

2024-2030年中国互联网视 频市场评估与市场运营趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国互联网视频市场评估与市场运营趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202402/439514.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

互联网视频（Internet TV）是微软于5月20日在Windows 7“Windows Media Center”中推出的。

2018年我国网络视频用户达6.12亿，同比增长5.70%，其中手机视频用户规模达5.9亿，同比增长7.47%，用户规模增速进一步放缓。尽管网络视频已逐渐进入存量竞争市场，但行业景气度不减，在短视频的带动下用户的使用时长增量贡献不减，市场规模维持较快速的增长。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国互联网视频市场评估与市场运营趋势报告》共十一章。首先介绍了互联网视频行业市场发展环境、互联网视频整体运行态势等，接着分析了互联网视频行业市场运行的现状，然后介绍了互联网视频市场竞争格局。随后，报告对互联网视频做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网视频行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网视频产业有个系统的了解或者想投资互联网视频行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一部分 产业环境

第一章 中国互联网视频行业概述

第一节 互联网视频行业的界定

一、互联网视频界定

二、互联网视频及相关定义

三、互联网视频特征及优势

四、互联网视频的分类

第二节 互联网视频行业基本情况

一、互联网视频行业界定

二、互联网视频行业主管部门

三、互联网视频行业监管体制

四、互联网视频行业主要政策法规

第三节 互联网视频行业特性分析

- 一、中国互联网视频行业市场概况
- 二、中国互联网视频年度市场规模
- 三、中国互联网视频年度市场规模结构
- 四、中国互联网视频年度广告市场规模
- 五、中国互联网视频年度广告市场结构
- 六、中国互联网视频年度移动端广告规模

第二章 2024-2030年中国互联网视频培训运行环境解析

第一节 2024-2030年中国经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP
- 二、消费价格指数CPI. PPI
- 三、全国居民收入情况
- 四、恩格尔系数
- 五、工业发展形势
- 六、固定资产投资情况
- 七、财政收支状况
- 八、社会消费品零售总额
- 九、对外贸易进出口

第二节 互联网视频行业属性

- 一、互联网视频行业所处的生命周期
- 二、互联网视频行业对经济周期的反应
- 三、互联网视频行业特性
 - (1) 周期性
 - (2) 区域性
 - (3) 季节性

第二部分 市场深度分析

第三章 中国互联网视频所属行业用户分析

第一节 互联网视频行业终端情况分析

- 一、PC端：中国主要网络服务月度覆盖人数
- 二、PC端：中国主要网络服务月度使用时间
- 三、PC端网页与PC客户端用户规模对比

四、PC端网页与PC客户端使用时长对比

五、跨屏用户行为对比

第二节 互联网视频行业主要技术状况

一、视频编解码技术

二、CDN技术

三、P2P技术

第三节 互联网视频行业经营模式分类

一、按技术因素分类

二、按视频内容分类

三、按盈利方式分类

第四章 中国互联网视频行业内容分析

第一节 中国互联网视频与传统行业对比分析

一、中国互联网视频自制剧与传统电视剧对比

二、中国互联网视频自制综艺与传统综艺对比

三、中国主要类型内容视频播放覆盖人数

四、中国主要类型内容视频有效播放时长

五、中国各类视频内容播放时长份额对比

六、中国主要类型影视剧视频播放覆盖人数

七、中国主要类型影视剧视频有效播放时长

第二节 行业大事件回顾及点评

一、政策监管

二、并购与入股

三、互联网电视

第五章 中国互联网视频所属行业年度数据及分析

第一节 中国互联网视频行业市场分析

一、中国互联网视频核心产业链分析

二、中国互联网视频市场规模及结构

三、中国互联网视频行业企业广告营收对比

第二节 中国移动端视频行业年度数据及分析

一、中国移动端视频产业链分析

- 二、运营商视频与互联网视频移动端对比
- 三、中国运营商用户付费视频行业市场规模
- 四、中国互联网视频移动端广告市场规模

第六章 中国互联网视频所属行业细分市场市场分析

第一节 中国互联网视频行业细分分析之终端篇

- 一、中国主要PC网络服务用户数据对比
- 二、中国互联网视频PC网页与PC客户端用户数据对比
- 三、中国互联网视频PC端与移动端用户数据对比
- 四、中国三大终端各类服务使用时间份额对比
- 五、中国互联网电视销售量/用户规模分析
- 六、互联网视频三大终端对比及跨屏营销分析

第二节 中国互联网视频行业细分分析之内容篇

- 一、中国互联网视频行业内容产业链及不同来源内容对比分析
- 二、中国互联网视频自制内容与传统内容对比分析
- 三、版权剧/自制剧/UGC广告收入贡献分析
- 四、中国主要类型内容视频播放数据对比分析
- 五、中国主要类型影视剧视频播放数据对比分析
- 六、中国各类影视剧不同属性用户TGI对比

第三节 中国互联网视频行业细分分析之广告投放篇

- 一、互联网视频广告投放路径及广告主投放策略分析
- 二、中国视频媒体电视剧/综艺播放时长占比分析及热播内容广告投放策略分析
- 三、基于AIDMA模型的视频营销分析
- 四、自制内容营销价值分析
- 五、视频广告人群定向投放分析

第三部分 竞争格局分析

第七章 中国网络视频所属行业发展分析

第一节 全球网络视频行业发展状况

- 一、国际网络视频行业发展分析
- 二、美国网络视频市场发展分析
- 三、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

第八章 中国网络视频运营商经营分析

第一节 中国网络视频运营商总体概况

一、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

二、网络视频运营商总体发展分析

第二节 中国视频分享类运营商经营分析

一、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、企业运营情况分析
- 3、企业主要经济指标分析
- 4、企业经营状况优劣势分析

二、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、企业运营情况分析
- 3、企业主要经济指标分析
- 4、企业经营状况优劣势分析

三、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、企业运营情况分析
- 3、企业主要经济指标分析
- 4、企业经营状况优劣势分析

四、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、企业运营情况分析
- 3、企业主要经济指标分析

4、企业经营状况优劣势分析

五、北京六间房科技有限公司（六间房）

1、企业发展简况分析

2、企业运营情况分析

3、企业主要经济指标分析

4、企业经营状况优劣势分析

第四部分 发展前景展望

第九章 中国网络视频行业发展前景展望

第一节 中国网络视频发展特点及趋势分析

一、网络视频呈现“长视频”和“微视频”两种发展方向

2018年，短视频在互联网的地位越来越凸显，从服务用户娱乐到承担品牌营销再到公司生态布局，其所具有的价值也在逐步被挖掘放大。短视频平台开始内容的多元化尝试，深耕垂直领域，探索微综艺、微剧等新的表达形式，推动短视频内容走向精品化。2018年精品短视频内容爆发增长，全年上线微剧和微综艺超过162部，其中微综艺占比近9成，增长率高达441%。

二、网络视频媒体开始具有“新闻媒体”资质

三、视频网站的广告营销方式更加侧重于技术性创新

四、高清是网络视频行业形成新的增长点的技术关键

五、3G手机媒体将成为视频网络的延伸战场

六、资本市场将改变网络视频媒体的竞争格局

第十章 中国网络视频行业盈利模式分析

第一节 中国网络视频行业产业链分析

一、网络视频行业产业链结构

二、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

三、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

第二节 中国网络视频行业盈利模式分析

- 一、网络视频行业内容模式：原创+正版
- 二、网络视频行业技术模式：点播+直播
- 三、网络视频行业盈利模式类型
 - 1、个人付费模式
 - 2、企业付费模式
 - 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

第三节 中国网络视频主要细分领域盈利模式分析

- 一、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
- 二、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
- 三、部分视频网站盈利模式分析
 - 1、优酷网
 - 2、酷6网
 - 3、乐视网

第四部分 行业发展战略研究

第十一章 中国网络视频运营战略分析

第一节 内容的差异化竞争

- 一、视频分享网站加强原创性和草根性内容
- 二、购买稀有版权

三、细分内容

四、创立独特的新闻节目制作模式

第二节 拓展增值业务

一、视频电子商务

二、专业性功能性视频

三、衍生产品图表目录

第三节 行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

图表目录:

图表：中国互联网视频核心产业链

图表：2024-2030年中国互联网视频行业市场规模

图表：2024-2030年中国互联网视频行业收入构成

图表：2024-2030年中国互联网视频行业广告市场规模

图表：2024-2030年中国互联网视频行业不同类型媒体广告收入结构

图表：中国移动端视频产业链图谱

图表：“运营商视频”主要盈利模式示意图

图表：“互联网视频移动端”主要盈利模式示意图

图表：2024-2030年中国运营商用户付费视频行业市场规模

图表：2024-2030年中国联网电视销售量

图表：互联网视频跨屏营销简图

图表：互联网视频行业内容产业链

图表：互联网视频企业盈利主要影响因素模型

图表：大视频全产业链简图

图表：2022年我国主要互联网电视业务运营商用户规模情况

图表：中国互联网视频行业三大终端对比分析

图表：中国互联网视频行业各来源内容对比分析

图表：互联网视频媒体自制内容内容营销方式对比图

图表：互联网视频媒体按不同属性用户月度视频播放覆盖人数对比

图表：互联网视频媒体对用户属性的区分方式示意图

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202402/439514.html>