

# 2024-2030年中国网络视频行业市场发展潜力及投资策略研究报告

报告大纲

智研咨询

[www.chyxx.com](http://www.chyxx.com)

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国网络视频行业市场发展潜力及投资策略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/202110/979631.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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。

## 二、报告目录及图表目录

智研咨询发布的《2024-2030年中国网络视频行业市场发展潜力及投资策略研究报告》共七章。首先介绍了网络视频行业市场发展环境、网络视频整体运行态势等，接着分析了网络视频行业市场运行的现状，然后介绍了网络视频市场竞争格局。随后，报告对网络视频做了重点企业经营状况分析，最后分析了网络视频行业发展趋势与投资预测。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。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

### 第1章 中国网络视频行业概述

#### 1.1 网络视频行业的界定

##### 1.1.1 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

##### 1.1.2 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

#### 1.2 网络视频行业特性分析

##### 1.2.1 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

##### 1.2.2 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

##### 1.2.3 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
- 1.2.4 网络视频行业特性
  - (1) 周期性
  - (2) 区域性
  - (3) 季节性
- 1.3 报告研究单位与研究方法
  - 1.3.1 研究单位介绍
  - 1.3.2 研究方法概述

## 第2章 中国网络视频行业发展分析

- 2.1 全球网络视频行业发展状况
  - 2.1.1 国际网络视频行业发展分析
    - (1) 国际网络视频用户规模
    - (2) 国际网络视频市场规模
  - 2.1.2 美国网络视频市场发展分析
    - (1) 美国网络视频用户规模
    - (2) 美国网络视频市场规模
  - 2.1.3 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
- 2.2 中国网络视频行业波特五力模型分析
  - 2.2.1 潜在进入者的威胁
  - 2.2.2 替代产品的威胁
  - 2.2.3 买方的讨价还价能力
  - 2.2.4 供应商的讨价还价能力
  - 2.2.5 现有竞争者的竞争能力
- 2.3 中国网络视频行业发展状况
  - 2.3.1 中国网络行业发展概况
    - (1) 互联网网民规模
    - (2) 互联网应用状况分析
  - 2.3.2 中国网络视频市场环境分析

- (1) 政策环境分析
- (2) 经济环境分析
- (3) 社会环境分析
- (4) 技术环境分析

### 2.3.3 中国网络视频版权环境分析

#### (1) 当前网络视频行业版权困局现状

- 1) 侵权盗版行为仍然普遍
- 2) 版权诉讼案件增加
- 3) 版权价格攀升
- 4) 版权运营模式不清

#### (2) 网络视频行业版权之困的根本原因分析

#### (3) 网络视频行业版权对策

### 2.3.4 中国网络视频行业发展分析

#### (1) 中国网络视频用户规模

#### (2) 中国网络视频市场规模

#### (3) 中国网络视频行业竞争格局

#### (4) 中国网络视频行业市场化水平

### 2.3.5 中国网络视频行业热点事件盘点

#### (1) 运营商集体上市，视频行业进入市场化时代

#### (2) 流量变现初见成效，多元化经营成趋势

#### (3) 版权纷争不断，自律加政策促使市场规范化

### 2.4 中国网络视频行业发展趋势分析

#### 2.4.1 中国网络视频行业趋势预测展望

#### 2.4.2 中国网络视频发展特点及趋势分析

- (1) 网络视频呈现“长视频”和“微视频”两种发展方向
- (2) 网络视频媒体开始具有“新闻媒体”资质
- (3) 视频网站的广告营销方式更加侧重于技术性创新
- (4) 高清是网络视频行业形成新的增长点的技术关键
- (5) 5G手机媒体将成为视频网络的延伸战场
- (6) 资本市场将改变网络视频媒体的竞争格局

## 第3章 中国网络视频行业用户行为调研

### 3.1 中国网络视频行业用户属性分析

#### 3.1.1 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
- 3.1.2 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
- 3.2 中国网络视频行业用户使用行为分析
  - 3.2.1 网络视频用户的网络接入
    - (1) 宽带接入比例
    - (2) 宽带速率
  - 3.2.2 网络视频用户的终端设备
  - 3.2.3 网络视频使用频率
  - 3.2.4 网络视频使用时间
  - 3.2.5 网络视频收看方式
  - 3.2.6 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
      - 1) 用户获知新电影的媒体渠道
      - 2) 用户获知新上映电影的网络渠道
      - 3) 用户观看新电影的媒体消费习惯
    - (3) 用户观看热播剧的媒体消费习惯
- 3.3 中国网络视频用户分享与上传行为分析
  - 3.3.1 用户分享行为比例
  - 3.3.2 用户视频内容分享途径
  - 3.3.3 用户上传内容比例
  - 3.3.4 用户上传原创内容比例
- 3.4 中国网络视频付费用户分析
  - 3.4.1 网络视频用户付费意愿
  - 3.4.2 网络视频付费用户内容需求

## 第4章 中国网络视频运营商经营分析

- 4.1 中国网络视频运营商总体概况
  - 4.1.1 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

#### 4.1.2 网络视频运营商总体发展分析

#### 4.2 中国视频分享类运营商经营分析

##### 4.2.1 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

##### 4.2.2 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

##### 4.2.3 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

##### 4.2.4 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) 企业经营情况分析
- (3) 56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

##### 4.2.5 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
- 4.3 中国P2P流媒体（网络电视）运营商经营分析
  - 4.3.1 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
  - 4.3.2 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
  - 4.3.3 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
  - 4.3.4 上海众源网络有限公司（PPStream）
    - (1) 企业发展简况分析
    - (2) 企业经营情况分析
    - (3) PPStream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
  - 4.3.5 北京时越网络技术有限公司（UUSee）
    - (1) 企业发展简况分析
    - (2) 企业经营情况分析
    - (3) UUSee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

#### 4.3.6 北京高维视讯科技有限公司 ( Mysee )

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) Mysee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

#### 4.3.7 以太新世纪国际传媒技术 ( 北京 ) 有限公司 ( 泥巴网 )

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 泥巴网视频服务分析

(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

#### 4.3.8 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) 企业经营情况分析

(3) 迅雷看看视频服务分析

(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

#### 4.4 中国非分享视频点播类运营商经营分析

##### 4.4.1 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

##### 4.4.2 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
- 4.4.3 激动网络有限公司（激动网）
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业经营情况分析
  - (3) 激动网视频服务分析
  - (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
- 4.4.4 北京捷报互动科技有限公司（捷报在线）
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业经营情况分析
  - (3) 捷报在线视频服务分析
  - (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
- 4.4.5 宁波成功多媒体通信有限公司（九州梦网）
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业经营情况分析
  - (3) 九州梦网视频服务分析
  - (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
- 4.4.6 上海优度宽带科技有限公司（优度宽频）
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业经营情况分析
  - (3) 优度宽频视频服务分析
  - (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
- 4.4.7 北京优朋普乐科技有限公司（优朋普乐）
  - (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业经营情况分析

- (3) 优朋普乐视频服务分析
  - (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
- 4.4.8 第一视频通信传媒有限公司（第一视频）

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 第一视频视频服务分析
- (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

#### 4.5 中国传统门户类平台运营商经营分析

##### 4.5.1 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

##### 4.5.2 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5章 中国网络视频行业盈利模式分析

### 5.1 中国网络视频行业产业链分析

#### 5.1.1 网络视频行业产业链结构

#### 5.1.2 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

### 5.1.3 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

## 5.2 中国网络视频行业盈利模式分析

### 5.2.1 网络视频行业内容模式：原创+正版

### 5.2.2 网络视频行业技术模式：点播+直播

### 5.2.3 网络视频行业盈利模式类型

(1) 个人付费模式

1) 用户付费点播

2) 无线增值服务

(2) 企业付费模式

1) 免费观看+广告分成

2) 创意营销

3) 视频技术服务

(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

## 5.3 中国网络视频主要细分领域盈利模式分析

### 5.3.1 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

### 5.3.2 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

### 5.3.3 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

#### 5.4 中国网络视频运营战略分析

##### 5.4.1 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

##### 5.4.2 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

#### 5.5 中国网络视频行业盈利模式发展趋势分析

##### 5.5.1 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5G流媒体市场服务

##### 5.5.2 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6章 中国网络视频行业细分业务分析

#### 6.1 中国网络视频业务类别概述

##### 6.1.1 网络视频基础服务

(1) 互联网视频基础服务

1) 网络高清视频服务

2) 网络标清视频服务

3) 网络超清播放服务

4) 个人TV服务

## 5) 企业TV服务

- (2) 手机电视基础服务
- (3) 网络视频版权分销服务

## 6.1.2 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

## 6.2 中国网络视频广告业务分析

### 6.2.1 网络视频广告的兴起

### 6.2.2 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

### 6.2.3 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

### 6.2.4 网络视频广告的特征与优势

### 6.2.5 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

### 6.2.6 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

#### 1) 网络视频广告收入规模

#### 2) 网络视频广告收入构成分析

- (3) 各厂商网络视频广告收入竞争格局分析

### 6.2.7 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

## 6.2.8 网络视频广告趋势预测展望

- (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

## 6.3 中国网络高清视频业务分析

### 6.3.1 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

### 6.3.2 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

### 6.3.3 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

### 6.3.4 网络高清视频发展存在的问题

### 6.3.5 网络高清视频发展趋势分析

## 第7章 中国网络视频行业投资分析

### 7.1 中国网络视频行业投资特性分析

#### 7.1.1 网络视频行业进入壁垒

- (1) 行业准入壁垒
- (2) 资金壁垒
- (3) 技术壁垒

#### 7.1.2 网络视频行业市场供求分析

- (1) 网络视频行业市场供求状况
- (2) 影响供给变动的因素分析
- (3) 影响需求变动的因素分析

#### 7.1.3 网络视频行业投资环境分析

- (1) 网络视频行业投资兼并与重组事件
- (2) 网络视频行业投资兼并与重组动向
- (3) 网络视频网站投资时期分布

## 7.2 中国网络视频行业发展影响因素分析

### 7.2.1 有利因素分析

- (1) 互联网和5G手机用户规模庞大、增长迅速
- (2) 网络基础设施的建设日益完善
- (3) 政策支持
- (4) 技术进步
- (5) 网络视频广告市场繁荣

### 7.2.2 不利因素分析

- (1) 影视剧版权因素
- (2) 网络带宽因素
- (3) 法律制度建设相对落后

## 7.3 中国网络视频行业投资机会与风险分析

### 7.3.1 网络视频行业投资机会分析

### 7.3.2 网络视频行业投资前景分析

- (1) 行业监管和产业政策风险
- (2) 宏观经济波动风险
- (3) 市场竞争风险
- (4) 版权诉讼风险
- (5) 用户偏好发生变化风险

## 7.4 中国网络视频行业投资建议

### 7.4.1 网络视频行业可投资方向

### 7.4.2 网络视频行业投资建议

## 图表目录

图表1：传统电视与网络视频的比较

图表2：网络视频行业监管体制

图表3：2023年美国每周观看网络视频人口比率（12岁以上）（单位：%）

图表4：2023年中国网民规模与普及率（单位：万人，%）

图表5：2023年各类网络应用使用率（单位：万人，%）

图表6：2023年中国网络视频用户规模及渗透率（单位：万人，%）

图表7：2023年中国网络视频市场规模及增长率（单位：亿元，%）

图表8：2023年网络视频用户性别分布（单位：%）



图表9：2023年网络视频用户年龄分布（单位：%）

图表10：2023年网络视频用户学历分布（单位：%）

图表11：2023年网络视频用户职业分布（单位：%）

图表12：2023年网络视频用户收入分布（单位：%）

图表13：2023年网络视频用户城乡分布（单位：%）

图表14：2023年网络视频用户宽带接入比例（单位：%）

图表15：2023年网络视频用户宽带接入速率（单位：%）

图表16：2023年网络视频用户终端设备使用情况（单位：%）

图表17：2023年网络视频用户上网看视频的频率（单位：%）

图表18：2023年网络视频用户平均每周访问时长（单位：%）

图表19：2023年网络视频用户收看视频的途径（单位：%）

图表20：2023年网络视频用户收看视频的方式（单位：%）

图表21：2023年网络视频用户收看的视频节目类型（单位：%）

图表22：2023年网络视频用户了解新上映影片的渠道（单位：%）

图表23：2023年网络视频用户上网了解新上映影片的途径（单位：%）

图表24：2023年网络视频用户收看新电影的媒体使用习惯（单位：%）

图表25：2023年网络视频用户收看热播剧的媒体使用习惯（单位：%）

图表26：2023年网络视频用户视频分享比例（单位：%）

图表27：2023年网络视频用户视频分享途径（单位：%）

图表28：2023年网络视频用户上传视频比例（单位：%）

图表29：2023年网络视频用户上传原创视频比例（单位：%）

图表30：2023年网络视频用户付费意愿（单位：%）

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202110/979631.html>