

2022-2027年中国视频网站行业市场全景评估及发展战略规划报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国视频网站行业市场全景评估及发展战略规划报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/media/791373.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

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：

第一章 中国视频网站行业概述

1.1 视频网站行业的界定

1.1.1 视频网站界定

- (1) 视频网站及相关定义
- (2) 视频网站特征及优势
- (3) 视频网站的分类

1.1.2 视频网站行业基本状况分析

- (1) 视频网站行业界定
- (2) 视频网站行业主管部门
- (3) 视频网站行业监管体制
- (4) 视频网站行业主要政策法规

1.2 视频网站行业特性分析

1.2.1 视频网站行业主要技术情况分析

1.2.2 视频网站行业经营模式分类

1.2.3 视频网站行业属性

1.2.4 视频网站行业特性

第二章 中国视频网站行业发展分析

2.1 全球视频网站行业发展情况分析

2.1.1 国际视频网站行业发展分析

- (1) 国际视频网站用户规模
- (2) 国际视频网站市场规模

2.1.2 美国视频网站市场发展分析

- (1) 美国视频网站用户规模
- (2) 美国视频网站市场规模

2.1.3 国际知名视频网站企业分析

- (1) YOUTUBE
- (2) HULU网
- (3) 苹果itunes

- (4) Netflix
 - (5) 亚马逊视频点播
 - 2.2 中国视频网站行业波特五力模型分析
 - 2.2.1 潜在进入者的威胁
 - 2.2.2 替代产品的威胁
 - 2.2.3 买方的讨价还价能力
 - 2.2.4 供应商的讨价还价能力
 - 2.2.5 现有竞争者的竞争能力
 - 2.3 中国视频网站行业发展情况分析
 - 2.3.1 中国网络行业发展概况
 - (1) 互联网网民规模
 - (2) 互联网应用状况分析
 - 2.3.2 中国视频网站市场环境分析
 - (1) 政策环境分析
 - (2) 经济环境分析
 - (3) 社会环境分析
 - (4) 技术环境分析
 - 2.3.3 中国视频网站版权环境分析
 - (1) 当前视频网站行业版权困局现状调研
 - 1) 侵权盗版行为仍然普遍
 - 2) 版权诉讼案件增加
 - 3) 版权价格攀升
 - 4) 版权运营模式不清
 - (2) 视频网站行业版权之困的根本原因剖析
 - (3) 视频网站行业版权对策
 - 2.3.4 中国视频网站行业发展分析
 - (1) 中国视频网站用户规模
 - (2) 中国视频网站市场规模
 - (3) 中国视频网站行业竞争格局
 - (4) 中国视频网站行业市场化水平
 - 2.3.5 中国视频网站行业热点事件盘点
 - 2.4 中国视频网站行业发展趋势预测
 - 2.4.1 中国视频网站行业发展前景展望
 - 2.4.2 中国视频网站发展特点及趋势预测
- 第三章 中国视频网站行业用户行为调研

3.1 中国视频网站行业用户属性分析

3.1.1 视频网站用户基本属性

- (1) 视频网站用户性别分布
- (2) 视频网站用户年龄分布

3.1.2 视频网站用户其他相关属性

- (1) 视频网站用户学历分布
- (2) 视频网站用户职业分布
- (3) 视频网站用户收入分布
- (4) 视频网站用户城乡分布

3.2 中国视频网站行业用户使用行为分析

3.2.1 视频网站用户的网络接入

- (1) 宽带接入比例
- (2) 宽带速率

3.2.2 视频网站用户的终端设备

3.2.3 视频网站使用频率

3.2.4 视频网站使用时间

3.2.5 视频网站收看方式

3.2.6 视频网站内容的选择

- (1) 视频网站收看种类
- (2) 新上映影片的观看行为
 - 1) 用户获知新电影的媒体渠道
 - 2) 用户获知新上映电影的网络渠道
 - 3) 用户观看新电影的媒体消费习惯
- (3) 用户观看热播剧的媒体消费习惯

3.3 中国视频网站用户分享与上传行为分析

3.3.1 用户分享行为比例

3.3.2 用户视频内容分享途径

3.3.3 用户上传内容比例

3.3.4 用户上传原创内容比例

3.4 中国视频网站付费用户分析

3.4.1 视频网站用户付费意愿

3.4.2 视频网站付费用户内容需求

第四章 中国视频网站运营商经营分析

4.1 中国视频网站运营商总体概况

4.1.1 视频网站服务及运营商分类

- (1) 视频网站服务分类
- (2) 视频网站运营商分类
- 4.1.2 视频网站运营商总体发展分析
- 4.2 中国视频分享类运营商经营分析
 - 4.2.1 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) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
 - 4.2.2 优酷信息技术(北京)有限公司(优酷网)
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
 - 4.2.3 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) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
 - 4.2.4 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) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
 - 4.2.5 北京爱奇艺科技有限公司(爱奇艺)
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 4.3 中国P2P流媒体(网络电视)运营商经营分析
 - 4.3.1 腾讯控股有限公司(QQlive)
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
 - 4.3.2 上海聚力传媒技术有限公司(PPLIVE)
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
 - 4.3.3 北京联合网视文化传播有限公司(UiTV)
 - (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析
- 4.3.4 上海众源网络有限公司 (PPStream)
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 4.3.5 北京时越网络技术有限公司 (UUSee)
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
- 4.4 中国非分享视频点播类运营商经营分析
 - 4.4.1 乐视网信息技术(北京)股份有限公司(乐视网)
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
 - 4.4.2 百度在线网络技术(北京)有限公司(奇艺网)
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
 - 4.4.3 上海复娱文化传播股份有限公司(激动网)
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
 - 4.4.4 北京捷报互动科技有限公司(捷报在线)
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
 - 4.4.5 宁波成功多媒体通信有限公司(九州梦网)
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析
 - 4.4.6 上海优度宽带科技有限公司(优度宽频)
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营优劣势分析

4.5 中国传统门户类平台运营商经营分析

4.5.1 北京新浪互联信息服务有限公司（新浪视频）

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

4.5.2 北京搜狐互联网信息服务有限公司（搜狐视频）

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第五章 中国视频网站行业盈利模式分析

5.1 中国视频网站行业产业链分析

5.1.1 视频网站行业产业链结构

5.1.2 视频网站行业产业链的构成

- (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

5.1.3 视频网站行业产业链现状调研

- (1) 多元融合
- (2) 内容为王
- (3) 加强营销
- (4) 用户分化

5.2 中国视频网站行业盈利模式分析

5.2.1 视频网站行业内容模式：原创+正版

5.2.2 视频网站行业技术模式：点播+直播

5.2.3 视频网站行业盈利模式类型

(1) 个人付费模式

- 1) 用户付费点播
- 2) 无线增值服务

(2) 企业付费模式

- 1) 免费观看+广告分成
- 2) 创意营销
- 3) 视频技术服务

(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

5.3 中国视频网站主要细分领域盈利模式分析

5.3.1 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

5.3.2 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

5.3.3 部分视频网站盈利模式分析

(1) 优酷网

(2) 酷6网

(3) 乐视网

(4) 迅雷

(5) 快播

(6) PPS

(7) 暴风

5.4 中国视频网站运营战略分析

5.4.1 内容的差异化竞争

(1) 视频分享网站加强原创性和草根性内容

(2) 购买稀有版权

(3) 细分内容

(4) 创立独特的新闻节目制作模式

5.4.2 拓展增值业务

(1) 视频电子商务

(2) 专业性功能性视频

(3) 衍生产品

5.5 中国视频网站行业盈利模式发展趋势预测

5.5.1 视频网站对盈利模式的探索

(1) 视频广告的电视化

(2) 拼创意的另类视频营销

(3) 向用户收费模式

(4) 投资电影扩张至上游产业

(5) 试行全新业务进军电子商务

(6) 提供3G流媒体市场服务

5.5.2 视频网站行业盈利模式发展趋势预测分析

(1) 深挖视频广告潜力

(2) 结合移动终端视频营销

(3) 挖掘社区互动潜力

(4) 优质内容的付费观看

(5) 向上游产业链渗透

第六章 中国视频网站行业细分业务分析

6.1 中国视频网站业务类别概述

6.1.1 视频网站基础服务

(1) 互联网视频基础服务

(2) 手机电视基础服务

(3) 视频网站版权分销服务

6.1.2 视频平台增值服务

(1) 视频平台广告发布服务

(2) 视频平台用户分流服务

6.2 中国视频网站广告业务分析

6.2.1 视频网站广告的兴起

6.2.2 视频网站广告的类型

(1) 前置式广告

(2) 视频贴片广告

(3) 视频浮层广告

(4) 播放器背景广告

(5) UGA视频植入式广告

6.2.3 视频网站广告形式特点

6.2.4 视频网站广告的特征与优势

6.2.5 视频网站广告用户分析

6.2.6 视频网站广告业务规模分析

6.2.7 视频网站广告亟需解决的问题

6.2.8 视频网站广告发展前景展望

6.3 中国网络高清视频业务分析

6.3.1 网络高清视频业务模式分析

6.3.2 网络高清视频用户分析

6.3.3 网络高清视频市场需求分析

6.3.4 网络高清视频发展存在的问题

6.3.5 网络高清视频发展趋势预测

第七章 中国视频网站行业投资分析

7.1 中国视频网站行业投资特性分析

7.1.1 视频网站行业进入壁垒

- (1) 行业准入壁垒
- (2) 资金壁垒 (HJ LT)
- (3) 技术壁垒

7.1.2 视频网站行业市场供求分析

- (1) 视频网站行业市场供求情况分析
- (2) 影响供给变动的因素分析
- (3) 影响需求变动的因素分析

7.1.3 视频网站行业投资环境分析

- (1) 视频网站行业投资兼并与重组事件
- (2) 视频网站行业投资兼并与重组动向
- (3) 视频网站投资时期分布

7.2 中国视频网站行业发展影响因素分析

7.2.1 有利因素分析

- (1) 互联网和3G手机用户规模庞大、增长迅速
- (2) 网络基础设施的建设日益完善
- (3) 政策支持
- (4) 技术进步
- (5) 视频网站广告市场繁荣

7.2.2 不利因素分析

- (1) 影视剧版权因素
- (2) 网络带宽因素
- (3) 法律制度建设相对落后

7.3 中国视频网站行业投资机会与风险分析

7.3.1 视频网站行业投资机会分析

7.3.2 视频网站行业投资风险分析

- (1) 行业监管和产业政策风险
- (2) 宏观经济波动风险
- (3) 市场竞争风险
- (4) 版权诉讼风险
- (5) 用户偏好发生变化风险

7.4 中国视频网站行业投资建议

7.4.1 视频网站行业可投资方向

7.4.2 视频网站行业投资建议

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/media/791373.html>