



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2018年中国网络视频行业 市场深度分析与投资前景预测报 告

一、调研说明

《2013-2018年中国网络视频行业市场深度分析与投资前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/23732/>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

2012年底，中国网络视频用户达到3.72亿，较上年底增加了4653万人，增长率为14.3%。网民中上网收看视频的用户比例较上年底提升了2.5个百分点，达到65.9%。2012年中国网络视频市场广告收入为88.3亿元人民币，较2011年增长82.7%，市场保持较稳定的发展。网络视频市场主要呈现出广告模式丰富、自制内容加速、终端多元化发展三个特点。

同时，在国家"十二五"规划和产业结构调整的大方针下，网络视频面临巨大的市场投资机遇，行业有望迎来新的发展契机。

艾凯咨询集团发布的《2013-2018年中国网络视频行业市场深度分析与投资前景预测报告》共十四章。首先介绍了网络视频相关概述、中国网络视频市场运行环境等，接着分析了中国网络视频市场发展的现状，然后介绍了中国网络视频重点区域市场运行形势。随后，报告对中国网络视频重点企业经营状况分析，最后分析了中国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。

第一章 网络视频的相关介绍

1.1 网络视频的概念

1.1.1 网络视频的定义

1.1.2 网络视频媒体类型及特点

1.1.3 网络视频媒体的功能形态特征

1.1.4 网络视频媒体的优点

1.2 网络视频格式介绍

1.2.1 影音文件的三种格式

1.2.2 流媒体文件的四种格式

1.2.3 其他视频格式

1.3 网络视频的播放方式

1.3.1 视频下载

1.3.2 在线点播

- 1.3.3 视频轮播
- 1.3.4 视频直播
- 1.3.5 视频搜索

第二章 2012-2013年国际网络视频产业的发展

- 2.1 2012-2013年国际网络视频产业监管状况分析
- 2.2 北美
- 2.3 欧洲
- 2.4 亚太

第三章 2012-2013年中国网络视频产业分析

- 3.1 中国网络视频产业整体态势
- 3.2 2010-2013年中国网络视频产业运行分析
- 3.3 2012-2013年网络视频产业链分析
- 3.4 2012-2013年中国网络视频商业运行模式分析
- 3.5 2012-2013年中国网络视频营销概况

第四章 2012-2013年视频分享行业分析

- 4.1 2012-2013年视频分享行业发展状况
 - 4.1.1 视频分享产业环境分析
 - 4.1.2 中国视频分享网站发生巨变
 - 4.1.3 视频分享月度覆盖用户情况
 - 4.1.4 我国视频分享网站力求转型突围
- 4.2 视频分享网站的主要发展模式
 - 4.2.1 UGC模式
 - 4.2.2 传统合作模式
 - 4.2.3 兼容并包模式
- 4.3 中国主流视频分享网站的对比分析
 - 4.3.1 首页格局与加载速度对比分析
 - 4.3.2 播放页对比分析
 - 4.3.3 搜索功能对比分析
 - 4.3.4 观看质量对比分析

- 4.3.5 视频发布比较分析
- 4.3.6 客户端工具比较分析
- 4.3.7 综合比较分析
- 4.4 视频分享网站发展建议
 - 4.4.1 视频分享网的几种推广手段
 - 4.4.2 视频分享网站应建立利益刺激机制
 - 4.4.3 视频分享网站需要加强自律

第五章 2012-2013年P2P流媒体播放平台的发展

- 5.1 P2P流媒体概述
 - 5.1.1 P2P与P2P流媒体的定义
 - 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 2012-2013年P2P流媒体发展总体分析
 - 5.2.1 P2P流媒体市场的三个发展阶段
 - 5.2.2 中国P2P流媒体产业发展环境分析
 - 5.2.3 中国P2P流媒体市场发展概况
 - 5.2.4 P2P流媒体的发展战略
- 5.3 P2P流媒体厂商类型
 - 5.3.1 技术流族
 - 5.3.2 原创族
 - 5.3.3 拉帮派
 - 5.3.4 增值服务型
 - 5.3.5 另类派
 - 5.3.6 其他厂商
- 5.4 P2P网络电视
 - 5.4.1 中国P2P网络电视发展现状
 - 5.4.2 P2P网络电视的制胜原因
 - 5.4.3 P2P网络电视面临的挑战
 - 5.4.4 P2P网络电视内容监管难题及对策

- 5.4.5 P2P网络电视业发展趋势展望
- 5.5 中国P2P网络电视主要运营产品比较分析
 - 5.5.1 PPLive
 - 5.5.2 PPStream
 - 5.5.3 UUSee
 - 5.5.4 QQLive

第六章 2012-2013年其它类型的网络视频播放平台分析

- 6.1 视频点播
 - 6.1.1 视频点播技术及其比较分析
 - 6.1.2 视频点播行业受众行为研究
 - 6.1.3 中国在线视频点播网站发展历程
 - 6.1.4 网络电影的发展前景与对策分析
- 6.2 视频搜索
 - 6.2.1 视频搜索的定义与分类
 - 6.2.2 国内重点网络视频搜索引擎介绍
 - 6.2.3 视频搜索市场发展概况与面临的挑战
 - 6.2.4 中国专业视频搜索应运而生
 - 6.2.5 运营商掘金视频搜索市场的相关建议
 - 6.2.6 网络视频搜索市场发展趋势

第七章 2012-2013年网络视频广告产业状况

- 7.1 网络视频广告概述
 - 7.1.1 网络视频广告各类形式简介
 - 7.1.2 网络视频广告的价值研究
 - 7.1.3 中国网络视频广告的计费模式
 - 7.1.4 有效视频广告特点
 - 7.1.5 网络视频广告较传统广告的四大变化
- 7.2 2012-2013年国际网络视频广告的发展
 - 7.2.1 欧洲网络视频广告点击率一路攀升
 - 7.2.2 法国网络视频广告将步入快速增长期
 - 7.2.3 美国网络视频广告发展状况

- 7.2.4 美国网络视频广告市场发展趋势预测
- 7.3 2012-2013年中国网络视频广告的发展
 - 7.3.1 中国网络视频广告市场综述
 - 7.3.2 2011年中国网络视频广告市场发展状况
 - 7.3.3 2012年中国网络视频广告市场分析
 - 7.3.4 2013年中国网络视频广告市场概况
 - 7.3.5 中国网络视频广告产业亟需权威监测机构
 - 7.3.6 国内网络视频广告市场拥有巨大潜力
- 7.4 2012-2013年网络视频广告的市场需求和消费分析
 - 7.4.1 广告商对网络视频广告的需求情况
 - 7.4.2 广告商对投放网络视频广告的需求
 - 7.4.3 广告商对网络视频广告不感兴趣的主要原因
 - 7.4.4 网络视频广告对受众消费行为的影响
 - 7.4.5 网络视频用户对视频广告接受情况
- 7.5 网络视频广告的未来发展建议
 - 7.5.1 对视频网站的建议
 - 7.5.2 对营销商的建议
 - 7.5.3 对广告主的建议
 - 7.5.4 对广告公司的建议

第八章 2012-2013年中国网络视频用户调查分析

- 8.1 网络视频用户基本特征分析
 - 8.1.1 性别结构
 - 8.1.2 年龄结构
 - 8.1.3 学历结构
 - 8.1.4 职业结构
 - 8.1.5 收入结构
 - 8.1.6 城乡结构
- 8.2 网络视频用户的使用行为解析
 - 8.2.1 网络视频用户的带宽接入情况
 - 8.2.2 网络视频用户使用的终端设备
 - 8.2.3 用户对网络视频的使用频率

- 8.2.4 网络视频用户花费的时间
- 8.2.5 网络视频用户的收看方式
- 8.2.6 用户对网络视频的内容选择
- 8.3 用户对网络视频的分享与上传情况
 - 8.3.1 用户分享行为比例
 - 8.3.2 用户视频内容分享途径
 - 8.3.3 用户上传内容比例
 - 8.3.4 用户上传原创内容比例
- 8.4 网络视频广告用户体验情况
 - 8.4.1 用户对网络视频广告的印象
 - 8.4.2 用户对网络视频广告接受度
 - 8.4.3 网络视频用户广告点击率
- 8.5 网络视频用户的付费行为分析
 - 8.5.1 网络视频用户的付费意愿
 - 8.5.2 网络视频付费用户的内容需求
- 8.6 高清网络视频用户调查分析
 - 8.6.1 用户需求状况
 - 8.6.2 用户特征
 - 8.6.3 用户使用频率
 - 8.6.4 用户使用满意度

第九章 2012-2013年网络视频的应用领域分析

- 9.1 网络视频监控
- 9.2 网络视频会议
- 9.3 网络视频购物
- 9.4 其他应用领域

第十章 2012-2013年网络视频盈利分析

- 10.1 视频网站主要盈利模式
 - 10.1.1 网络广告
 - 10.1.2 移动增值服务
 - 10.1.3 视频搜索

- 10.2 视频网站盈利综合分析
 - 10.2.1 国内视频网站盈利模式的派别分类
 - 10.2.2 视频网站纷纷变更盈利模式探寻出路
 - 10.2.3 中国网络视频行业进入多点盈利时代
 - 10.2.4 中国视频网站面临的盈利困境
- 10.3 2012-2013年视频网站对盈利新模式的探索动态
- 10.4 视频网站实现盈利的措施与建议

第十一章 2012-2013年网络视频产业竞争分析

- 11.1 2012-2013年网络视频产业竞争现状
 - 11.1.1 中国网络视频行业的三股力量分析
 - 11.1.2 三网融合大势下网络视频行业的竞争环境解析
 - 11.1.3 中国网络视频产业呈现竞合局势
 - 11.1.4 中国网络视频行业的三大争端
 - 11.1.5 网络视频竞争形势发生变化
- 11.2 2012-2013年网络视频产业的具体竞争格局
 - 11.2.1 网络视频产业战略集团的划分
 - 11.2.2 视频分享类网站竞争格局
 - 11.2.3 视频点播类网站竞争格局
 - 11.2.4 P2P播放平台竞争格局
 - 11.2.5 视频搜索企业竞争格局
- 11.3 网络视频企业竞争策略
 - 11.3.1 网络视频的竞争决胜点
 - 11.3.2 "快者为王"是网络视频行业竞争制胜法则
 - 11.3.3 优化内容是提高网络视频核心竞争力的根本
 - 11.3.4 视频网站需要以差异化战略提升竞争力
- 11.4 视频网站的竞争发展走向分析
 - 11.4.1 各类型视频网站未来生存空间分析
 - 11.4.2 专业视频网站仍将是网络视频市场的主流
 - 11.4.3 不同类型的网络视频服务将走向趋同性竞争
 - 11.4.4 立体式运营将会成为视频网站竞争的核心
 - 11.4.5 视频新规将影响视频产业竞争格局

第十二章 2012-2013年中国网络视频产业的问题与发展对策

12.1 网络视频产业面临的问题和挑战

12.1.1 网络视频行业存在的两大突出问题

12.1.2 网络视频的未来发展具有不确定性

12.1.3 我国网络视频行业发展面临的挑战

12.1.4 网络视频价值测量体系还不健全

12.1.5 国内网络视频业存在四大硬伤

12.2 网络视频版权问题分析

12.2.1 版权成为网络视频产业发展的重大问题

12.2.2 中国网络视频版权问题继续升温

12.2.3 中国网络视频版权呈现"三重门"现象

12.2.4 网络视频内容版权保护的相关思考

12.2.5 成本和控制力成解决版权的关键点

12.3 网络视频产业发展策略

12.3.1 网络视频企业的市场破局之道

12.3.2 我国网络视频行业发展建议

12.3.3 视频网站的内容整合策略分析

12.3.4 网络视频产业发展需要宽松的政策环境和有效的保障机制

12.3.5 西欧宽带视频业务发展带给中国的启示

第十三章 网络视频产业投资与趋势分析

13.1 网络视频产业的投资潜力

13.1.1 网络视频行业发展的三大动力

13.1.2 网络视频产业面临良好政策环境

13.1.3 网络视频将成为互联网领域投资热点

13.2 网络视频产业的投资动态及风险

13.2.1 网络视频行业成为融资热点

13.2.2 百度网络视频公司获大笔风投注资

13.2.3 爆米花网转型短视频获巨额投资

13.2.4 网络视频受轻资产投资者青睐

13.2.5 门户网站进入视频分享领域面临两大风险

- 13.3 网络视频产业的发展预测
 - 13.3.1 2013-2018年中国网络视频行业发展预测
 - 13.3.2 未来我国互联网视频行业的发展趋势
 - 13.3.3 解析未来网络视频市场发展特点
 - 13.3.4 网络视频应用的六大方向

第十四章 2012-2013年主要视频网站分析

- 14.1 YouTube
 - 14.1.1 网站介绍
 - 14.1.2 竞争力分析
- 14.2 CNTV (中国网络电视台)
 - 14.2.1 网站简介
 - 14.2.2 竞争力分析
- 14.3 优酷土豆
 - 14.3.1 网站简介
 - 14.3.2 竞争力分析
- 14.4 酷6网
 - 14.4.1 网站简介
 - 14.4.2 竞争力分析
- 14.5 乐视网
 - 14.5.1 网站简介
 - 14.5.2 竞争力分析
- 14.6 激动网
 - 14.6.1 网站简介
 - 14.6.2 竞争力分析
- 14.7 奇艺网
 - 14.7.1 网站简介
 - 14.7.2 竞争力分析
- 14.8 悠视网
 - 14.8.1 网站简介
 - 14.8.2 竞争力分析
- 14.9 天线视频 (OpenV)

14.9.1 网站简介

14.9.2 竞争力分析

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/23732/>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法

6、定性分析与定量分析方法

7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。