2024-2029年中国网络视频付费行业市场需求潜力及战略咨询研究报告

报告简介

在现代市场经济活动中，信息已经是一种重要的经济资源，信息资源的优先占有者胜，反之则处于劣势。中国每年有近百万家企业倒闭，对于企业经营而言，因为失误而出局，极有可能意味着从此退出历史舞台。他们的失败、他们的经验教训，可能再也没有机会转化为他们下一次的成功了!企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢地锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求及前景。

随着网络视频付费行业竞争的不断加剧，大型企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内外优秀的网络视频付费企业愈来愈重视对行业市场的分析研究，特别是对当前市场环境和客户需求趋势变化的深入研究，以期提前占领市场，取得先发优势。正因为如此，一大批优秀品牌迅速崛起，逐渐成为行业中的翘楚。中道泰和利用多种独创的信息处理技术，对网络视频付费行业市场海量的数据进行采集、整理、加工、分析、传递，为客户提供一揽子信息解决方案和咨询服务，最大限度地降低客户投资风险与经营成本，把握投资机遇，提高企业竞争力。

本报告由中道泰和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、51行业报告网、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付费行业的市场走向和发展趋势。

本报告专业!权威!报告根据网络视频付费行业的发展轨迹及多年的实践经验，对中国网络视频付费行业的内外部环境、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付费行业将面临的机遇与挑战，对网络视频付费行业未来的发展趋势及前景作出审慎分析与预测。是网络视频付费企业、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!

报告目录

第一章 网络视频付费的相关介绍

1.1 网络视频付费的概念

1.1.1 网络视频付费的概念

1.1.2 网络视频付费类型

1.1.3 网络视频付费应用分类

1.2 网络视频付费格式介绍

1.2.1 视频常用格式

1.2.2 影音文件的主要格式

1.2.3 流媒体文件的主要格式

1.3 网络视频付费特征和特点

1.4 目前网络视频付费观看方式

第二章 全球网络视频付费产业的发展

2.1 全球网络视频付费产业发展分析

2.1.1 网络视频付费引起全球互联网流量猛增

2.1.2 2020年全球网络视频付费收入预测分析

2.2 美国

2.2.1 美国网民热衷于网络视频付费

2.2.2 网络视频付费在美国的广泛应用

2.2.3 2024-2029年美国在线视频用户规模分析及预测

2.2.4 美国视频分享类网站商业模式

2.2.5 2024-2029年美国视频广告市场份额分析及预测

2.2.6 网络视频付费影响美国观众观看电视节目时间

2.3 欧洲

2.3.1 欧洲网络电视市场高速增长

2.3.2 欧洲网络视频付费广告点击率接近5%

2.3.3 调查：网络视频付费兴起 英国人看电视时间减少

2.4 亚洲

2.4.1 网络视频付费引领亚洲电视发展

2.4.2 日本电视机网络化发展已经成大趋势

2.4.3 韩国发布互联网发展计划：网速翻100倍

2.4.4 印度利用网络视频付费推广旅游资源

第三章 中国网络视频付费产业

3.1 中国网络视频付费产业发展状况

3.1.1 2019-2023年中国网络视频付费产业整体发展态势

3.1.2 中国网络视频付费发展的三个阶段

3.1.3 2019-2023年网络视频付费市场分析

3.1.4 2019-2023年在线视频整体发展情况

3.1.5 国内网络视频付费已经成为互联网应用的主流

3.1.6 2019-2023年中国在线视频行业三大盘点

3.1.72019-2023年中国网络付费视频收入分析

3.3.7 2019-2023年中国网络视频付费大翻身

3.3.8 中国网络视频付费行业出现三大变化

3.3.9 中国网络视频付费全面正版化

3.3.10 2019-2023年度中国在线视频产业十大事件

3.2 网络视频付费产业链分析

3.2.1 中国网络视频付费产业链总体分析

3.2.2 视频网站与内容提供商的共赢

3.2.3 视频技术商融资复出：b2b模式或成新金矿

3.2.4 网络渠道商：电商新势力

3.2.5 电信运营商开始逐渐重视网络视频付费业务

3.3 2019-2023年中国网络视频付费用户分析

3.3.1 中国网络视频付费用户年龄分析

3.3.2 中国网络视频付费用户教育水平分析

3.3.3 中国网络视频付费用户职位分析

3.3.4 中国网络视频付费用户个人月收入分析

3.3.5 中国网络视频付费用户观看时长分析

3.3.6 中国网络视频付费用户观看清晰度要求分析

3.4 中国网络视频付费商业运行模式分析

3.4.1 中国网络视频付费商业模式发展现状

3.4.2 中国网络视频付费商业模式存在的问题

3.4.3 中国网络视频付费企业的外部环境分析

3.4.4 视频分享网站的商业模式

3.4.5 中国视频分享网站商业模式存在的问题

3.4.6 视频分享网站商业模式的未来发展趋势

3.5 中国网络视频付费营销概况

3.5.1 网络视频付费营销的优势

3.5.2 网络视频付费营销的成功案例

3.5.3 目前网络视频付费营销主要有三种模式

3.5.4 中国网络视频付费营销发展前景

3.5.5 营销建议：网络视频付费与多媒体整合，创造更多营销机会

第二部分 细分市场分析

第四章 视频分享

4.1 视频分享行业发展状况

4.1.1 视频分享网站的特征

4.1.2 视频分享网站的优势

4.1.3 视频分享产业环境分析

4.1.3 .1 互联网快速发展为视频网站提供了良好的基础

4.1.3 .2 政府高度重视视频网站发展

4.1.3 .3 支撑技术日益成熟

4.1.4 2019-2023年中国网络视频付费分享网站发展现状

4.1.5 视频分享网站频被诉经营模式存法律风险

4.1.6 视频分享网站对电视媒体的影响

4.2 手机视频分享

4.2.1 手机视频概念

4.2.2 视频分享发展现状

4.2.3 手机视频市场广阔

4.2.4 手机视频市场面临的问题

4.2.5 制约手机视频分享行业发展因素

第五章 P2P流媒体播放平台

5.1 p2p流媒体概述

5.1.1 流媒体的概念

5.1.2 p2p流媒体系统播送方式

5.1.3 p2p流媒体系统网络组织结构

5.1.4 p2p流媒体中的关键技术

5.1.5 p2p流媒体的应用

5.2 中国p2p流媒体市场的三个发展阶段

5.3 运营商的p2p流媒体应用策略

5.3.1 大力发展宽带业务

5.3.2 精细化管道运营

5.3.3 精细化管道运营

5.3.4 收费策略

5.4 p2p网络电视

5.4.1 p2p网络电视简介

5.4.2 中国p2p网络电视行业发展现状

5.4.3 p2p流媒体网络电视产业链现状

5.4.4 p2p网络电视的传播优势

5.4.5 p2p网络电视还须跨越六道坎

5.4.6 p2p网络电视的广告载体价值

5.4.7 p2p网络电视内容管理现状和问题

5.4.8 p2p网络电视内容监管模式

5.4.9 p2p网络电视业发展趋势展望

第六章 中国p2p网络电视主要运营产品

6.1 pptv

6.1.1 pptv简介

6.1.2 pptv软件特性

6.1.3 pptv软件主要版本

6.2 ppstream

6.2.1 ppstream概述

6.2.2 ppstream功能详解

6.2.3 ppstream 辅助软件

6.3 uusee

6.3.1 uusee概述

6.3.2 uusee软件特点

6.3.3 uusee新版新功能

6.4 腾讯视频

6.4.1 腾讯视频概述

6.4.2 腾讯视频合作伙伴

6.4.3 腾讯视频全新出品战略

第七章 其它类型的网络视频付费播放平台

7.1 视频点播

7.1.1 视频点播技术

7.1.1 .1 视频点播技术的应用

7.1.1 .2 视频点播(vod)系统的组成

7.1.1 .3 视频点播(vod)系统的前景展望

7.2 视频直播

7.3 视频搜索

7.3.1 视频搜索的概念

7.3.2 中国重点网络视频付费搜索引擎介绍

7.3.3 互联网进入视频搜索时代

7.3.4 视频搜索技术的主要类别

7.3.5 视频搜索的商业模式

7.3.6 网络视频付费搜索趋势

7.4 广播网站视频直播产业发展分析

第八章 网络视频付费广告

8.1 网络视频付费概述

8.1.1 网络视频付费广告概念

8.1.2 网络视频付费广告特点

8.1.3 五大网络视频付费常见广告形式的优势及劣势

8.1.4 网络视频付费广告的价值研究

8.2 国际网络视频付费广告的发展

8.2.1 美国网络视频付费广告市场分析

8.2.2 欧洲网络视频付费广告点击率接近5%

8.3 中国网络视频付费广告的发展

8.3.1 中国网络视频付费广告的现状

8.3.2 2019-2023年中国网络视频付费广告市场分析

8.3.3 网络视频付费广告的非电视化生存

8.3.3 .1 网络视频付费广告的电视化谜局

8.3.3 .2 网络视频付费广告的去电视化创新

8.3.4 网络视频付费广告发展面临的问题

8.3.5 影响网络视频付费广告有效传播的主要因素分析

3.3.6 广告主经常使用的视频广告形式

8.3.7 中国网络视频付费广告的趋势

第九章 主要视频网站介绍

9.1 youtube

9.1.1 网站介绍

9.1.2 youtube的发展

9.1.3 youtube的成功因素

9.2 优酷网

9.2.1 网站简介

9.2.2 优酷网成功的竞争优势

9.2.3 优酷业绩分析

9.3 土豆网

9.3.1 网站简介

9.3.2 土豆网成功因素分析

9.3.3 土豆弱势分析

9.3.4 .1 土豆内部经营管理分析

9.3.4 .2 土豆外部经营分析

9.4 56网

9.4.1 网站简介

9.4.2 56网独立访问量稳居国内在线视频前三

9.4.3 56网视频广告受电商青睐原因分析

9.4.4 人人8000万美元全资收购视频网站56网

9.5 酷6网

9.5.1 网站简介

9.5.2 酷6网经营模式分析

9.5.3 酷6网商业模式分析

9.5.4 管理模式分析

第三部分 应用领域与盈利模式

第十章 网络视频付费的应用领域分析

10.1 网络视频付费监控

10.1.1 网络视频付费监控概述

10.1.2 网络视频付费监控的主要应用领域

10.1.3 网络视频付费监控相对模拟监控的优势

10.1.4 网络视频付费监控存在的不足

10.1.5 网络视频付费监控将迈入高速增长时期

10.1.6 网络视频付费监控市场逐步向中小行业和公众家庭用户拓展

10.1.7 电信运营商开展网络视频付费监控业务的相关思考

10.2 网络视频付费会议

10.2.1 网络视频付费会议概述

10.2.2 网络视频付费会议功能概述

10.2.3 网络视频付费会议使用环境

10.2.4 网络视频会议系统的多种运用

10.2.5 网络视频付费会议行业现状

10.2.6 3G推动视频会议行业发展

10.2.7 网络视频付费会议发展前景广阔

10.2.8 网络视频付费会议的未来发展趋势

10.3 其他应用领域

10.3.1 远程视频招聘

10.3.1 .1 远程视频招聘逐渐流行

10.3.1 .2 远程视频未来发展前景大

10.3.2 视频邮件

10.3.3 中国网络视频付费购物进入新的里程碑

10.3.4 视频看房推动房地产服务行业升级

第十一章 网络视频付费盈利模式分析

11.1 视频网站主要盈利模式

11.1.1 广告收入

11.1.2 收费用户的培养

11.1.3 通过平台资源借力商务营销扩展收入

11.1.4 不同类型网络视频付费网站盈利模式

11.2 视频网络盈利综合分析

11.2.1 视频付费点播模式渐成趋势

11.2.2 网络视频付费盈利面临的困扰透析

11.2.3 视频网站解决收费难方法探讨

11.2.4 视频网站提高盈利能力方式

11.2.5 未来视频网站的盈利模式探讨

11.3 视频网站实现盈利的措施

11.3.1 视频网站提高盈利能力方式

11.3.2 视频网站十种可行盈利模式分析

第四部分 产业竞争格局

第十二章 网络视频付费产业竞争分析

12.1 网络视频付费产业竞争现状

12.1.1 2019-2023年中国网络视频付费市场竞争分析

12.1.2 网络视频付费挑战传统电视地位

12.1.2 .1 网络版权分销模式基本形成

12.1.2 .2 网络自制剧从山寨气质走向精品策略

12.1.2 .3 网络视频付费为传统媒体带来一场革命

12.2 网络视频付费企业竞争策略

12.2.1 高清成为网络视频付费的竞争决胜点

12.2.2 内容是国内视频网站核心的竞争力

12.2.3 用户体验是网络视频付费制胜保障

12.3 视频网站的竞争发展走向分析

12.3.1 民营网络视频付费合纵连横闯出路

12.3.2 网络视频付费趋向主流媒体地位

12.3.3 视频新规将影响视频产业竞争格局

12.3.4 网络视频付费网站巨头竞争三大趋势

第五部分 行业发展趋势与策略

第十三章 2024-2029年网络视频付费产业投资与趋势预测

13.1 网络视频付费产业投资潜力

13.1.1 网络视频付费产业面临良好政策环境

13.1.2 网络视频付费将成为互联网领域投资热点

13.1.3 三网融合让视频业迎新机遇

13.2 网络视频付费产业风险投资分析

13.2.1 网络视频付费行业壁垒与盈利能力

13.2.2 门户网站进入视频分享领域面临两大风险

13.3 网络视频付费产业的发展预测

13.3.1 中国网络视频付费发展趋向

13.3.2 网络视频付费市场未来发展六大特点

13.3.3 视频网站将朝多应用方向发展

13.3.4 中国视频网站内容监管方向分析)

13.3.5 网络视频付费业态的变迁发展趋势

13.3.6 手机电视将成网络视频付费应用主力军

13.3.7 网络视频付费领域未来十年发展趋势展望

13.3.8 广电系网络视频付费媒体的机遇与挑战

图表目录

图表：传统电视与网络视频付费的比较

图表：2019-2023年美国在线视频用户规模

图表：2019-2023年美国网络广告市场份额

图表：中国网络视频付费发展阶段

图表：2019-2023年中国在线视频行业季度市场规模

图表：中国网络视频付费产业链

图表：视频网站与播放器视频用户年龄分析

图表：视频网站与播放器视频用户教育水平分析

图表：视频网站与播放器视频用户职位分析

图表：视频网站与播放器视频用户个人月平均收入分析

图表：视频网站与播放器视频用户工作日观看时长

图表：视频网站与播放器视频用户周末/节假日观看时长

图表：视频网站与播放器视频用户观看清晰度要求

图表：中国网络视频付费商业模式

图表：中国宽带用户规模

图表：2019-2023年中国宽带用户规模

图表：基于树的p2p流媒体传输

图表：2024-2029年美国网络广告市场份额分析及预测

图表：2024-2029年网络视频付费市场用户规模分析及预测

图表：2024-2029年网络视频付费市场收入分析及预测

图表：2019-2023中国网络视频付费市场收入

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广告市场规模

图表：2019-2023年中国在线视频行业广告收入份额

图表：2019中国在线视频行业广告收入份额

图表：2019中国在线视频广告主要类型分布

图表：2019-2023年酷6网络视频付费业务收入增长情况

图表：2019-2023年网络视频付费主要厂商市场份额

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/sc/20191203/149311.shtml

在线订购：点击这里