2026-2031年中国网络视频行业发展分析及投资前景预测报告

报告简介

网络视频，指通过互联网提供的视频内容，如电影、电视剧、综艺节目、动漫、体育赛事、直播等视频传输内容。内容产业的繁荣和互联网的发展和推广，共同催生了在互联网上提供视频流有偿或无偿播放、下载服务的行业，即网络视频行业。网络视频行业可以分成不同的六大类：网站长片、网站短片、互联网电视、视频直播、视频监控和无线视频等。

截至2020年12月，我国网络视频用户规模达9.27亿，较2020年3月增长7633万，占网民整体的93.7%。其中短视频用户规模为8.73亿，较2020年3月增长1.00亿，占网民整体的88.3%。近年来，匠心精制的制作理念逐渐得到了网络视频行业的认可和落实，节目质量大幅提升。在优质内容的支撑下，视频网站开始尝试优化商业模式，并通过各种方式鼓励产出优质短视频内容，提升短视频内容占比，增加用户粘性。短视频平台则通过推出与平台更为匹配的微剧微综艺来试水，再逐渐进入长视频领域。

随着网络视频用户基数的不断增长，国家相关部门对盗版盗链打击力度的增强，在线支付尤其是移动支付的普及，再加上IP(Intellectual Property，知识产权)大剧的推动，用户付费市场从以前的量变积累转化到质变阶段。2019年5月28日，国家网信办统筹指导西瓜视频、好看视频、全民小视频、哔哩哔哩、秒拍、波波视频、看了吗、微视、A站、美拍、小影、梨视频、第一视频、微博等14家短视频平台，以及腾讯视频、爱奇艺、优酷、PP视频等4家网络视频平台，在六一儿童节到来之前，统一上线青少年防沉迷系统。加上此前试点的抖音、快手、火山小视频平台，国内已有21家主要网络视频平台上线了青少年防沉迷系统。

同时随着网络视频行业的发展，视频产业可提供的服务越来越多，在视频网站上，我们除了看到各类影视剧和节目外，还能在商城购物、看最新的电影、玩网络游戏，这些服务都是以内容IP来串联。视频产业与网络文学、动漫、网络游戏、电商、影业之间链条被打通，视频生态圈正在形成，未来看视频会成为一种综合性的服务，网络视频将成为人和服务之间的连接器。

互联网为网络视频产业带来了较大的发展机遇，同时也存在一些负面效应。在网络视频产业发展的如火如荼时，许多问题也显现出来，阻碍着行业的进一步发展。首先，行业存在市场垄断，小平台的发展较为艰难，只能依靠大平台的剩余资源，竞争优势较小。其次，行业在创新方面需求较大，一味的复制和模仿，使制作独特优质的网络视频难上加难;强加技术会使利益扩大，但会降低内容的含金量。最后，评判指标的不同，导致大众给网络视频产品的评价出现口碑两极分化的现象。

版权的保护和网络视频正版化的维系，同样也是行业的重心。无论是企业通过各种途径维权追责，以及采用各类技术手段提高反盗版能力，还是以网络视频正版化联盟为代表的行业力量的监督协调，都需要大量的时间、人力、资金等资源上的投入。只有尽可能降低盗版对企业及行业带来的损失，中国网络视频行业才能有更大的发展空间。目前国内的网络视频行业远未到成熟的阶段，在进一步向前发展的路上，机遇与挑战并存。

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、国家发改委、国家工信部、中国网络视听节目服务协会、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，对中国网络视频及各相关行业的发展状况、市场供需形势、发展趋势等进行了分析，并重点分析了中国网络视频行业发展状况和特点，以及中国网络视频行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对网络视频行业进行了趋向研判，是网络视频企业，科研、投资机构等单位准确了解目前网络视频发展动态，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 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、行业主要技术发展趋势

四、技术环境对行业的影响

第二部分 行业深度分析

第三章 中国网络视频行业运行现状分析

第一节 中国网络视频行业发展状况分析

一、中国网络视频行业发展阶段

二、中国网络视频行业发展总体概况

三、中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 2021-2026年网络视频行业用户特征分析

一、2021-2026年中国网络视频用户规模及占比

二、2021-2026年中国手机网络视频用户规模及占比

三、中国网络视频智能终端占比结构分析

第三节 2021-2026年网络视频市场运行情况分析

一、2021-2026年中国网络视频行业广告收入及占比

二、2021-2026年中国网络视频内容行业市场规模

三、2021-2026年中国网络视频行业用户付费收入

四、2021-2026年中国网络视频行业各业务营收占比

第四章 中国网络视频行业整体运行指标分析

第一节 2021-2026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 2021-2026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 中国网络视频市场供需分析

一、2021-2026年中国网络视频行业供给情况

1、中国网络视频行业供给分析

2、中国网络视频行业投资规模分析

3、重点市场占有份额

二、2021-2026年中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、2021-2026年中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

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 2026-2031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swot分析

1、网络视频行业优势分析

2、网络视频行业劣势分析

3、网络视频行业机会分析

4、网络视频行业威胁分析

第二节 网络视频行业竞争格局分析

一、企业竞争格局分析

二、市场竞争格局分析

三、产品竞争格局分析

第三节 网络视频行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第四节 网络视频市场竞争策略分析

第九章 2026-2031年网络视频行业领先企业经营形势分析

第一节 中国网络视频第一梯队企业运营分析

一、深圳市腾讯视频文化传播有限公司(腾讯视频)

1、企业发展简况分析

2、企业运营情况分析

3、腾讯视频服务分析

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、北京爱奇艺科技有限公司(爱奇艺)

1、企业发展简况分析

2、企业运营情况分析

3、爱奇艺服务分析

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、优酷信息技术(北京)有限公司(优酷视频)

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

第二节 中国网络视频第二梯队企业运营分析

一、湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司(芒果tv)

1、企业发展简况分析

2、企业运营情况分析

3、芒果tv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、乐视网信息技术(北京)股份有限公司(乐视视频)

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

三、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

四、暴风集团股份有限公司(暴风影音)

1、企业发展简况分析

2、企业运营情况分析

3、暴风影音服务分析

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

五、哔哩哔哩有限公司(哔哩哔哩)

1、企业发展简况分析

2、企业运营情况分析

3、哔哩哔哩服务分析

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

第三节 中国网络视频第三梯队企业运营分析

一、酷溜网(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、北京风行在线技术有限公司(风行网)

1、企业发展简况分析

2、企业运营情况分析

3、风行网服务分析

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、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、56网服务分析

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

四、深圳天天看看信息技术有限公司(天天看看)

1、企业发展简况分析

2、企业运营情况分析

3、天天看看服务分析

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 2026-2031年网络视频行业前景及趋势预测

第一节 2026-2031年网络视频市场发展前景

一、2026-2031年网络视频市场发展潜力

二、2026-2031年网络视频市场发展前景展望

三、2026-2031年网络视频细分行业发展前景分析

第二节 2026-2031年网络视频市场发展趋势预测

一、2026-2031年网络视频行业发展趋势

二、2026-2031年网络视频市场规模预测

三、2026-2031年网络视频行业应用趋势预测

四、2026-2031年细分市场发展趋势预测

第三节 2026-2031年中国网络视频行业供需预测

一、2026-2031年中国网络视频行业供给预测

二、2026-2031年中国网络视频用户规模预测

三、2026-2031年中国网络视频投资规模预测

四、2026-2031年中国网络视频行业需求预测

五、2026-2031年中国网络视频行业供需平衡预测

第十一章 2026-2031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 2026-2031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 2026-2031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 2026-2031年网络视频行业面临的困境及对策

第一节 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

第二节 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

第三节 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 对中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、中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、2021-2026年网络视频行业投资战略

二、2026-2031年网络视频行业投资战略

三、2026-2031年细分行业投资战略

第十四章 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 中道泰和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：2021-2026年中国网络视频行业相关专利

图表：2021-2026年网络视频设备行业经营效益分析

图表：2021-2026年中国网络视频行业盈利能力分析

图表：2021-2026年中国网络视频行业运营能力分析

图表：2021-2026年中国网络视频行业偿债能力分析

图表：2021-2026年中国网络视频行业发展能力分析

图表：2026-2031年网络视频行业市场规模预测

图表：2026-2031年网络视频行业营业收入预测

图表：2026-2031年中国网络视频行业供给预测

图表：2026-2031年中国网络视频投资规模预测

图表：2026-2031年中国网络视频企业数量预测

图表：2026-2031年中国网络视频行业需求预测

图表：2026-2031年中国网络视频行业供需平衡预测

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

报告编号：1940

本文地址：https://www.51baogao.cn/hulianwang/200912251940.shtml

在线订购：点击这里