



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

第五节 21CN

一、网站概述

二、网站投资情况

三、21CN首页改版强化媒体内容建设

第六节 激动网

一、网站概述

二、激动网的"内容为王"战略

三、激动网视频内容的版权保护

第七节 悠视网

一、网站概述

二、优视网客户端全面升级

三、悠视网的个性化集群传播策略

第八节 天线视频 (OpenV)

一、网站概述

二、天线视频从视频搜索向视频点播转型

三、OpenV与BTV联袂打造的强势跨媒体平台

四、天线视频打造高清频道构建核心竞争力

第九节 略。

第十一章 2008-2009年中国网络视频产业应用领域

第一节 2008-2009年中国网络视频监控

一、网络视频监控行业发展势头好

二、网络视频监控市场逐步向中小行业和公众家庭用户拓展

三、网络监控市场的影响因素与发展预测

四、电信运营商开展网络视频监控业务的相关思考

第二节 2008-2009年中国网络视频会议

一、视频会议系统的多种应用

二、网络视频会议的推动因素

三、网络视频会议系统发展面临的挑战

四、网络视频会议的未来发展走向

第三节 2008-2009年中国网络视频购物

一、网络视频购物网站运营

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

图表名称：部分

图表 中国GDP

图表 城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数

图表 城镇人员从业状况

图表 视频网站主要盈利模式

图表 2008-2009年中国视频分享网站的主要发展模式

图表 2008-2009年中国P2P流媒体厂商类型

图表 视频分享类网站竞争格局

图表 视频点播类网站竞争格局

图表 P2P播放平台竞争格局

图表 视频搜索企业竞争格局

图表 2009-2012年中国网络视频细分市场发展趋势

图表 2009-2012年中国网络视频产业盈利预测

图表略。○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/97385.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。