



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2006-2007年中国网络视频市场 及投资机会研究年度报告

## 一、调研说明

《2006-2007年中国网络视频市场及投资机会研究年度报告》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/42354.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

研究领域：网络视频，P2P网络直播软件，视频分享网站

涉及厂商：PPLIVE、PPStream、悠视网、土豆网、Youtube、我乐网、六间房、我秀、新浪、搜狐等

### 报告推荐

2006年被公认为是网络视频的发展元年，在这一年中，视频节目取代音频节目成为网络播客的主流。《一个馒头引发的血案》、《中国队勇夺世界杯》、张钰事件录像带等视频节目在互联网上迅速流传，其传播速度之快与影响范围之广都让众多网民叹为观止，网络视频作为一种新的媒体正式登台亮相。

虽然爆炸性的节目对视频分享市场的发展功不可没，但是真正推动整体市场发展的力量依然是视频分享网站和众多活跃其间的风投资商。视频分享在海外的高速发展和Youtube的成功案例让国际风险投资商对中国的视频分享市场充满信心，软银、凯雷和IDG等国际知名投资商不同程度地对国内视频分享网站进行投资。

处于发展期的中国网络视频市场将维持高速增长，品牌竞争步入综合实力比拼阶段。竞争的压力驱使主要品牌寻求新的投资，中小品牌生存环境恶化，缺少盈利模式仍然是限制网络视频网站发展的最大障碍。

面对竞争与市场的变化和挑战，《2006-2007年中国网络视频市场及投资机会研究年度报告》，将从以下方面帮助业界网站、投资者、政府监管部门更精确地把握中国网络视频市场发展规律、更深入地梳理细分市场的变迁轨迹——

翔实的市场描述数据，从市场规模、用户数量、投资数量、细分市场、等多个角度刻画网络视频市场年度发展变化，洞察行业发展动向。

精炼主要品牌2006年竞争表现，从细分市场份额、竞争格局、竞争策略评述等多个维度总结企业成败得失，评点市场领先要素。

对未来市场的深度量化预测，就整体和细分市场展开建模回归与专家校验，得出有价值的趋势分析与定量结果。

细分市场的驱动力与阻碍因素，以及用户需求的多维剖析。

报告框架

主要结论

重要发现

## 一、2006年全球网络视频市场概况

### (一) 市场规模与特点

1、2006年市场规模与增长

2、2006年市场特点

3、新技术应用

### (二) 主要国家与地区

1、美国

2、欧洲

## 二、2005-2006年中国网络视频市场概况

### (一) 市场规模与特点

1、2005-2006年市场规模与增长

2、2006年市场特点

### (二) 2006年市场结构分析

1、节目类型结构

2、网站类型结构

3、用户类型结构

### (三) 2005-2006年品牌市场份额分析

1、2005-2006年整体份额

2、2006年市场收入份额

3、2006年用户占有份额

## 三、2007-2011年中国网络视频市场预测

### (一) 2007-2011年中国网络视频市场趋势

1、监管政策

2、服务模式

3、节目类型

(二) 2007-2011年中国网络视频市场规模预测

(三) 2007-2011年中国网络视频市场结构预测

1、节目类型结构

2、网站类型结构

3、用户类型结构

#### 四、细分市场研究/市场影响因素分析

(一) 网络视频直播市场

1、竞争格局

2、驱动力

3、阻碍因素

(二) 网络视频分享市场

1、竞争格局

2、驱动力

3、阻碍因素

(三) 网络视频点播市场

1、竞争格局

2、驱动力

3、阻碍因素

#### 五、中国网络视频市场竞争分析

(一) 整体竞争格局

1、现有厂商间竞争

2、潜在进入者与替代产品

(二) 重点厂商竞争策略分析

1、PPLIVE

2、悠视网

3、土豆网

4、 .....

## 六、中国网络视频用户需求研究

### (一) 品牌倾向

### (二) 使用习惯

### (三) 潜在需求

## 七、2007-2011中国网络视频市场投资机会

### (一) 产业投资价值评价指标

### (二) 产业链细分领域投资价值评价

## 八、建议

## 表目录

网络视频不同发展阶段市场特征对比

2006年中国网络视频网站获融资统计表

2006年中国网络视频服务模式对比

视频分享类网站竞争力综合评比

悠视网2006年市场营销策略列表

优酷网2006年市场营销策略列表

.....

## 图目录

2005-2006年全球网络视频市场规模

2005-2006年美国网络视频市场规模

2004-2006年欧洲网络视频市场规模

2005-2006年中国网络视频市场规模

2006年中国网络视频网站品牌结构

2006年中国网络视频网站节目类型结构

2006年中国网络视频市场竞争格局

2006年中国网络视频用户对节目类型的偏好.....

以上仅为简单目录，欲了解包含页码的详细目录

请与我们联系 010-64986059

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42354.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。