讨价还价能力

四、供应商的讨价还价能力

五、现有竞争者的竞争能力

第八章 中国网络视频运营商经营分析

第一节 中国网络视频运营商总体概况

一、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

二、网络视频运营商总体发展分析

第二节 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、企业主要经济指标分析

4、企业经营状况优劣势分析

5、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、企业主要经济指标分析

4、企业经营状况优劣势分析

5、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、企业运营情况分析

3、企业主要经济指标分析

4、企业经营状况优劣势分析

5、企业最新发展动向分析

6、企业投资兼并与重组分析

四、广州市千钧网络科技有限公司(56网)

1、企业发展简况分析

2、企业运营情况分析

3、企业主要经济指标分析

4、企业经营状况优劣势分析

5、企业最新发展动向分析

五、北京六间房科技有限公司(六间房)

1、企业发展简况分析

2、企业运营情况分析

3、企业主要经济指标分析

4、企业经营状况优劣势分析

5、企业最新发展动向分析

第四节 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、企业主要经济指标分析
- 4、企业经营状况优劣势分析
- 5、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、企业运营情况分析
- 3、企业主要经济指标分析
- 4、企业经营状况优劣势分析
- 5、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、企业运营情况分析
- 3、企业主要经济指标分析
- 4、企业经营状况优劣势分析
- 5、企业最新发展动向分析

四、上海众源网络有限公司(PPStream)

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业运营情况分析
- 3、企业主要经济指标分析
- 4、企业经营状况优劣势分析
- 5、企业最新发展动向分析

五、北京时越网络技术有限公司(UUSee)

- 1、企业发展简况分析

2、企业运营情况分析

3、企业主要经济指标分析

4、企业经营状况优劣势分析

5、企业最新发展动向分析

六、北京高维视讯科技有限公司(Mysee)

1、企业发展简况分析

2、企业运营情况分析

3、企业主要经济指标分析

4、企业经营状况优劣势分析

5、企业最新发展动向分析

七、深圳市迅雷网络技术有限公司(迅雷看看)

1、企业发展简况分析

2、企业运营情况分析

3、企业主要经济指标分析

4、企业经营状况优劣势分析

5、企业最新发展动向分析

八、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、企业主要经济指标分析

4、企业经营状况优劣势分析

5、企业最新发展动向分析

九、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、企业主要经济指标分析

4、企业经营状况优劣势分析

5、企业最新发展动向分析

十、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、企业主要经济指标分析

4、企业经营状况优劣势分析

5、企业最新发展动向分析

第四部分 发展前景展望

第九章 中国网络视频行业发展前景展望

第一节 中国网络视频发展特点及趋势分析

一、网络视频呈现“长视频”和“微视频”两种发展方向

二、网络视频媒体开始具有“新闻媒体”资质

三、视频网站的广告营销方式更加侧重于技术性创新

四、高清是网络视频行业形成新的增长点的技术关键

五、3G手机媒体将成为视频网络的延伸战场

六、资本市场将改变网络视频媒体的竞争格局

第十章 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

第四部分 行业发展战略研究

第十一章 中国网络视频运营战略分析

第一节 内容的差异化竞争

一、视频分享网站加强原创性和草根性内容

二、购买稀有版权

三、细分内容

四、创立独特的新闻节目制作模式

第二节 拓展增值业务

一、视频电子商务

二、专业性功能性视频

三、衍生产品图表目录

第三节 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

图表目录

图表：中国在线视频核心产业链

图表：2019-2023年中国在线视频行业市场规模

图表：2019-2023年中国在线视频行业收入构成

图表：2019-2023年中国在线视频行业广告市场规模

图表：2019-2023年中国在线视频行业不同类型媒体广告收入结构

图表：中国移动端视频产业链图谱

图表：“运营商视频”主要盈利模式示意图

图表：“在线视频移动端”主要盈利模式示意图

图表：2019-2023年中国运营商用户付费视频行业市场规模

图表：2019-2023年中国联网电视销售量

图表：在线视频跨屏营销简图

图表：在线视频行业内容产业链

图表：在线视频企业盈利主要影响因素模型

图表：大视频全产业链简图

图表：2019-2023年我国主要互联网电视业务运营商用户规模情况

图表：中国在线视频行业三大终端对比分析

图表：中国在线视频行业各来源内容对比分析

图表：在线视频媒体自制内容内容营销方式对比图

图表：在线视频媒体按不同属性用户月度视频播放覆盖人数对比

图表：在线视频媒体对用户属性的区分方式示意图

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Emai : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170503/70842.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)