

# 2020-2026年中国网络视频 付费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

《2020-2026年中国网络视频付费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/202006/167575.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

视频付费市场走向规模化，市场与用户规模将保持持续增长。截至2019年2月，爱奇艺与腾讯视频分别宣布其付费会员规模达6010万和6259万。2013-2020年中国网络视频付费市场用户规模及预测

中企顾问网发布的《2020-2026年中国网络视频付费市场深度分析与投资前景评估报告》共十三章。首先介绍了网络视频付费相关概念及发展环境，接着分析了中国网络视频付费规模及消费需求，然后对中国网络视频付费市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国网络视频付费面临的机遇及发展前景。您若想对中国网络视频付费有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 网络视频付费的相关介绍

#### 1.1 网络视频付费的概念

##### 1.1.1 网络视频付费的定义

##### 1.1.2 网络视频付费类型

##### 1.1.3 网络视频付费应用分类

#### 1.2 网络视频付费格式介绍

##### 1.2.1 视频常用格式

##### 1.2.2 影音文件的主要格式

##### 1.2.3 流媒体文件的主要格式

#### 1.3 网络视频付费特征和特点

#### 1.4 目前网络视频付费观看方式

### 第二章 全球网络视频付费产业的发展

#### 2.1 全球网络视频付费产业发展分析

##### 2.1.1 网络视频付费引起全球互联网流量猛增

##### 2.1.2 2019年全球网络视频付费收入预测分析

## 2.2 美国

### 2.2.1 美国网民热衷于网络视频付费

### 2.2.2 网络视频付费在美国的广泛应用

### 2.2.3 2020-2026年美国在线视频用户规模分析及预测

### 2.2.4 美国视频分享类网站商业模式

### 2.2.5 2020-2026年美国视频广告市场份额分析及预测

### 2.2.6 网络视频付费影响美国观众观看电视节目时间

## 2.3 欧洲

### 2.3.1 欧洲网络电视市场高速增长

### 2.3.2 欧洲网络视频付费广告点击率接近5%

### 2.3.3 调查：网络视频付费兴起 英国人看电视时间减少

## 2.4 亚洲

### 2.4.1 网络视频付费引领亚洲电视发展

### 2.4.2 日本电视机网络化发展已经成大趋势

### 2.4.3 韩国发布互联网发展计划：网速翻100倍

### 2.4.4 印度利用网络视频付费推广旅游资源

## 第三章 中国网络视频付费产业

### 3.1 中国网络视频付费产业发展状况

#### 3.1.1 2015-2019年中国网络视频付费产业整体发展态势

#### 3.1.2 中国网络视频付费发展的三个阶段

#### 3.1.3 2019年网络视频付费市场分析

#### 3.1.4 2019年在线视频整体发展情况

#### 3.1.5 国内网络视频付费已经成为互联网应用的主流

#### 3.1.6 2019年中国在线视频行业三大盘点

#### 3.1.7 2019年中国网络付费视频收入分析

#### 3.1.8 2019年中国网络视频付费大翻身

#### 3.1.9 中国网络视频付费行业出现三大变化

#### 3.1.10 中国网络视频付费全面正版化

#### 3.1.11 2019年度中国在线视频产业十大事件

### 3.2 网络视频付费产业链分析

#### 3.2.1 中国网络视频付费产业链总体分析

- 3.2.2 视频网站与内容提供商的共赢
- 3.2.3 视频技术商融资复出：B2B模式或成新金矿
- 3.2.4 网络渠道商：电商新势力
- 3.2.5 电信运营商开始逐渐重视网络视频付费业务
- 3.3 2019年中国网络视频付费用户分析
  - 3.3.1 中国网络视频付费用户年龄分析
  - 3.3.2 中国网络视频付费用户教育水平分析
  - 3.3.3 中国网络视频付费用户职位分析
  - 3.3.4 中国网络视频付费用户个人月收入分析
  - 3.3.5 中国网络视频付费用户观看时长分析
  - 3.3.6 中国网络视频付费用户观看清晰度要求分析
- 3.4 中国网络视频付费商业运行模式分析
  - 3.4.1 中国网络视频付费商业模式发展现状
  - 3.4.2 中国网络视频付费商业模式存在的问题
  - 3.4.3 中国网络视频付费企业的外部环境分析
  - 3.4.4 视频分享网站的商业模式
  - 3.4.5 中国视频分享网站商业模式存在的问题
  - 3.4.6 视频分享网站商业模式的未来发展趋势
- 3.5 中国网络视频付费营销概况
  - 3.5.1 网络视频付费营销的优势
  - 3.5.2 网络视频付费营销的成功案例
  - 3.5.3 目前网络视频付费营销主要有三种模式
  - 3.5.4 中国网络视频付费营销发展前景
  - 3.5.5 营销建议：网络视频付费与多媒体整合，创造更多营销机会

## 第二部分 细分市场分析

### 第四章 视频分享

- 4.1 视频分享行业发展状况
  - 4.1.1 视频分享网站的特征
  - 4.1.2 视频分享网站的优势
  - 4.1.3 视频分享产业环境分析
    - 4.1.3.1 互联网快速发展为视频网站提供了良好的基础

- 4.1.3.2 政府高度重视视频网站发展
- 4.1.3.3 支撑技术日益成熟
- 4.1.4 2019年中国网络视频付费分享网站发展现状
- 4.1.5 视频分享网站频被诉经营模式存法律风险
- 4.1.6 视频分享网站对电视媒体的影响
- 4.2 手机视频分享
  - 4.2.1 手机视频概念
  - 4.2.2 视频分享发展现状
  - 4.2.3 手机视频市场广阔
  - 4.2.4 手机视频市场面临的问题
  - 4.2.5 制约手机视频分享行业发展因素

## 第五章 P2P流媒体播放平台

- 5.1 P2P流媒体概述
  - 5.1.1 流媒体的定义
  - 5.1.2 P2P流媒体系统播送方式
  - 5.1.3 P2P流媒体系统网络组织结构
  - 5.1.4 P2P流媒体中的关键技术
  - 5.1.5 P2P流媒体的应用
- 5.2 中国P2P流媒体市场的三个发展阶段
- 5.3 运营商的P2P流媒体应用策略
  - 5.3.1 大力发展宽带业务
  - 5.3.2 精细化管道运营
  - 5.3.3 精细化管道运营
  - 5.3.4 收费策略
- 5.4 P2P网络电视
  - 5.4.1 P2P网络电视简介
  - 5.4.2 中国P2P网络电视行业发展现状
  - 5.4.3 P2P流媒体网络电视产业链现状
  - 5.4.4 P2P网络电视的传播优势
  - 5.4.5 P2P网络电视还须跨越六道坎
  - 5.4.6 P2P网络电视的广告载体价值

5.4.7 P2P网络电视内容管理现状和问题

5.4.8 P2P网络电视内容监管模式

5.4.9 P2P网络电视业发展趋势展望

## 第六章 中国P2P网络电视主要运营产品

### 6.1 PPTV

6.1.1 PPTV简介

6.1.2 PPTV软件特性

6.1.3 PPTV软件主要版本

### 6.2 PPStream

6.2.1 PPStream概述

6.2.2 PPStream功能详解

6.2.3 PPStream 辅助软件

### 6.3 UUSee

6.3.1 UUSee概述

6.3.2 UUSee软件特点

6.3.3 UUSee新版新功能

### 6.4 腾讯视频

6.4.1 腾讯视频概述

6.4.2 腾讯视频合作伙伴

6.4.3 腾讯视频全新出品“战略”

## 第七章 其它类型的网络视频付费播放平台148

### 7.1 视频点播

7.1.1 视频点播技术

7.1.1.1 视频点播技术的应用

7.1.1.2 视频点播（VOD）系统的组成

7.1.1.3 视频点播（VOD）系统的前景展望

### 7.2 视频直播

### 7.3 视频搜索

7.3.1 视频搜索的定义

7.3.2 中国重点网络视频付费搜索引擎介绍

- 7.3.3 互联网进入视频搜索时代
- 7.3.4 视频搜索技术的主要类别
- 7.3.5 视频搜索的商业模式
- 7.3.6 网络视频付费搜索趋势
- 7.4 广播网站视频直播产业发展分析

## 第八章 网络视频付费广告

- 8.1 网络视频付费概述
  - 8.1.1 网络视频付费广告定义
  - 8.1.2 网络视频付费广告特点
  - 8.1.3 五大网络视频付费常见广告形式的优势及劣势
  - 8.1.4 网络视频付费广告的价值研究
- 8.2 国际网络视频付费广告的发展
  - 8.2.1 美国网络视频付费广告市场分析
  - 8.2.2 欧洲网络视频付费广告点击率接近5%
- 8.3 中国网络视频付费广告的发展
  - 8.3.1 中国网络视频付费广告的现状
  - 8.3.2 2015-2019年中国网络视频付费广告市场分析
  - 8.3.3 网络视频付费广告的非电视化生存
    - 8.3.3.1 网络视频付费广告的电视化谜局
    - 8.3.3.2 网络视频付费广告的去电视化创新
  - 8.3.4 网络视频付费广告发展面临的问题
  - 8.3.5 影响网络视频付费广告有效传播的主要因素分析
  - 8.3.6 广告主经常使用的视频广告形式
  - 8.3.7 中国网络视频付费广告的趋势

## 第九章 主要视频网站介绍

- 9.1 YOUTUBE
  - 9.1.1 网站介绍
  - 9.1.2 YouTube的发展
  - 9.1.3 YouTube的成功因素
- 9.2 优酷网



- 9.2.1 网站简介
- 9.2.2 优酷网成功的竞争优势
- 9.2.3 2013年优酷第一季度业绩分析
- 9.3 土豆网
  - 9.3.1 网站简介
  - 9.3.2 土豆网成功因素分析
  - 9.3.3 土豆弱势分析
    - 9.3.4.1 土豆内部经营管理分析
    - 9.3.4.2 土豆外部经营分析
- 9.4 56网
  - 9.4.1 网站简介
  - 9.4.2 2015年56网独立访问量稳居国内在线视频前三
  - 9.4.3 56网视频广告受电商青睐原因分析
  - 9.4.4 人人8000万美元全资收购视频网站56网
- 9.5 酷6网
  - 9.5.1 网站简介
  - 9.5.2 酷6网经营模式分析
  - 9.5.3 酷6网商业模式分析
  - 9.5.4 管理模式分析

### 第三部分 应用领域与盈利模式

#### 第十章 网络视频付费的应用领域分析

- 10.1 网络视频付费监控
  - 10.1.1 网络视频付费监控概述
  - 10.1.2 网络视频付费监控的主要应用领域
  - 10.1.3 网络视频付费监控相对模拟监控的优势
  - 10.1.4 网络视频付费监控存在的不足
  - 10.1.5 网络视频付费监控将迈入高速增长时期
  - 10.1.6 网络视频付费监控市场逐步向中小行业和公众家庭用户拓展
  - 10.1.7 电信运营商开展网络视频付费监控业务的相关思考
- 10.2 网络视频付费会议
  - 10.2.1 网络视频付费会议概述

- 10.2.2 网络视频付费会议功能概述
- 10.2.3 网络视频付费会议使用环境
- 10.2.4 网络视频会议系统的多种运用
- 10.2.5 网络视频付费会议行业现状
- 10.2.6 3G推动视频会议行业发展
- 10.2.7 网络视频付费会议发展前景广阔
- 10.2.8 网络视频付费会议的未来发展趋势
- 10.3 其他应用领域
  - 10.3.1 远程视频招聘
    - 10.3.1.1 远程视频招聘逐渐流行
    - 10.3.1.2 远程视频未来发展前景大
  - 10.3.2 视频邮件
  - 10.3.3 中国网络视频付费购物进入新的里程碑
  - 10.3.4 视频看房推动房地产服务行业升级

## 第十一章 网络视频付费盈利模式分析

- 11.1 视频网站主要盈利模式
  - 11.1.1 广告收入
  - 11.1.2 收费用户的培养
  - 11.1.3 通过平台资源借力商务营销扩展收入
  - 11.1.4 不同类型网络视频付费网站盈利模式
- 11.2 视频网络盈利综合分析
  - 11.2.1 视频付费点播模式渐成趋势
  - 11.2.2 网络视频付费盈利面临的困扰透析
  - 11.2.3 视频网站解决收费难方法探讨
  - 11.2.4 视频网站提高盈利能力方式
  - 11.2.5 未来视频网站的盈利模式探讨
- 11.3 视频网站实现盈利的措施
  - 11.3.1 视频网站提高盈利能力方式
  - 11.3.2 视频网站十种可行盈利模式分析

## 第四部分 产业竞争格局

## 第十二章 网络视频付费产业竞争分析

### 12.1 网络视频付费产业竞争现状

#### 12.1.1 2019年中国网络视频付费市场竞争分析

#### 12.1.2 网络视频付费挑战传统电视地位

##### 12.1.2.1 网络版权分销模式基本形成

##### 12.1.2.2 网络自制剧从山寨气质走向精品策略

##### 12.1.2.3 网络视频付费为传统媒体带来一场革命

### 12.2 网络视频付费企业竞争策略

#### 12.2.1 高清成为网络视频付费的竞争决胜点

#### 12.2.2 内容是国内视频网站核心的竞争力

#### 12.2.3 用户体验是网络视频付费制胜保障

### 12.3 视频网站的竞争发展走向分析

#### 12.3.1 民营网络视频付费合纵连横闯出路

#### 12.3.2 网络视频付费趋向主流媒体地位

#### 12.3.3 视频新规将影响视频产业竞争格局

#### 12.3.4 网络视频付费网站巨头竞争三大趋势

## 第五部分 行业发展趋势与策略

### 第十三章 2020-2026年网络视频付费产业投资与趋势预测396

#### 13.1 网络视频付费产业投资潜力

##### 13.1.1 网络视频付费产业面临良好政策环境

##### 13.1.2 网络视频付费将成为互联网领域投资热点

##### 13.1.3 三网融合让视频业迎新机遇

#### 13.2 网络视频付费产业风险投资分析

##### 13.2.1 网络视频付费行业壁垒与盈利能力

##### 13.2.2 门户网站进入视频分享领域面临两大风险

#### 13.3 网络视频付费产业的发展预测2013-2020年中国网络视频付费市场规模及预测

##### 13.3.1 中国网络视频付费发展趋向

##### 13.3.2 网络视频付费市场未来发展六大特点

##### 13.3.3 视频网站将朝多应用方向发展

##### 13.3.4 中国视频网站内容监管方向分析

##### 13.3.5 网络视频付费业态的变迁发展趋势

- 13.3.6 手机电视将成网络视频付费应用主力军
- 13.3.7 网络视频付费领域未来十年发展趋势展望
- 13.3.8 广电系网络视频付费媒体的机遇与挑战

图表目录：

- 图表 传统电视与网络视频付费的比较
- 图表 2015-2019年美国在线视频用户规模
- 图表 2015-2019年美国网络广告市场份额
- 图表 中国网络视频付费发展阶段
- 图表 2015-2019年中国在线视频行业季度市场规模
- 图表 中国网络视频付费产业链
- 图表 视频网站与播放器视频用户年龄分析
- 图表 视频网站与播放器视频用户教育水平分析
- 图表 视频网站与播放器视频用户职位分析
- 图表 视频网站与播放器视频用户个人月平均收入分析
- 图表 视频网站与播放器视频用户工作日观看时长
- 图表 视频网站与播放器视频用户周末/节假日观看时长
- 图表 视频网站与播放器视频用户观看清晰度要求
- 图表 中国网络视频付费商业模式
- 图表 中国宽带用户规模
- 图表 2015-2019年中国宽带用户规模
- 图表 基于树的P2P流媒体传输
- 图表 2020-2026年美国网络广告市场份额分析及预测
- 图表 2020-2026年网络视频付费市场用户规模分析及预测
- 图表 2020-2026年网络视频付费市场收入分析及预测
- 图表 2015-2018中国网络视频付费市场收入
- 图表 2015-2019年中国在线视频行业广告市场规模
- 图表 2015-2019年中国在线视频行业广告市场规模
- 图表 2015-2019年中国在线视频行业广告收入份额
- 图表 2018中国在线视频行业广告收入份额
- 图表 2018中国在线视频广告主要类型分布
- 图表 2015-2019年酷6网络视频付费业务收入增长情况

图表 2019年网络视频付费主要厂商市场份额

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/167575.html>