



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国网络视频产业 市场发展前景咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年中国网络视频产业市场发展前景咨询报告》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/97385.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 2008-2009年国际网络视频产业发展状况

第一节 2008-2009年国际网络视频产业发展

- 一、欧美视频网站融资总额
- 二、网络视频引起全球互联网流量猛增
- 三、高速发展的网络视频将给全球带来巨大影响

第二节 2008-2009年国际网络视频产业主要国家

- 一、网络视频在美国的广泛应用
- 二、欧洲各大网络电视运营商开始销售网络视频内容
- 三、英国视频网站发展现状
- 四、韩国使用播客的网民比重不断增加
- 五、百度日本在视频搜索领域的用户吸引力不断提升
- 六、印度利用网络视频推广旅游资源

第三节 2009-2012年国际网络视频产业发展趋势

第二章 2008-2009年中国网络视频产业运行环境

第一节 2008-2009年中国宏观经济环境

- 一、中国GDP
- 二、城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数
- 三、城镇人员从业状况

第二节 2008-2009年中国网络视频产业政策环境

- 一、互联网等信息网络传播视听节目管理办法
- 二、互联网视听节目服务管理规定
- 三、中国互联网视听节目服务自律公约

第三节 2008-2009年中国网络视频产业社会环境

第三章 2008-2009年中国网络视频产业运行形势

第一节 2008-2009年中国网络视频产业发展综述

- 一、国内网络视频已经成为互联网应用的主流
- 二、网络视频产业呈现出融合态势
- 三、网络视频的面临三大机遇

第二节 2008-2009年中国网络视频产业链

- 一、中国网络视频产业链总体发展状况
- 二、内容商探索互联网生存之路
- 三、技术商谋求以技术换内容
- 四、渠道商在严酷处境中把握机遇
- 五、电信运营商准备发力跨平台渠道
- 六、广告代理商利用自身优势构建网络视频分发平台

第三节 2008-2009年中国网络视频用户

- 一、中国网络视频用户特征
- 二、网络视频产业的发展应立足于用户体验
- 三、提升网络视频用户体验的四种途径

第四章 2008-2009年中国网络视频盈利能力

第一节 2008-2009年中国视频网络盈利综合

- 一、视频网站主要盈利模式
- 二、盈利模式的缺乏成为视频网站发展的"绊脚石"
- 三、国内外主要视频网站的盈利模式与策略
- 四、手机流媒体或成视频分享网站盈利新出路

第二节 2008-2009年中国视频网站对盈利新模式的探索动态

- 一、Youtube推出覆盖广告以寻求新盈利模式
- 二、PPLIVE投资拍摄网络互动剧以探索合作赢利模式
- 三、酷6网开创视频博客收入分成模式
- 四、土豆网携手娱乐产业巨头寻求盈利新途径
- 五、赵客网打造新收益模式

第三节 2008-2009年中国视频网络盈利中的流量问题

- 一、高流量转化为收入难题困扰全球视频网站
- 二、中国网络视频市场上演流量争夺战
- 三、视频网站流量的真正价值

第四节 2008-2009年中国视频网站实现盈利的措施与建议

- 一、探索具有发展空间的盈利模式
- 二、开拓视频网站盈利"蓝海"
- 三、加强与传统影视媒体的深度合作

四、视频网站十种可行的盈利方法

第五章 2008-2009年中国视频分享运行态势

第一节 2008-2009年中国视频分享行业发展综述

- 一、视频分享产业环境
- 二、视频分享网站用户访问情况
- 三、视频分享的崛起将不断压缩CDN服务市场空间

第二节 2008-2009年中国视频分享网站的主要发展模式

- 一、UGC模式
- 二、传统合作模式
- 三、兼容并包模式

第三节 2008-2009年中国手机视频分享

- 一、手机视频分享视受青睐
- 二、价格和下载速度制约手机视频分享发展
- 三、手机视频博客发展浅析

第四节 2008-2009年中国视频分享网站发展建议

- 一、视频分享网现状的几种推广手段
- 二、视频分享网站应建立利益刺激机制
- 三、视频分享网站需要加强自律
- 四、新浪播客的成功带给国内视频分享网站启示

第六章 2008-2009年中国P2P流媒体播放平台运行走势

第一节 2008-2009年中国P2P流媒体发展总体

- 一、中国P2P流媒体市场经历了三个发展阶段
- 二、P2P流媒体产业环境
- 三、2007年P2P流媒体的视频直播业务发展状况
- 四、P2P流媒体发展形势
- 五、P2P流媒体的发展战略

第二节 2008-2009年中国P2P流媒体厂商类型

- 一、技术流族
- 二、原创族
- 三、拉帮派

四、增值服务型

五、另类派

六、其他厂商

第三节 2008-2009年中国P2P网络电视运行

一、P2P网络电视全球发展概况

二、中国P2P网络电视发展现状

三、P2P网络电视的制胜原因

四、P2P网络电视还须跨越六道坎

第四节 2008-2009年中国P2P网络电视主要运营产品比较

一、PPLive

二、PPStream

三、UUSee

四、QQLive

第七章 2008-2009年中国网络视频产业的问题与发展对策

第一节 2008-2009年中国网络视频产业面临的问题和挑战

一、网络视频受众需要与视频内容存在差距

二、网络视频价值测量体系还不健全

三、高成本成为网络视频发展门槛

四、国内网络视频业存在四大硬伤

第二节 2008-2009年中国网络视频产业牌照问题

一、网络视频产业业迎来牌照经营时代

二、牌照发放给视频行业带来的影响

三、视频牌照颁发透露出媒体混业趋势

第三节 2008-2009年中国网络视频版权问题

一、版权成为网络视频产业发展的重大问题

二、网络视频内容版权保护的相关思考

三、自寻片源成为视频网站发展出路

四、产销一体化有利于破解网络视频版权难题

五、视频网站解决版权问题的若干建议

第四节 2008-2009年中国网络视频产业发展策略

一、网络视频企业的市场破局之道

- 二、视频网站的内容整合策略
- 三、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
- 四、西欧宽带视频业务发展带给中国的启示

第八章 2008-2009年中国其它类型的网络视频播放平台运行动态

第一节 2008-2009年中国视频点播与直播运行

- 一、中国在线视频点播网站发展历程
- 二、网络电影的发展前景与对策
- 三、中国宽频影视用户特征
- 四、频繁赛事推动网络直播挺进主流市场
- 五、广播网站视频直播产业发展

第二节 2008-2009年中国视频搜索产业

- 一、视频搜索的定义与分类
- 二、视频搜索市场发展现状与面临的挑战
- 三、运营商掘金视频搜索市场的相关建议
- 四、精准化将成为视频搜索行业未来发展路线
- 五、网络视频世界视频搜索引擎大检阅

第九章 2008-2009年中国网络视频产业市场竞争格局

第一节 2008-2009年中国网络视频产业竞争现状

- 一、网络视频竞争的五个关键点
- 二、网络视频挑战传统电视地位
- 三、门户网站和垂直视频网站间竞争愈演愈烈

第二节 2008-2009年中国网络视频产业竞争格局

- 一、网络视频产业战略集团的划分
- 二、视频分享类网站竞争格局
- 三、视频点播类网站竞争格局
- 四、P2P播放平台竞争格局
- 五、视频搜索企业竞争格局

第三节 2008-2009年中国网络视频市场竞争动态

- 一、MySpace发力挑战Youtube地位
- 二、Joost正式登陆中国网络视频市场

- 三、优酷凭借绝对优势与强势品牌达成战略合作
- 四、风行推出全球首家影视SNS社区服务或改写网络视频格局
- 五、暴风影音正式进军互联网视频领域

第四节 2008-2009年中国网络视频企业竞争策略

- 一、网络视频的竞争决胜点
- 二、“快者为王”是网络视频行业竞争致胜法则
- 三、优化内容是提高网络视频核心竞争力的根本

第五节 2008-2009年中国视频网站的竞争发展走向

- 一、各类型视频网站未来生存空间
- 二、专业视频网站仍将是网络视频市场的主流
- 三、不同类型的网络视频服务将走向趋同性竞争
- 四、立体式运营将会成为视频网站竞争的核心
- 五、视频新规将影响视频产业竞争格局

第十章 2008-2009年中国主要视频网站竞争力

第一节 优酷网

- 一、网站概述
- 二、网站投资情况
- 三、优酷经营业绩

第二节 土豆网

- 一、网站概述
- 二、网站投资情况
- 三、土豆网整合RoxioBuzz帮助用户简化视频发布步骤

第三节 我乐网

- 一、网站概述
- 二、网站投资情况
- 三、2008年7月我乐网关闭一个多月后恢复运营

第四节 酷6网

- 一、网站概述
- 二、网站投资情况
- 三、酷6网开创互动视频营销模式
- 四、酷6的三大特色

- 二、中国推出首个手机视频导购服务
- 三、视频看房成推动房地产服务行业升级

第四节 2008-2009年中国其他应用领域

- 一、网络视频技术在财经传播领域中的应用
- 二、视频招聘悄然现身招聘网站
- 三、视频邮件拓展电子邮件服务新领域

第十二章 2009-2012年中国网络视频产业发展趋势预测

第一节 2009-2012年中国网络视频产业发展预测

- 一、网络视频产业的五个发展趋势
- 二、2010年网络视频市场发展预测
- 三、网络视频应用的六大方向
- 四、中国视频网站内容监管方向

第二节 2009-2012年中国网络视频细分市场发展趋势

- 一、网络视频分享市场
- 二、P2P视频播放市场
- 三、视频点播/直播市场
- 四、网络视频搜索市场

第三节 2009-2012年中国网络视频产业盈利预测

第十三章 2009-2012年中国网络视频产业投资机会与风险

第一节 2009-2012年中国网络视频产业投资环境

第二节 2009-2012年中国网络视频产业投资机会

- 一、网络视频得到风险投资的青睐
- 二、细分产业投资热点

第三节 2009-2012年中国网络视频产业投资风险

- 一、市场运营风险
- 二、技术风险
- 三、政策性风险
- 四、进入退出风险

第四节 专家投资建议

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。