



艾凯咨询
ICAN Consulting

2007—2008年中国网络视频 行业兼并（并购）重组及行业竞 争力决策分析市场分析及发展趋

一、调研说明

《2007—2008年中国网络视频行业兼并（并购）重组及行业竞争力决策分析市场分析及发展趋》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/42225.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

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

第一章 研究概述	- 13 -
第一节 研究背景	- 14 -
第二节 研究内容	- 15 -
第三节 研究方法	- 17 -
第四节 市场竞争力指标体系	- 18 -
第二章 2006—2007年全球网络视频发展现状	- 20 -
第一节 全球网络视频行业发展特征	- 20 -
一、技术先行：P2P流媒体趋于成熟	- 20 -
二、内容多样：传统内容vs个人娱乐	- 20 -
三、定位差异：搜索—社区—门户齐上阵	- 20 -
第二节 全球网络视频行业竞争格局分析	- 22 -
一、欧美	- 22 -
1. 网络视频市场规模快速增长	- 22 -
2. 网络视频用户规模大幅增加	- 23 -
3. 网络视频女性用户比例逐渐提升	- 24 -
二、韩国	- 25 -
三、日本	- 25 -
第三章 中国网络视频行业的现状分析	- 27 -
第一节 中国网络视频行业的发展概述	- 27 -
一、网络视频发展历史简述	- 27 -
二、网络视频主流技术分析	- 27 -
一) 流媒体技术概念	- 28 -
二) 流媒体关键技术分析	- 28 -
三) 系统主要工作流程	- 29 -
1、现场直播	- 29 -
2、新闻录制	- 29 -
3、网络存储	- 29 -

4、数字化	- 29 -
5、虚拟数字演播室	- 29 -
三、运作模式分析	- 30 -
一) 网络视频的技术模式	- 30 -
二) 网络视频的内容组织和版权保护	- 31 -
三) 网络视频的用户模式	- 31 -
四) 网络视频的利润分配	- 31 -
三、服务内容分析	- 32 -
第二节 2005—2007年中国网络视频厂商投资现状分析	- 34 -
一、中国网络视频市场规模分析	- 34 -
二、网络视频固定资产投资情况分析	- 35 -
一) 互联网视频网站发展面临的困境	- 35 -
二) 风险投资成为网络视频行业资金来源主渠道	- 36 -
1、Sutter Hill、Farallon、成为创业共同投资优酷	- 37 -
2、晨兴投资泥巴网	- 37 -
3、我乐网融资	- 37 -
4、泰国正大投资哦哟视频	- 38 -
5、大中华娱乐传媒投资华聚网	- 38 -
6、SBCVC与BlueRun投资PPLive	- 38 -
7、GGV、集富亚洲、IDGVC共同投资土豆网	- 38 -
8、联创策源投资六间房	- 38 -
9、SAIF、合投资银河台	- 38 -
10、Farallon、成为投资优酷	- 38 -
11、SBCVC投资Rox	- 39 -
12、联创策源投资PPStream	- 39 -
13、Sequoia、SIG投资UUSEE	- 39 -
14、北极光投资Mysee	- 39 -
15、智碁创投、联创策源投资源泉	- 39 -
16、合投资银河台	- 39 -
17、Accel、DCM、联想共同投资UUME	- 39 -
18、IDGVC投资土豆网	- 39 -
19、SBCVC投资PPLive	- 40 -

20、IDGVC与网通投资天天在线	- 40 -
21、远东控股投资Mysee	- 40 -
三) 网络视频网站投资热度下降	- 40 -
三、中国网络视频盈利情况分析	- 42 -
一) 网络视频盈利模式选择	- 42 -
二) 网络视频行业存在的问题	- 43 -
1、模式不清晰	- 43 -
2、成本压力大	- 43 -
3、昂贵的用户体验	- 43 -
第三节 中国网络视频行业运行情况分析	- 44 -
一、中国网络视频行业主要业务分析	- 44 -
二、中国网络视频行业的供给结构分析	- 45 -
三、中国网络视频行业的需求结构分析	- 46 -
第四章 中国网络视频业务开展类型	- 48 -
第一节 视频分享类平台分析	- 48 -
一、我乐网 (http://www.56.com)	- 48 -
二、土豆网 (http://www.tudou.com)	- 48 -
三、青娱乐 (http://www.qyule.com)	- 49 -
四、Mofile (http://www.mofile.com)	- 49 -
五、BOBO网 (http://www.bobo.com.cn)	- 50 -
第二节 电信运营商类平台分析	- 51 -
一、中国电信	- 51 -
二、中国联通	- 51 -
三、中国移动	- 52 -
四、中国卫通	- 52 -
五、中国铁通	- 53 -
六、中国网通	- 53 -
第三节 电视机构类平台分析	- 55 -
第四节 门户类平台分析	- 56 -
一、新浪(SINA)	- 56 -
二、搜狐(SOHU)	- 56 -

三、 网易	- 57 -
四、 TOM	- 58 -
第五节 P2P流媒体类平台分析	- 59 -
一、 PPLive	- 59 -
二、 PPstream	- 59 -
三、 UUsee	- 59 -
四、 沸点网络电视	- 59 -
第六节 垂直视频搜索类平台分析	- 60 -
一、 百度视频搜索	- 60 -
二、 爱问视频搜索	- 60 -
三、 OpenV视频搜索	- 60 -
四、 TVix视频搜索	- 60 -
第五章 中国网络视频投资环境分析	- 61 -
第一节 政策	- 61 -
一、 广电总局清理网络电视	- 61 -
二、 icp和isp管理体制	- 62 -
三、 多部委协同规范网络视频市场	- 62 -
第二节 行业利润	- 63 -
一、 技术保证利润	- 63 -
二、 网络视频设备利润丰厚	- 63 -
第三节 行业风险	- 64 -
一、 内容不良导致被整风的风险	- 64 -
二、 网络安全风险	- 64 -
三、 风险投资基金谨慎态度	- 64 -
第四节 版权	- 65 -
第六章 影响网络视频发展的主要因素分析	- 66 -
第一节 网络视频技术	- 66 -
一、 安全问题	- 66 -
二、 服务质量不容易保证	- 66 -
三、 技术标准不统一	- 66 -

第二节 基础设施 - 67 -

第三节 消费者意识 - 68 -

第四节 产业政策 - 70 -

一、政策趋势 - 70 -

二、“三网融合”下的监管难题 - 70 -

三、监管体制分析 - 71 -

第五节 行业壁垒 - 73 -

第六节 信贷政策 - 74 -

第七章 中国网络视频厂商兼并重组现状分析 - 75 -

第一节 网络视频企业兼并重组特点分析及整体趋势分析 - 75 -

一、网络视频企业兼并重组特点分析 - 75 -

一) 传统影视娱乐公司进入网络视频行业 - 75 -

二) 微软加入网络视频竞争。 - 75 -

三) Google、Yahoo等网络巨头在网络视频上不断有新的举措。 - 75 -

二、网络视频行业整体趋势分析 - 75 -

一) 原创内容会逐步增多 - 76 -

二) 市场将重新洗牌 - 76 -

三) 内容服务将呈现垂直化 - 76 -

四) 进一步与传统媒体融合 - 76 -

第二节 中国网络视频兼并重组的障碍 - 77 -

一、政策障碍 - 77 -

二、技术障碍 - 77 -

第八章 国外网络视频企业兼并重组案例分析 - 78 -

第一节 Google并购YouTube - 78 -

一、兼并重组背景与动机分析 - 78 -

一) 兼并重组背景 - 78 -

二) Google的收购动机： - 78 -

二、兼并重组过程分析 - 79 -

三、兼并重组方案与成败经验分析 - 79 -

四、兼并重组整合战略分析 - 80 -

第二节 索尼并购Grouper - 82 -

一、兼并重组背景与动机分析 - 82 -

一) Sony收购动机 - 82 -

1、顺应娱乐业消费发展趋势，拓宽数字在线娱乐领域涉足力度 - 82 -

2、挽救DVD销售的颓势，吸引消费者回流 - 82 -

3、获得平台 - 82 -

二) Grouper的被并购动机 - 82 -

二、兼并重组过程分析 - 83 -

三、兼并重组方案与成败经验分析 - 83 -

四、兼并重组整合战略分析 - 83 -

第三节 默多克的新闻集团并购MySpace - 85 -

一、兼并重组背景与动机分析 - 85 -

一) 新闻集团的并购动机： - 85 -

二) MySpace的被并购动机： - 85 -

二、兼并重组过程分析 - 85 -

三、兼并重组方案与成败经验分析 - 86 -

四、兼并重组整合战略分析 - 86 -

第四节 雅虎收购Jumpcut - 88 -

一、兼并重组背景与动机分析 - 88 -

一) 雅虎的并购动机 - 88 -

二) Jumpcut的被并购动机 - 88 -

二、兼并重组过程分析 - 89 -

三、兼并重组方案与成败经验分析 - 89 -

四、兼并重组整合战略分析 - 89 -

第九章 中国主要网络视频企业主体竞争力分析 - 90 -

第一节 新浪网络视频 - 90 -

一、信息技术竞争力分析 - 90 -

二、市场营销网络分析 - 90 -

三、公司资本运营情况 - 91 -

四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析 - 95 -

第二节 网易网络视频 - 96 -

一、信息技术竞争力分析	- 96 -
二、市场营销网络分析	- 96 -
三、公司资本运营情况	- 96 -
四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 97 -
第三节 搜狐网络视频	- 98 -
一、信息技术竞争力分析	- 98 -
二、市场营销网络分析	- 98 -
三、公司资本运营情况	- 99 -
四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 99 -
第四节 TOM网络视频	- 101 -
一、信息技术竞争力分析	- 101 -
二、市场营销网络分析	- 101 -
三、公司资本运营情况	- 101 -
四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 103 -
第五节 雅虎中国	- 104 -
一、信息技术竞争力分析	- 104 -
二、市场营销网络分析	- 104 -
三、公司资本运营情况	- 104 -
四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 104 -
第六节 土豆网	- 106 -
一、信息技术竞争力分析	- 106 -
二、市场营销网络分析	- 106 -
三、公司资本运营情况	- 106 -
四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 107 -
第七节 青娱乐	- 108 -
一、信息技术竞争力分析	- 108 -
二、市场营销网络分析	- 108 -
三、公司资本运营情况	- 109 -
四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 110 -
第八节 Mofile	- 111 -
一、信息技术竞争力分析	- 111 -
二、市场营销网络分析	- 111 -

三、公司资本运营情况	- 111 -
四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 112 -
第九节 互联星空	- 113 -
一、信息技术竞争力分析	- 113 -
二、市场营销网络分析	- 113 -
三、公司资本运营情况	- 113 -
四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 114 -
第十节 东方宽频	- 115 -
一、信息技术竞争力分析	- 115 -
二、市场营销网络分析	- 115 -
三、公司资本运营情况	- 115 -
四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 116 -
第十一节 凤凰网	- 117 -
一、信息技术竞争力分析	- 117 -
二、市场营销网络分析	- 118 -
三、公司资本运营情况	- 118 -
四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 119 -
第十二节 PPlive	- 120 -
一、信息技术竞争力分析	- 120 -
二、市场营销网络分析	- 120 -
三、公司资本运营情况	- 120 -
四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 121 -
第十三节 PPstream	- 122 -
一、信息技术竞争力分析	- 122 -
二、市场营销网络分析	- 122 -
三、公司资本运营情况	- 122 -
四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 123 -
第十四节 UUsee	- 124 -
一、信息技术竞争力分析	- 124 -
二、市场营销网络分析	- 124 -
三、公司资本运营情况	- 125 -
四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 125 -

第十五节 新传在线	- 127 -
一、信息技术竞争力分析	- 127 -
二、市场营销网络分析	- 127 -
三、公司资本运营情况	- 128 -
四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 128 -
第十六节 Openv	- 129 -
一、信息技术竞争力分析	- 129 -
二、市场营销网络分析	- 129 -
三、公司资本运营情况	- 130 -
四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 130 -
第十七节 天天在线	- 131 -
一、信息技术竞争力分析	- 131 -
二、市场营销网络分析	- 131 -
三、公司资本运营情况	- 131 -
四、公司发展战略分析兼并重组趋势分析	- 131 -
第十章 中国网络视频企业纵向兼并重组机会分析	- 133 -
第一节 网络视频厂商与新闻娱乐的兼并重组机会分析	- 133 -
第二节 网络视频与搜索引擎网站的兼并重组机会分析	- 134 -
第十一章 中国网络视频企业规模性兼并重组机会分析	- 135 -
第一节 中国网络视频发展现状	- 136 -
一、我国网络视频行业发展现状	- 136 -
二、我国网络视频厂商规模性兼并重组机会分析	- 137 -
第二节 中国网络视频行业兼并重组机会	- 139 -
一、网络 and 用户稳步增长，互联网产业初具规模	- 139 -
二、互联网继续渗透到经济和社会活动中	- 140 -
三、互联网应用多样化	- 140 -
四、宽带应用持续快速发展，网络融合趋势日益明显	- 141 -
五、市场准入条件逐步放宽，行业管理日趋规范	- 141 -
第三节 网络视频企业兼并重组机会分析	- 143 -
一、我乐网	- 143 -

二、Timeheart公司 - 144 -

三、奇虎网 - 144 -

四、Xplus - 146 -

第十三章 中国网络视频兼并重组风险分析 - 148 -

第一节 文化风险 - 148 -

第二节 技术风险 - 150 -

第三节 客户流失风险 - 151 -

第四节 战略整合风险 - 151 -

第十四章 中国网络视频兼并重组建议 - 152 -

图表目录索引

图表1：网络视频兼并重组研究内容 - 15 -

图表2：网络视频兼并重组报告研究方法 - 17 -

图表3：2000—2007年美国网络视频广告市场规模变化情况 - 22 -

图表4：2005—2010年美国数字电影内容下载市场规模 - 22 -

图表5：2003—2010年美国网络视频用户规模及其增长率 - 23 -

图表6：美国下载网络视频的成年网民平均年龄比较 - 24 -

图表7：2006—2011年美国网络视频在不同性别网民中的渗透率 - 24 -

图表8：媒体流传输流程 - 28 -

图表9：2001-2008年视频会议市场增长情况 - 32 -

图表10：2006-2010年中国网络视频收入规模及增长率 - 34 -

图表11：2005-2008年中国宽带上网人数增长趋势 - 36 -

图表12：2004-2007年中国网络视频行业融资情况分析 - 36 -

图表13：近年来部分视频网站吸引风险投资情况 - 40 -

图表14：2001-2008年视频会议市场增长情况分析 - 44 -

图表15：2005-2010年中国网络视频用户规模及增长率 - 46 -

图表16：P2P流媒体和视频分享用户结构分析 - 46 -

图表17：2006—2007年国内视频网站视频作品上传量 - 49 -

图表18：截止2007年底国内几大视频网站注册用户量 - 50 -

图表19：中国电信营运商业务种类 - 52 -

图表20：国内门户网站注册用户及日浏览量	- 57 -
图表21：2001—2007年我国网民总数变化情况	- 68 -
图表22：2006年我国专业、拨号以及宽带上网网民数	- 68 -
图表23：2003—2007年我国网民数量与在线影视网民数量对比情况	- 69 -
图表24：业界设想中的IPTV政策主管部门	- 70 -
图表25：IPTV监管政策图表	- 70 -
图表26：截至2007年美国网络视频下载市场份额排名	- 79 -
图表27：新浪股权结构	- 91 -
图表 28：2006—2007年新浪收入增长率	- 92 -
图表 29：2005—2007年新浪毛利率	- 93 -
图表 30：2007年新浪播客浏览量	- 93 -
图表 31：2007年新浪网各频道浏览量	- 94 -
图表 32：2006—2007年网易各季度收入情况 万美元	- 96 -
图表 33：2006—2007年搜狐各业务的收入所占比例	- 99 -
图表34：TOM集团五大业务板块收入比重	- 101 -
图表 35：TOM在线公司2007年第一季度财报主要指标摘录（单位：万美元）	- 102 -
图表 36:2007年TOM在线营业收入季度走势	- 102 -
图表37：土豆网吸引风险投资情况	- 107 -
图表 38：“青娱乐”拥有三大技术优势	- 108 -
图表39：青娱乐宽带多媒体互动平台	- 109 -
图表 40：青娱乐可执行的广告形式	- 109 -
图表41：东方宽频的股本结构	- 116 -
图表42：凤凰网FVR9416S	- 117 -
图表43：凤凰卫视股权结构	- 118 -
图表44：我国网络视频企业融资项目数	- 136 -
图表45：2007—2010年我国网络视频规模及增长率	- 136 -
图表46：中国互联网产业总体趋势	- 139 -
图表 47：我乐网视频内容来源结构	- 143 -
图表 48：2006年11月中华网收购Timeheart的资金来源	- 144 -
图表 49：2007年奇虎网各栏目的流量	- 145 -
图表 50：新数通公司平台服务体系	- 146 -
图表 51：新数通公司技术体系	- 147 -

.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42225.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）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提供投资咨询报告、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。