



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2022-2027年中国网络视频行业市场深度评估及发展前景预测报告

# 一、调研说明

《2022-2027年中国网络视频行业市场深度评估及发展前景预测报告》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/360188.html>

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](mailto: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

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分析

### 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) 企业经营情况分析

#### (3) 企业经营优劣势分析

### 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) 企业经营情况分析

#### (3) 企业经营优劣势分析

### 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) 企业经营优劣势分析

### 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) 企业经营优劣势分析

### 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) 企业经营优劣势分析

## 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) 企业经营情况分析

#### (3) 企业经营优劣势分析

### 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) 企业经营优劣势分析

#### 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) 企业经营优劣势分析

#### 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) 企业经营优劣势分析
- (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) 企业经营优劣势分析

#### 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) 企业经营优劣势分析

#### 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) 企业经营优劣势分析

#### 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) 企业经营优劣势分析

#### 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) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

##### 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) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

#### 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) 企业经营优劣势分析

#### 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) 企业经营优劣势分析

#### 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) 企业经营优劣势分析

#### 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) 企业经营优劣势分析

#### 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) 企业经营优劣势分析

#### 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) 企业经营优劣势分析

#### 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) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

##### 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) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

## 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3：2021年美国每周观看网络视频人口比率（12岁以上）（单位：%）

图表4：2021年中国网民规模与普及率（单位：万人，%）

图表5：2021年各类网络应用使用率（单位：万人，%）

图表6：2021年中国网络视频用户规模及渗透率（单位：万人，%）

图表7：2021年中国网络视频市场规模及增长率（单位：亿元，%）

图表8：2021年网络视频用户性别分布（单位：%）

图表9：2021年网络视频用户年龄分布（单位：%）

图表10：2021年网络视频用户学历分布（单位：%）

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/360188.html>

### 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](http://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。