

中国互联网视频产业发展分析及投资发展趋势研究报告(2024-2029版)

报告简介

随着网红经济的出现，视频行业逐渐崛起一批优质UGC内容制作者，微博、秒拍、快手、今日头条纷纷布局短视频行业，募集一批优秀的内容制作团队入驻。

互联网是指在各种新媒体平台上播放的、适合在移动状态和短时休闲状态下观看的、高频推送的视频内容，几秒到几分钟不等。内容融合了技能分享、幽默搞怪、时尚潮流、社会热点、街头采访、公益教育、广告创意、商业定制等主题。由于内容较短，可以单独成片，也可以成为系列栏目。

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、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及互联网视频行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国互联网视频行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外互联网视频行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了互联网视频行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于互联网视频产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国互联网视频行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。

报告目录

第一部分 互联网视频行业发展分析

第一章 互联网视频的相关介绍

第一节 互联网视频的概念

一、互联网视频的定义

二、互联网视频应用分类

三、互联网视频媒体的功能形态特征

四、互联网视频媒体的优点

第二节 互联网视频格式介绍

一、影音文件的三种格式

二、流媒体文件的四种格式

三、其他视频格式

第三节 互联网视频的播放方式

- 一、视频下载
- 二、在线点播
- 三、视频轮播
- 四、视频直播
- 五、视频搜索

第二章 国际互联网视频产业的发展

第一节 国际互联网视频产业发展分析

- 一、世界互联网视频产业发展现状
- 二、互联网视频引起全球互联网流量猛增
- 三、全球互联网视频用户将大增
- 四、2023年全球互联网视频收入预测分析

第二节 美国

第三节 欧洲

第四节 亚洲

第三章 中国互联网视频产业

第一节 中国互联网视频产业发展状况

- 一、中国互联网视频发展的三个阶段
- 二、国内互联网视频已经成为互联网应用的主流
- 三、2023年我国互联网视频行业发展现状
- 四、我国互联网视频行业加速转型
- 五、我国互联网视频行业出现三大变化
- 六、正版渐成国内互联网视频行业主流

第二节 2019-2023年中国互联网视频产业运行分析

一、2023年我国互联网视频行业发展特点分析

二、2023年我国互联网视频行业发展特点分析

第三节 互联网视频产业链分析

一、中国互联网视频产业链总体发展状况

二、内容商探索互联网生存之路

三、技术商谋求以技术换内容

四、渠道商在严酷处境中把握机遇

五、电信运营商开始逐渐重视互联网视频业务

六、广告代理商利用自身优势构建互联网视频分发平台

第四节 中国互联网视频用户分析

一、中国互联网视频用户内容需求与行为解析

二、国内手机视频用户发展现状与原因分析

三、互联网视频产业的发展应立足于用户体验

四、2023年互联网视频内容及用户体验研究

五、互联网视频媒体影响力及营销价值

六、2023年互联网视频用户分析

第五节 中国互联网视频商业运行模式分析

一、国内互联网视频商业模式发展现状

二、中国宽频网站运营模式有待进一步探索

三、p2p流媒体的几种可行商业模式

四、中国互联网视频分享平台的商业模式展望

第六节 中国互联网视频营销概况

一、我国互联网视频营销高速增长的因素分析

二、互联网视频营销的优势与成功案例

三、我国互联网视频营销展望

第二部分 互联网视频细分市场调研

第四章 视频分享

第一节 视频分享行业发展状况

一、视频分享产业环境分析

二、2023年中国互联网视频分享网站发展状况

三、视频分享网站行业巨变

四、视频分享网站频被诉经营模式存法律风险

五、视频分享的崛起将不断压缩cdn服务市场空间

第二节 视频分享网站的主要发展模式

一、ugc模式

二、传统合作模式

三、兼容并包模式

第三节 手机视频分享

一、手机视频分享发展现状及前景

二、手机视频分享视受青睐

三、制约手机视频分享行业发展的三因素

四、手机视频发展尚处于培育期

五、手机视频博客发展浅析

第四节 视频分享网站发展建议

一、视频分享网现状的几种推广手段

二、视频分享网站应建立利益刺激机制

三、视频分享网站需要加强自律

四、新浪播客的成功带给国内视频分享网站启示

第五章 p2p流媒体播放平台

第一节 p2p流媒体概述

一、p2p与p2p流媒体的定义

二、p2p流媒体系统播送方式

三、p2p流媒体系统网络组织结构

四、p2p流媒体中的关键技术

五、p2p流媒体的应用

第二节 p2p流媒体发展总体分析

一、中国p2p流媒体市场的三个发展阶段

二、p2p流媒体产业环境分析

三、2023年p2p流媒体的视频直播业务发展状况

四、p2p流媒体发展形势分析

五、p2p流媒体的投资前景

第三节 p2p流媒体厂商类型

一、技术流族

二、原创族

三、拉帮派

四、增值服务型

五、另类派

六、其他厂商

第四节 p2p网络电视

一、中国网络电视台cntv采用p2p技术

二、中国p2p网络电视发展现状

三、p2p网络电视的制胜原因

四、p2p网络电视还须跨越六道坎

五、p2p网络电视内容监管难题及对策

六、p2p网络电视业发展趋势展望

第五节 中国p2p网络电视主要运营产品比较分析

一、pplive

二、ppstream

三、uusee

四、qqlive

五、评测总结

第六章 其它类型的互联网视频播放平台

第一节 视频点播与直播

一、视频点播技术及其比较分析

二、视频点播行业受众行为研究

三、中国互联网视频点播网站发展历程

四、网络电影的趋势预测与对策分析

五、2023年频繁赛事推动网络直播挺进主流市场

六、广播网站视频直播产业发展分析

第二节 视频搜索

一、视频搜索的定义与分类

二、国内重点互联网视频搜索引擎介绍

三、视频搜索市场发展概况与面临的挑战

四、运营商掘金视频搜索市场的相关建议

五、精准化将成为视频搜索行业未来发展路线

六、互联网视频搜索市场发展趋势

第七章 互联网视频广告

第一节 互联网视频广告概述

一、互联网视频广告各类形式简介

二、互联网视频广告的价值研究

三、中国互联网视频广告的计费模式

四、有效视频广告特点

五、互联网视频广告较传统广告的四大变化

第二节 国际互联网视频广告的发展

第三节 中国互联网视频广告的发展

第四节 互联网视频广告的市场需求和消费分析

第五节 互联网视频广告的未来发展建议

一、对视频网站的建议

二、对营销商的建议

三、对广告主的建议

四、对广告公司的建议

第三部分 应用领域与盈利模式

第八章 互联网视频的应用领域分析

第一节 互联网视频监控

第二节 互联网视频会议

第三节 互联网视频购物

第四节 其他应用领域

一、互联网视频技术在财经传播领域中的应用

二、视频招聘悄然现身招聘网站

三、视频邮件拓展电子邮件服务新领域

四、互联网视频招标应用前景光明

第九章 互联网视频盈利模式分析

第一节 视频网站主要盈利模式

一、网络广告

二、移动增值服务

三、视频搜索

四、不同类型互联网视频网站盈利模式现状

第二节 视频网络盈利综合分析

第三节 视频网站对盈利新模式的探索动态

第四节 视频网络盈利中的流量问题分析

第五节 视频网站实现盈利的措施与建议

第四部分 互联网视频产业竞争格局

第十章 互联网视频产业竞争分析

第一节 互联网视频产业竞争现状

一、互联网视频竞争的五个关键点

二、互联网视频挑战传统电视地位

三、互联网视频技术创新引领行业新竞争

四、2023年互联网视频市场竞争格局

五、2022互联网视频市场竞争特征

六、2023年互联网视频市场排名

七、2022互联网视频市场竞争特征

第二节 互联网视频产业竞争格局

一、中国互联网视频行业竞争格局现状分析

二、国内互联网视频产业格局日渐集中

三、互联网视频产业战略集团的划分

四、视频分享类网站竞争格局

五、视频点播类网站竞争格局

六、p2p播放平台竞争格局

七、视频搜索企业竞争格局

八、2023年视频网站格局

第三节 互联网视频市场竞争动态

第四节 互联网视频企业竞争策略

第五节 视频网站的竞争发展走向分析

第十一章 主要视频网站分析

第一节 youtube

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第二节 优酷网

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第三节 土豆网

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第四节 56网

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第五节 酷6网

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第六节 21cn

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第七节 激动网

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第八节 悠视网

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业发展现状分析

四、企业竞争优势分析

第九节 天线视频(openv)

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

第九节 乐视网

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

第十节 google

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业产品服务分析
- 三、企业发展现状分析
- 四、企业竞争优势分析

第五部分 互联网视频行业发展趋势与策略

第十二章 2024-2029年互联网视频产业投资与趋势预测

第一节 互联网视频产业投资前景

一、互联网视频市场宏观环境分析

(一)政治法律环境

(二)经济环境分析

(三)社会文化环境

(四)技术环境分析

二、互联网视频行业面临的机遇

三、互联网视频收费模式成趋势继续

第二节 互联网视频产业风险投资分析

一、互联网视频行业壁垒与盈利能力

二、2023年视频网站盈利模式之争

三、2023年互联网视频投融资情况分析

四、2023年互联网视频行业前景调研分析

第三节 互联网视频产业的发展预测

一、2023年互联网视频领域发展趋势展望

二、互联网视频产业的五个发展趋势

三、互联网视频市场未来发展六大特点

四、互联网视频应用的六大方向

五、中国视频网站内容监管方向分析

六、互联网视频业态的变迁发展趋势

七、三网融合让视频业迎新机遇

八、手机电视将成互联网视频应用主力军

九、广电系互联网视频媒体的机遇与挑战

第四节 互联网视频细分市场的投资预测

一、互联网视频分享市场

二、p2p视频播放市场

三、视频点播直播市场

四、互联网视频搜索市场

第十三章 2024-2029年中国互联网视频产业的问题与发展对策

第一节 中国互联网视频产业发展面临的问题和挑战

一、互联网视频的未来发展具有不确定性

二、我国互联网视频行业发展面临的挑战

三、互联网视频受众需要与视频内容存在差距

四、互联网视频价值测量体系还不健全

五、国内互联网视频业存在四大硬伤

第二节 互联网视频产业牌照问题分析

一、互联网视频产业迎来牌照经营时代

二、牌照发放给视频行业带来的影响

三、视频牌照颁发透露出媒体混业趋势

第三节 互联网视频版权问题分析

一、版权成为互联网视频产业发展的重大问题

二、中国互联网视频版权问题继续升温

三、互联网视频内容版权保护的相关思考

四、成本和控制力成解决版权的关键点

五、视频网站突破版权瓶颈措施

六、视频网站解决版权问题的若干建议

第四节 互联网视频产业投资策略

一、互联网视频企业的市场破局之道

二、我国互联网视频行业发展建议

三、视频网站的内容整合策略分析

四、视频网站内容创新的对策研究

五、互联网视频产业发展需要宽松的政策环境和有效的保障机制

六、西欧宽带视频业务发展带给中国的启示

图表目录

图表：avi编码的选择

图表：视频分享类网站的主要商业模式

图表：2019-2023年中国互联网视频用户总体规模增长趋势图

图表：中国互联网视频产业链结构图

图表：2019-2023年中国互联网视频收入规模及增长率

图表：2023年中国互联网视频市场规模

图表：2023年互联网视频主要厂商市场份额

图表：中国视频产业链图

把握投资 决策经营！

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

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20230706/447767.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)