

2020-2026年中国网络付费 产业发展现状与投资前景预测报告

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

《2020-2026年中国网络付费产业发展现状与投资前景预测报告》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/202006/168131.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

根据报告，中国2012年每个用户花在电视上的时间为平均每天169分钟，2016年下降到152分钟。而2012年，用户在每个移动设备上所有视频平台观看移动互联网视频日均时间为13分钟，2016年上升到95分钟，其复合年增长率为63.6%。根据《2017中国网络视听研究发展报告》，44.4%的网络视频用户已经不再接触电视、电台、报纸等任何传统媒体。56.1%的用户选择每天在智能手机上收看视频。从传统娱乐模式向视频媒体转换，用户需求有望进一步提升。

中国网络视频付费市场规模（亿元）数据来源：公开资料整理
中国网络视频付费用户规模（万人）数据来源：公开资料整理

假设未来更长远的时间，网络视频用户达9亿人，付费渗透率55%，年ARPU值400元，则网络视频付费市场规模有望冲击2000亿元。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国网络付费产业发展现状与投资前景预测报告》共十五章。首先介绍了中国网络付费行业市场发展环境、网络付费整体运行态势等，接着分析了中国网络付费行业市场运行的现状，然后介绍了网络付费市场竞争格局。随后，报告对网络付费做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网络付费行业发展趋势与投资预测。您若想对网络付费产业有个系统的了解或者想投资中国网络付费行业，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：

第一章 网络付费行业相关概述

1.1 网络付费行业定义及特

1.1.1 网络付费行业的定义

1.1.2 网络付费行业服务特

1.2 网络付费行业相关分类

1.3 网络付费行业盈利模式分析

第二章 2014-2017年中国网络付费行业发展环境分析

2.1 网络付费行业政治法律环境（P）

- 2.1.1 行业主管单位及监管体
- 2.1.2 行业相关法律法规及政
- 2.1.3 政策环境对行业的影响
- 2.2 网络付费行业经济环境分析（E）
 - 2.2.1 国际宏观经济分析
 - 2.2.2 国内宏观经济分析
 - 2.2.3 产业宏观经济分析
 - 2.2.4 宏观经济环境对行业的影响分析
- 2.3 网络付费行业社会环境分析（S）
 - 2.3.1 人口发展变化情况
 - 2.3.2 城镇化水平
 - 2.3.3 居民消费水平及观念分析
 - 2.3.4 社会文化教育水平
 - 2.3.5 社会环境对行业的影响
- 2.4 网络付费行业技术环境分析（T）
 - 2.4.1 网络付费技术分析
 - 2.4.2 网络付费技术发展水平
 - 2.4.3 行业主要技术发展趋势
 - 2.4.4 技术环境对行业的影响

第三章 全球网络付费行业发展概述

- 3.1 2014-2017年全球网络付费行业发展情况概述
 - 3.1.1 全球网络付费行业发展现状
 - 3.1.2 全球网络付费行业发展特征
 - 3.1.3 全球网络付费行业市场规模
- 3.2 2014-2017年全球主要地区网络付费行业发展状况
 - 3.2.1 欧洲网络付费行业发展情况概述
 - 3.2.2 美国网络付费行业发展情况概述
 - 3.2.3 日韩网络付费行业发展情况概述
- 3.3 2020-2026年全球网络付费行业发展前景预测
 - 3.3.1 全球网络付费行业市场规模预测
 - 3.3.2 全球网络付费行业发展前景分析

3.3.3 全球网络付费行业发展趋势分析

3.4 全球网络付费行业重点企业发展动态分析

第四章 中国网络付费行业发展概述

4.1 中国网络付费行业发展状况分析

4.1.1 中国网络付费行发展概况

4.1.2 中国网络付费行发展特点

4.2 2014-2017年网络付费行业发展现状

4.2.1 2014-2017年网络付费行业市场规模

4.2.2 2014-2017年网络付费行业发展现状

4.3 2020-2026年中国网络付费行业面临的困境及对策

4.3.1 网络付费行业发展面临的瓶颈及对策分析

1、网络付费行业面临的瓶颈

2、网络付费行业发展对策分析

4.3.2 网络付费企业发展存在的问题及对策

1、网络付费企业发展存在的不足

2、网络付费企业发展策略

第五章 中国网络付费行业市场运行分析

5.1 市场发展现状分析

90后、00后以及更年轻的代际群体对于互联网化的生活方式接受度较高，有着天然的黏性和归属感，对于近5-10年发展壮大的互联网内容付费市场有较强的认知度和认可度，我们将这样一个群体定义为“天然付费群体”。2015年的“天然付费群体”（1990年及之后出生的人口，对应2015年约取0~24岁群体）约4亿人，占总人口的29.3%；到2020年，“天然付费群体”预计占总人口的比例约34.1%，2025-2035年每隔5年的预计占比分别为39.0%、43.9%和48.9%。从绝对数角度看，从2015-2035年每5年的“天然付费群体”人口分别为4亿、4.88亿、5.74亿、6.58亿和7.4亿，2020-2035年每5年的同比增速分别为21.3%、17.6%、14.7%和12.5%。同时，90、00后的兴趣爱好更加广泛，对个性化的需求更加突出。

2017年国内网络视频用户的付费比例持续增长，有42.9%的用户曾为视频付费，相比2016年增长7.4%，且预计未来仍将保持较高速的增长趋势，用户的付费意识已经逐步养成。即使在未付费群体中，也有25.5%的用户表示“如果有特别想看的内容，不介意付费”，另

有5.2%的用户称其在未来一年内会进行付费。

据统计，付费内容排名前五的是：影院热映新片、网络大电影、电视台热播剧、网络自制剧和网站自制综艺，付费意愿率分别为58.6%、38.1%、34.9%、21.1%和15.6%。从付费能力来看，用户的付费能力也有较大提升，每月支出40元以上的付费会员从2016年20.2%增加到了2017年的26.0%。2014-2017年用户付费比例情况数据来源：公开资料整理付费内容排名榜数据来源：公开资料整理付费会员月支出上限数据来源：公开资料整理

5.1.1 市场现状

5.1.2 市场容量

5.2 2014-2017年中国网络付费行业总体规模分析

5.2.1 企业数量结构分析

5.2.2 人员规模状况分析

5.2.3 行业资产规模分析

5.2.4 行业市场规模分析

5.3 2014-2017年中国网络付费行业市场供需分析

5.3.1 中国网络付费行业供给分析

5.3.2 中国网络付费行业需求分析

5.3.3 中国网络付费行业供需平衡

5.4 2014-2017年中国网络付费所属行业财务指标总体分析

5.4.1 行业盈利能力分析

5.4.2 行业偿债能力分析

5.4.3 行业营运能力分析

5.4.4 行业发展能力分析

第六章 中国网络付费行业细分市场分析

6.1 网络付费综合社区

6.1.1 市场发展特点分析

6.1.2 目标消费群体

6.1.3 主要业态现状

6.1.4 市场规模

6.1.5 发展潜力

6.2 网络付费社交平台

6.2.1 市场发展特点分析

6.2.2 目标消费群体

6.2.3 主要业态现状

6.2.4 市场规模

6.2.5 发展潜力

6.3 工具型网络付费应用

6.3.1 市场发展特点分析

6.3.2 目标消费群体

6.3.3 主要业态现状

6.3.4 市场规模

6.3.5 发展潜力

6.4 建议

6.4.1 细分市场研究结论

6.4.2 细分市场中建议

第七章 网络付费行业目标客户群分析

7.1 消费者偏好分析

7.2 消费者行为分析

7.3 网络付费行业品牌认知度分析

7.4 消费人群分析

7.4.1 年龄分布情况

7.4.2 性别分布情况

7.4.3 职业分布情况

7.4.4 收入分布情况

7.5 需求影响因素

7.5.1 价格

7.5.2 服务质量

7.5.3 其他

第八章 网络付费行业营销模式分析

8.1 营销策略组合理论分析

8.2 营销模式的基本类型分析

8.3 网络付费行业营销现状分析

8.4 网络付费行业电子商务的应用情况分析

8.5 网络付费行业营销创新发展趋势分析

第九章 网络付费行业商业模式分析

9.1 商业模式的相关概述

9.1.1 参考模型

9.1.2 成功特征

9.1.3 历史发展

9.2 网络付费行业主要商业模式案例分析

9.3 网络付费行业商业模式创新分析

9.3.1 商业模式创新的内涵与特征

9.3.2 商业模式创新的因素分析

9.3.3 商业模式创新的目标与路径

9.3.4 商业模式创新的实践与启示

9.3.5 最具颠覆性创新的商业模式分析

9.3.6 网络付费行业商业模式创新选择

第十章 中国网络付费行业市场竞争格局分析

10.1 中国网络付费行业竞争格局分析

10.1.1 网络付费行业区域分布格局

10.1.2 网络付费行业企业规模格局

10.1.3 网络付费行业企业性质格局

10.2 中国网络付费行业竞争五力分析

10.2.1 网络付费行业上游议价能力

10.2.2 网络付费行业下游议价能力

10.2.3 网络付费行业新进入者威胁

10.2.4 网络付费行业替代产品威胁

10.2.5 网络付费行业现有企业竞争

10.3 中国网络付费行业竞争SWOT分析

10.3.1 网络付费行业优势分析（S）

10.3.2 网络付费行业劣势分析（W）

10.3.3 网络付费行业机会分析（O）

10.3.4 网络付费行业威胁分析（T）

10.4 中国网络付费行业投资兼并重组整合分析

10.4.1 投资兼并重组现状

10.4.2 投资兼并重组案例

10.5 中国网络付费行业重点企业竞争策略分析

第十一章 中国网络付费行业领先企业竞争力分析

11.1 腾讯

11.1.1 企业发展基本情况

11.1.2 企业业务发展情况

11.1.3 企业竞争优势分析

11.1.4 企业经营状况分析

11.2 爱奇艺

11.2.1 企业发展基本情况

11.2.2 企业业务发展情况

11.2.3 企业竞争优势分析

11.2.4 企业经营状况分析

11.3 优酷土豆

11.3.1 企业发展基本情况

11.3.2 企业业务发展情况

11.3.3 企业竞争优势分析

11.3.4 企业经营状况分析

11.4 火山小视频、抖音

11.4.1 企业发展基本情况

11.4.2 企业业务发展情况

11.4.3 企业竞争优势分析

11.4.4 企业经营状况分析

11.5 陌陌

11.5.1 企业发展基本情况

11.5.2 企业业务发展情况

11.5.3 企业竞争优势分析

11.5.4 企业经营状况分析

11.6 西瓜视频

11.6.1 企业发展基本情况

11.6.2 企业业务发展情况

11.6.3 企业竞争优势分析

11.6.4 企业经营状况分析

11.7 趣拍

11.7.1 企业发展基本情况

11.7.2 企业业务发展情况

11.7.3 企业竞争优势分析

11.7.4 企业经营状况分析

第十二章 2020-2026年中国网络付费行业发展趋势与前景分析

12.1 2020-2026年中国网络付费市场发展前景

12.1.1 2020-2026年网络付费市场发展潜力

12.1.2 2020-2026年网络付费市场发展前景展望

12.1.3 2020-2026年网络付费细分行业发展前景分析

12.2 2020-2026年中国网络付费市场发展趋势预测

12.2.1 2020-2026年网络付费行业发展趋势

12.2.2 2020-2026年网络付费市场规模预测

12.2.3 2020-2026年细分市场发展趋势预测

12.3 2020-2026年中国网络付费行业供需预测

12.3.1 2020-2026年中国网络付费行业供给预测

12.3.2 2020-2026年中国网络付费行业需求预测

12.3.3 2020-2026年中国网络付费供需平衡预测

12.4 影响企业经营的关键趋势

12.4.1 行业发展有利因素与不利因素

12.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

12.4.3 服务业开放对网络付费行业的影响

12.4.4 互联网+背景下网络付费行业的发展趋势

第十三章 2020-2026年中国网络付费行业投资前景

13.1 网络付费行业投资现状分析

13.2 网络付费行业投资特性分析

13.2.1 网络付费行业进入壁垒分析

13.2.2 网络付费行业盈利模式分析

13.2.3 网络付费行业盈利因素分析

13.3 网络付费行业投资机会分析

13.3.1 产业链投资机会

13.3.2 细分市场投资机会

13.3.3 产业发展的空白点分析

13.4 网络付费行业投资风险分析

13.4.1 网络付费行业政策风险

13.4.2 宏观经济风险

13.4.3 市场竞争风险

13.4.4 内容制作风险

13.4.5 其他投资风险

13.5 “互联网+”与“双创”战略下企业的投资机遇

13.5.1 “互联网+”与“双创”的概述

13.5.2 企业投资挑战和机遇

13.5.3 企业投资问题和投资策略

1、 “互联网+”和“双创”的战略下企业投资问题分析

2、 “互联网+”和“双创”的战略下企业投资策略探究

13.6 网络付费行业投资潜力与建议

13.6.1 网络付费行业投资潜力分析

13.6.2 网络付费行业最新投资动态

13.6.3 网络付费行业投资机会与建议

第十四章 2020-2026年中国网络付费企业投资战略分析

14.1 企业投资战略制定基本思路

14.1.1 企业投资战略的特点

14.1.2 企业投资战略类型选择

14.1.3 企业投资战略制定程序

14.2 现代企业投资战略的制定

14.2.1 企业投资战略与总体战略的关系

14.2.2 产品不同生命周期阶段对制定企业投资战略的要求

14.2.3 企业投资战略的选择

14.3 网络付费企业战略规划策略分析

14.3.1 战略综合规划

14.3.2 技术开发战略

14.3.3 市场细分规划

14.3.4 产业战略规划

14.3.5 营销品牌战略

14.3.6 竞争战略规划

第十五章 研究结论及建议

15.1 研究结论

15.2 建议

15.2.1 行业发展策略建议

15.2.2 行业投资方向建议

15.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：网络付费行业产业链分析

图表：网络付费行业相关法规

图表：网络付费行业宽带预估

图表：全球网络付费行业发展历程

图表：全球视频行业发展趋势分析

图表：中国网络付费发展历程

图表：2018中国网络付费APP渗透率

图表：网络付费App出现时间线

图表：中国网络付费行业企业结构

图表：2016-2017年中国网络付费行业用户规模（亿）及增长率

图表：中国主要网络付费APP产品融资情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/168131.html>