

# 2025-2031年中国网络视频 市场深度分析与投资前景评估报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2025-2031年中国网络视频市场深度分析与投资前景评估报告》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/202503/481034.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

网络视频，指通过互联网提供的视频内容，如电影、电视剧、综艺节目、动漫、体育赛事、直播等视频传输内容。内容产业的繁荣和互联网的发展和推广，共同催生了在互联网上提供视频流有偿或无偿播放、下载服务的行业，即网络视频行业。网络视频行业可以分成不同的六大类：网站长片、网站短片、互联网电视、视频直播、视频监控和无线视频等。

截至2024年12月，我国网络视频（含短视频）用户规模达10.31亿，较2024年12月增长5586万，占网民整体的96.5%。其中短视频用户规模为10.12亿，较2024年12月增长7770万，占网民整体的94.8%。

长短视频平台业务相互渗透、融合发展。一是长视频平台大力发展短视频业务，以吸引用户和流量。各大长视频平台通过各种方式鼓励产出优质短视频内容，提升短视频内容占比，增加用户粘性。如爱奇艺推出短视频内容社区“随刻”，利用其拥有的丰富IP内容优势，全面赋能创作者；腾讯视频则在微信内加入视频号，依托于微信庞大的用户基础和社交优势，布局短视频业务。二是短视频平台开始涉足综合视频业务，通过推出与自身平台更为匹配的“微剧”“微综艺”来试水，再逐渐进入长视频领域。短视频平台通过不断调整用户的视频最大拍摄时长，与专业团队合作推出长视频节目等措施，提高用户留存时间，同时也更利于产出优质内容。如抖音在15秒、1分钟、3分钟视频后，开放了15分钟的视频拍摄权限；快手亦于2024年上线专业团队制作的长视频节目，重点在社会题材纪录片、网络电影等方面发力。

同时随着网络视频行业的发展，视频产业可提供的服务越来越多，在视频网站上，我们除了看到各类影视剧和节目外，还能在商城购物、看最新的电影、玩网络游戏，这些服务都是以内容IP来串联。视频产业与网络文学、动漫、网络游戏、电商、影业之间链条被打通，视频生态圈正在形成，未来看视频会成为一种综合性的服务，网络视频将成为人和服务之间的连接器。

中企顾问网发布的《2025-2031年中国网络视频市场深度分析与投资前景评估报告》共十五章。首先介绍了网络视频的定义，接着分析了国际国内网络视频产业发展状况和网络视频发展环境。然后具体介绍了视频分享、网络视频直播、短视频、VR视频的发展，并且对网络视频广告也进行了分析。随后，报告对网络视频行业做了用户分析、应用领域分析、盈利分析、产业竞争分析、网络视频侵权盗版问题分析、国内外主要视频网站的运营状况，最后分析了网络视频行业投资潜力分析和未来发展趋势。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、中国互联网络信息中心、工信部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业

的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对网络视频行业有个系统深入的了解、或者想投资网络视频市场，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

## 第一章 网络视频相关概述

### 1.1 网络视频的概念

#### 1.1.1 网络视频定义

#### 1.1.2 主要产品分类

#### 1.1.3 媒体功能特征

### 1.2 网络视频的播放方式

#### 1.2.1 视频下载

#### 1.2.2 在线点播

#### 1.2.3 视频轮播

#### 1.2.4 视频直播

#### 1.2.5 视频搜索

## 第二章 2020-2024年国际网络视频产业的发展

### 2.1 国际网络视频产业发展分析

#### 2.1.1 视频形态发展历程

#### 2.1.2 在线视频用户规模

#### 2.1.3 在线视频收入情况

#### 2.1.4 网络视频类型介绍

#### 2.1.5 商业模式差异比较

### 2.2 美国

#### 2.2.1 行业收入情况

#### 2.2.2 用户发展规模

#### 2.2.3 企业布局情况

#### 2.2.4 市场竞争格局

#### 2.2.5 商业模式分析

### 2.3 欧洲

#### 2.3.1 行业发展规模

#### 2.3.2 用户发展分析

### 2.3.3 英国视频用户规模

## 2.4 亚太地区

### 2.4.1 市场发展规模

### 2.4.2 日本市场规模

### 2.4.3 印度市场规模

### 2.4.4 东南亚市场规模

## 第三章 2020-2024年中国网络视频发展环境分析

### 3.1 政策环境

#### 3.1.1 政策总体分析

#### 3.1.2 产业监管政策

#### 3.1.3 监管趋严影响

#### 3.1.4 政策发展分析

### 3.2 经济环境

#### 3.2.1 宏观经济概况

#### 3.2.2 固定资产投资

#### 3.2.3 经济结构转型

#### 3.2.4 宏观经济展望

### 3.3 社会环境

#### 3.3.1 社会消费规模

#### 3.3.2 人口规模构成

#### 3.3.3 居民收入水平

#### 3.3.4 居民消费水平

#### 3.3.5 网民发展规模

## 第四章 2020-2024年中国网络视频产业分析

### 4.1 2020-2024年中国网络视频产业发展综况

#### 4.1.1 行业影响因素

#### 4.1.2 产业发展进程

#### 4.1.3 发展价值分析

### 4.2 2020-2024年中国网络视频产业运行分析

#### 4.2.1 网络视频产业规模

- 4.2.2 网络视频用户规模
- 4.2.3 网络视频收入结构
- 4.2.4 细分市场发展分析
- 4.3 在线视频行业上市公司财务状况分析
  - 4.3.1 上市公司规模
  - 4.3.2 上市公司分布
  - 4.3.1 经营状况分析
  - 4.3.2 盈利能力分析
  - 4.3.3 营运能力分析
  - 4.3.4 成长能力分析
  - 4.3.5 现金流量分析
- 4.4 2020-2024年网络视频产业链分析
  - 4.4.1 产业链条生态图谱
  - 4.4.2 网络视频内容服务
  - 4.4.3 网络视频内容提供
  - 4.4.4 内容提供主体发展
- 4.5 5G网络视频业务承载与发展分析
  - 4.5.1 5G视频发展形式分析
  - 4.5.2 运营商布局5G+视频
  - 4.5.3 设备商5G+视频研发
  - 4.5.4 5G+视频典型应用
- 4.6 中国网络视频营销策略分析
  - 4.6.1 网络视频营销含义
  - 4.6.2 网络视频营销优势
  - 4.6.3 网络视频营销形式
  - 4.6.4 视频营销应对策略
  - 4.6.5 行业营销发展趋势
- 4.7 网络视频行业发展问题及建议分析
  - 4.7.1 行业存在问题
  - 4.7.2 细化商业模式
  - 4.7.3 创新技术手段
  - 4.7.4 加强产业规划

#### 4.7.5 深耕差异化战略

### 第五章 2020-2024年中国视频分享平台行业发展分析

#### 5.1 视频分享平台发展综述

##### 5.1.1 行业发展阶段

##### 5.1.2 行业发展环境

##### 5.1.3 行业布局情况

#### 5.2 2020-2024年视频分享平台市场发展现状

##### 5.2.1 市场竞争格局

##### 5.2.2 平台收费情况

##### 5.2.3 平台会员规模

##### 5.2.4 平台活跃情况

##### 5.2.5 视频APP发展模式

##### 5.2.6 平台分账分析

#### 5.3 2020-2024年视频分享平台市场发展动态分析

##### 5.3.1 哔哩哔哩

##### 5.3.2 优酷视频

##### 5.3.3 腾讯视频

##### 5.3.4 爱奇艺

#### 5.4 行业发展趋势分析

##### 5.4.1 新题材与新流量齐聚

##### 5.4.2 网剧竞争稍显弱势

##### 5.4.3 自制内容编排

### 第六章 2020-2024年网络视频直播发展分析

#### 6.1 网络视频直播市场发展综述

##### 6.1.1 直播产业链条

##### 6.1.2 行业发展特点

##### 6.1.3 直播平台布局

##### 6.1.4 行业监管情况

#### 6.2 2020-2024年网络视频直播行业运行情况

##### 6.2.1 用户规模状况

- 6.2.2 市场规模状况
- 6.2.3 细分市场占比
- 6.2.4 企业营收情况
- 6.2.5 直播收入分析
- 6.2.6 行业发展动态
- 6.3 网络视频直播行业变化情况
  - 6.3.1 内容生产PGC化
  - 6.3.2 变现手段的跨界化
  - 6.3.3 直播与5G技术应用
  - 6.3.4 人才培育的专业化
  - 6.3.5 发展战略的异质化
- 6.4 行业发展问题策略及发展趋势
  - 6.4.1 直播行业问题
  - 6.4.2 行业发展建议
  - 6.4.3 行业发展趋势

## 第七章 2020-2024年中国其它类型的网络视频市场分析

- 7.1 短视频发展分析
  - 7.1.1 行业发展历程
  - 7.1.2 主要类型分析
  - 7.1.3 行业运行情况
  - 7.1.4 用户市场规模
  - 7.1.5 用户属性分析
  - 7.1.6 营销市场发展
  - 7.1.7 主体情况分析
  - 7.1.8 行业发展影响
  - 7.1.9 市场营销建议
- 7.2 VR视频发展分析
  - 7.2.1 VR视频产业链条
  - 7.2.2 VR影视发展模式
  - 7.2.3 VR影视产品发展
  - 7.2.4 VR直播应用领域

- 7.2.5 VR视频落地案例
- 7.2.6 VR视频融合5G
- 7.2.7 VR视频发展前景

## 第八章 2020-2024年中国网络视频广告发展分析

- 8.1 2020-2024年互联网广告市场发展分析
  - 8.1.1 产业发展链条
  - 8.1.2 行业发展阶段
  - 8.1.3 市场发展规模
  - 8.1.4 市场结构状况
  - 8.1.5 市场发展趋势
- 8.2 2020-2024年网络视频广告综述
  - 8.2.1 各类形式分析
  - 8.2.2 广告价值研究
  - 8.2.3 广告计费模式
  - 8.2.4 有效广告特点
  - 8.2.5 与传统广告比较
- 8.3 2020-2024年国际网络视频广告发展分析
  - 8.3.1 全球网络广告发展现状
  - 8.3.2 网络视频广告收入情况
  - 8.3.3 网络视频广告企业格局
  - 8.3.4 美国网络广告市场规模
  - 8.3.5 美国网络视频广告趋势
  - 8.3.6 亚太网络视频广告状况
  - 8.3.7 全球网络广告发展趋势
- 8.4 2020-2024年中国网络视频广告发展分析
  - 8.4.1 视频广告特点分析
  - 8.4.2 网络视频发展现状
  - 8.4.3 网络广告市场规模
  - 8.4.4 视频广告市场规模
  - 8.4.5 短视频广告的规模
  - 8.4.6 广告投放类型分析

- 8.4.7 视频网站广告类型
- 8.5 中国网络视频广告的市场需求和消费分析
  - 8.5.1 广告商需求情况
  - 8.5.2 广告商投放需求
  - 8.5.3 广告商不感兴趣的原因
  - 8.5.4 对受众消费行为的影响
  - 8.5.5 用户对视频广告接受度
- 8.6 网络视频广告的未来发展建议
  - 8.6.1 网络视频广告存在问题
  - 8.6.2 网络视频广告不足分析
  - 8.6.3 网络视频广告发展建议
  - 8.6.4 网络视频广告应对策略
  - 8.6.5 网络视频广告政策趋势

## 第九章 2020-2024年中国网络视频用户调查分析

- 9.1 2020-2024年中国网络用户基本特征分析
  - 9.1.1 性别结构
  - 9.1.2 年龄结构
  - 9.1.3 学历结构
  - 9.1.4 职业结构
  - 9.1.5 收入结构
- 9.2 2020-2024年网络视频广告用户体验情况
  - 9.2.1 用户对网络视频广告的印象
  - 9.2.2 免费内容+商业广告的看法
  - 9.2.3 网络视频用户月度支出状况
- 9.3 2020-2024年中国网络视频用户的付费行为分析
  - 9.3.1 付费市场发展规模
  - 9.3.2 付费会员用户比例
  - 9.3.3 视频全面付费意向
  - 9.3.4 用户看重VIP权益
- 9.4 2020-2024年中国网络综合视频用户行为分析
  - 9.4.1 用户性别分析

- 9.4.2 用户年龄结构
- 9.4.3 用户城市分布
- 9.5 2020-2024年中国网络直播用户行为分析
  - 9.5.1 直播平台头部主播画像
  - 9.5.2 用户对政府监管的态度
  - 9.5.3 用户对直播的发展认知
  - 9.5.4 用户对直播平台的期待

## 第十章 2020-2024年中国网络视频的应用领域分析

- 10.1 网络视频监控
  - 10.1.1 网络视频监控原理
  - 10.1.2 视频监控市场规模
  - 10.1.3 视频监控区域分布
  - 10.1.4 视频监控企业格局
  - 10.1.5 数据时代视频监控
  - 10.1.6 AI赋能视频监控
  - 10.1.7 网络视频监控应用
  - 10.1.8 监控技术存在问题
  - 10.1.9 视频监控发展方向
  - 10.1.10 行业发展趋势分析
- 10.2 网络视频会议
  - 10.2.1 产业发展链条
  - 10.2.2 行业发展历程
  - 10.2.3 市场发展规模
  - 10.2.4 行业应用领域
  - 10.2.5 企业竞争格局
  - 10.2.6 硬件视频会议
  - 10.2.7 云视频会议发展
  - 10.2.8 行业发展趋势
- 10.3 网络视频购物
  - 10.3.1 行业发展现状
  - 10.3.2 发展问题分析

- 10.3.3 视频营销展望
- 10.3.4 行业发展建议
- 10.4 其他应用领域
  - 10.4.1 财经传播领域
  - 10.4.2 视频面试动态
  - 10.4.3 电子邮件服务

## 第十一章 2020-2024年中国网络视频盈利模式分析

- 11.1 2020-2024年中国传统网络视频商业模式
  - 11.1.1 网络视频商业广告
  - 11.1.2 网络视频增值服务
  - 11.1.3 版权许可和分销
- 11.2 2020-2024年中国创新网络视频商业模式
  - 11.2.1 直播电商业务
  - 11.2.2 硬件研发和销售
  - 11.2.3 IP泛娱乐开发
  - 11.2.4 艺人经纪模式
  - 11.2.5 IP衍生品销售
- 11.3 国内短视频盈利模式的方式与挑战
  - 11.3.1 短视频盈利模式方式
  - 11.3.2 短视频盈利模式挑战
  - 11.3.3 短视频盈利优化建议
  - 11.3.4 抖音短视频盈利模式分析
- 11.4 国内视频网站付费盈利模式分析——以爱奇艺为例
  - 11.4.1 付费模式出现原因
  - 11.4.2 付费模式现状分析
  - 11.4.3 付费模式面临挑战
  - 11.4.4 付费模式发展策略
- 11.5 互联网视频网站盈利模式研究——以优酷视频网站为例
  - 11.5.1 优酷网现有盈利模式分析
  - 11.5.2 优酷网盈利发展困境分析
  - 11.5.3 优酷网盈利模式改进建议

#### 11.5.4 商业模式发展前景分析

### 第十二章 2020-2024年中国网络视频产业竞争分析

#### 12.1 2020-2024年中国网络视频产业竞争现状

##### 12.1.1 行业进入分析

##### 12.1.2 产业竞争现状

##### 12.1.3 行业竞争格局

##### 12.1.4 市场占有率

##### 12.1.5 未来竞争格局

#### 12.2 网络直播市场竞争分析

##### 12.2.1 直播发展环境

##### 12.2.2 企业竞争格局

##### 12.2.3 行业竞争表现

##### 12.2.4 平台扩张策略

#### 12.3 短视频行业的竞争策略分析

##### 12.3.1 行业结构分析

##### 12.3.2 企业竞争格局

##### 12.3.3 企业市场行为

##### 12.3.4 市场绩效分析

##### 12.3.5 问题发展建议

#### 12.4 2020-2024年中国网络视频企业竞争策略

##### 12.4.1 网络视频竞争决胜点

##### 12.4.2 行业竞争制胜法则

##### 12.4.3 网络视频核心竞争力

##### 12.4.4 差异化战略提升竞争力

##### 12.4.5 网络视频产业竞争战略

#### 12.5 视频网站的竞争发展趋势分析

##### 12.5.1 未来生存空间

##### 12.5.2 差异化竞争

##### 12.5.3 立体式运营

##### 12.5.4 视频产业格局

## 第十三章 2020-2024年中国网络视频侵权盗版情况

### 13.1 网络视频侵权盗版阶段

#### 13.1.1 盗版侵权1.0阶段

#### 13.1.2 盗版侵权2.0阶段

#### 13.1.3 盗版侵权3.0阶段

#### 13.1.4 盗版侵权4.0阶段

### 13.2 网络视频侵权盗版新形态分析

#### 13.2.1 短视频剪辑搬运侵权形式

#### 13.2.2 网络视频实物衍生品盗版

#### 13.2.3 体育赛事视频内容侵权盗版

#### 13.2.4 网络广告屏蔽插件发展情况

### 13.3 网络视频用户观看盗版内容的行为分析

#### 13.3.1 用户对正盗版视频的认知

#### 13.3.2 用户对盗版视频观看习惯

#### 13.3.3 用户对盗版视频下载途径

#### 13.3.4 用户对盗版网络视频诉求

### 13.4 网络视频正版化市场发展情况

#### 13.4.1 网络视频正版化价值

#### 13.4.2 视频正版化政策扶持

#### 13.4.3 视频正版化技术运用

#### 13.4.4 视频正版化进展情况

### 13.5 中国网络视频版权保护的问题与建议

#### 13.5.1 视频保护面临的问题

#### 13.5.2 网络视频保护建议

## 第十四章 2020-2024年国内外主要视频网站分析

### 14.1 YouTube

#### 14.1.1 企业发展概况

#### 14.1.2 行业发展进程

#### 14.1.3 业务发展现状

#### 14.1.4 用户发展分析

#### 14.1.5 广告投放情况

- 14.2 腾讯视频
  - 14.2.1 企业发展概况
  - 14.2.2 经营情况分析
  - 14.2.3 企业发展优势
- 14.3 芒果超媒股份有限公司
  - 14.3.1 企业发展概况
  - 14.3.2 经营效益分析
  - 14.3.3 业务经营分析
  - 14.3.4 财务状况分析
  - 14.3.5 核心竞争力分析
  - 14.3.6 未来前景展望
- 14.4 爱奇艺 (iQIYI)
  - 14.4.1 企业发展概况
  - 14.4.2 2024年企业经营状况分析
  - 14.4.3 2024年企业经营状况分析
  - 14.4.4 2024年企业经营状况分析
- 14.5 哔哩哔哩公司 (Bilibili, Inc.)
  - 14.5.1 企业发展概况
  - 14.5.2 2024年企业经营状况分析
  - 14.5.3 2024年企业经营状况分析
  - 14.5.4 2024年企业经营状况分析
- 14.6 虎牙公司 (HUYA, Inc.)
  - 14.6.1 企业发展概况
  - 14.6.2 2024年企业经营状况分析
  - 14.6.3 2024年企业经营状况分析
  - 14.6.4 2024年企业经营状况分析
- 14.7 CNTV (中国网络电视台)
  - 14.7.1 网站简介
  - 14.7.2 战略定位
  - 14.7.3 SWOT分析

- 15.1 网络视频产业的投资潜力
  - 15.1.1 行业投资机遇
  - 15.1.2 产业投资热点
  - 15.1.3 投资前景分析
- 15.2 网络视频产业的投资状况
  - 15.2.1 视频直播融资分析
  - 15.2.2 短视频投融资分析
  - 15.2.3 体育视频投资分析
- 15.3 网络视频行业发展趋势
  - 15.3.1 衍生品市场发展
  - 15.3.2 自制内容多样化
  - 15.3.3 视频平台多元化
  - 15.3.4 盈利模式多元化
- 15.4 对2025-2031年中国网络视频行业预测分析
  - 15.4.1 2025-2031年中国网络视频行业影响因素分析
  - 15.4.2 2025-2031年中国网络视频用户规模预测
  - 15.4.3 2025-2031年中国网络视频市场规模预测

## 附录

附录一：互联网等信息网络传播视听节目管理办法

## 图表目录

- 图表 网络视频行业的主要分类
- 图表 媒介技术的变迁史及相应时代下视频媒体形态
- 图表 2020-2024年全球付费电视和在线视频用户规模
- 图表 2020-2024年全球在线视频收入规模
- 图表 2020-2024年美国在线视频收入规模预测
- 图表 2020-2024年美国视频流媒体用户数
- 图表 美国在线视频平台介绍
- 图表 美国四大流媒体平台总家庭覆盖率
- 图表 美国四大流媒体平台月度使用时长（小时）
- 图表 Netflix流媒体内容投入情况
- 图表 Netflix内容的生产商来源

图表 Netflix原创内容数量

图表 2020-2024年欧洲在线视频收入规模预测

图表 欧洲各国跨平台观看时间

图表 欧洲各国在线平台观看时间

图表 英国网络视频用户规模

图表 英国移动网络视频用户规模

图表 中国网络视频产业相关政策分析

图表 监管趋严对视频网站的影响

图表 2020-2024年国内生产总值及其增长速度

图表 2020-2024年全国三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2024年年末人口数及其构成

图表 2020-2024年全国城镇新增就业人数

图表 2024年居民消费价格月度涨跌幅

图表 2024年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表 2020-2024年全国居民消费价格涨跌幅

图表 2024年居民消费价格主要数据

图表 2020-2024年年末常住人口城镇化率

图表 2020-2024年社会消费品零售总额及其增长速度

图表 2020-2024年全国社会消费品零售总额同比增速

图表 2020-2024年按消费类型分零售额同比增速

图表 2024年社会消费品零售总额主要数据

图表 2024年三次产业投资占固定资产投资

图表 2024年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度

图表 2024年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表 2020-2024年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表 2024年固定资产（不含农户）主要数据

图表 2020-2024年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表 2024年全国居民人均消费支出及其构成

图表 中国网络视频行业发展影响因素

图表 2020-2024年中国网络视频市场规模

图表 2020-2024年网络视频（含短视频）用户规模及使用率

图表 2024年网络视频市场收入结构

- 图表 在线视频行业上市公司名单
- 图表 2020-2024年在线视频行业上市公司资产规模及结构
- 图表 在线视频行业上市公司上市板分布情况
- 图表 在线视频行业上市公司地域分布情况
- 图表 2020-2024年在线视频行业上市公司营业收入及增长率
- 图表 2020-2024年在线视频行业上市公司净利润及增长率
- 图表 2020-2024年在线视频行业上市公司毛利率与净利率
- 图表 2020-2024年在线视频行业上市公司营运能力指标
- 图表 2020-2024年在线视频行业上市公司营运能力指标
- 图表 2020-2024年在线视频行业上市公司成长能力指标
- 图表 2020-2024年在线视频行业上市公司成长能力指标
- 图表 2020-2024年在线视频行业上市公司销售商品收到的现金占比

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202503/481034.html>