

## 2025-2030年中国网络视频行业发展前景与投资战略规划分析报告

## 目 录

## CONTENTS

- 第1章：中国网络视频行业发展概述
  - 1.1 网络视频行业的界定
    - 1.1.1 网络视频的定义
    - 1.1.2 网络视频行业界定
    - 1.1.3 网络视频的分类
  - 1.2 网络视频行业特性分析
    - 1.2.1 网络视频行业生命周期
      - (1) 网络视频行业所处的生命周期
      - (2) 网络视频行业对经济周期的反应
    - 1.2.2 网络视频行业价值分析
    - 1.2.3 网络视频的优势
      - (1) 网络视频节目容量非常大
      - (2) 节目类型多样，涉及面广
      - (3) 可以实现自主点播和双向互动
      - (4) 网络视频存储简单、接收方便
  - 1.3 中国网络视频发展环境分析
    - 1.3.1 政策环境分析
      - (1) 网络视频行业监管机构
      - (2) 网络视频行业监管政策
      - (3) 网络视频行业长期发展规划
      - (4) 政策环境对行业发展的影响分析
    - 1.3.2 经济环境分析
      - (1) 中国经济发展现状
      - (2) 中国经济发展展望
      - (3) 经济环境对网络视频行业发展的影响分析
    - 1.3.3 社会环境分析
      - (1) 社会环境发展现状
      - (2) 中国网络视频版权环境分析
      - (3) 社会环境对行业发展的影响分析
    - 1.3.4 技术环境分析
      - (1) 网络视频行业主要技术
      - (2) 网络视频行业技术现状
      - (3) 网络视频行业技术发展趋势
      - (4) 技术环境对行业发展的影响分析
  - 1.4 网络视频行业发展机遇与挑战分析
- 第2章：全球网络视频行业发展状况分析
  - 2.1 全球网络视频行业发展状况
    - 2.1.1 全球网络视频行业所处生命周期
    - 2.1.2 全球网络视频用户规模
    - 2.1.3 全球网络视频市场规模
    - 2.1.4 美国网络视频行业发展分析
      - (1) 美国网络视频行业现状
      - (2) 美国网络视频用户规模
  - 2.2 全球领先网络视频企业发展分析
    - 2.2.1 全球知名网络视频企业发展概况
    - 2.2.2 全球领先网络视频企业发展状况
      - (1) YouTube
      - (2) HULU网
      - (3) Netflix
      - (4) 亚马逊视频点播
  - 2.3 全球网络视频行业发展趋势与前景分析

- 2.3.1 全球网络视频行业发展前景分析
- 2.3.2 全球网络视频行业发展趋势分析
- 第3章：中国网络视频行业发展状况分析**
- 3.1 中国网络视频行业发展状况分析**
- 3.1.1 中国网络视频行业发展历程
- 3.1.2 网络视频行业发展新动向
- 3.1.3 中国网络视频用户规模
- 3.2 中国网络视频行业供求分析**
- 3.2.1 网络视频行业市场供给分析
- 3.2.2 中国网络视频市场需求分析
- 3.2.3 影响供给和需求变动的因素分析
- 3.3 中国网络视频行业波特五力模型分析**
- 3.3.1 潜在进入者威胁分析
- 3.3.2 替代品威胁分析
- 3.3.3 买方议价能力分析
- 3.3.4 供应商议价能力分析
- 3.3.5 现有竞争者的竞争能力
- 3.4 中国网络视频行业的竞争格局分析**
- 3.5 中国网络视频行业发展痛点分析**
- 3.5.1 市场垄断，平台战略同质
- 3.5.2 创新缺乏，内容模仿成风
- 3.5.3 技术强加，内容含金量低
- 3.5.4 评估复杂，评判两极分化
- 第4章：中国网络视频行业用户行为调研**
- 4.1 中国网络视频行业用户属性分析**
- 4.1.1 网络视频用户基本属性
  - (1) 网络视频用户性别分布
  - (2) 网络视频用户年龄分布
- 4.1.2 网络视频用户其他属性
  - (1) 网络视频用户学历分布
  - (2) 网络视频用户职业分布
  - (3) 网络视频用户收入分布
  - (4) 网络视频用户地域分布
- 4.2 中国网络视频行业用户使用行为分析**
- 4.2.1 互联网用户网络接入情况
  - (1) 宽带接入比例
  - (2) 互联网网络平均下载速率
- 4.2.2 网络视频用户的终端设备
- 4.2.3 网络视频使用频率
- 4.2.4 网络视频使用时间
- 4.2.5 网络视频内容的选择
  - (1) 网络视频收看种类
  - (2) 新上映影片的观看行为
  - (3) 用户观看网络剧的媒体消费习惯
- 4.3 中国网络视频付费用户分析**
- 4.3.1 网络视频用户付费意愿
- 4.3.2 网络视频用户内容需求
  - (1) 影响网络视频节目收看的主要因素
  - (2) 付费用户愿意为之付费的内容
  - (3) 不同年龄用户偏好的网络视频类型
- 第5章：中国网络视频行业产业链及相关产业分析**
- 5.1 中国网络视频行业产业链分析**
- 5.1.1 网络视频行业产业链结构
  - (1) 网络视频产业链结构
  - (2) 网络视频产业链构建原则
  - (3) 网络视频行业收入构成分析
- 5.1.2 网络视频行业产业链参与主体
  - (1) 内容提供商
  - (2) 平台运营商

- (3) 视频用户
- (4) 广告代理商
- (5) 分销渠道商
- (6) 技术提供商

#### 5.1.3 网络视频行业产业链现状

### 5.2 中国互联网行业发展概况

- 5.2.1 互联网网民规模
- 5.2.2 互联网应用状况分析
  - (1) 互联网资源应用状况
  - (2) 个人互联网应用发展状况

## 第6章：中国网络视频行业细分业务分析

### 6.1 中国网络视频业务类别概述

- 6.1.1 网络视频基础服务
  - (1) 互联网视频基础服务
  - (2) 手机电视基础服务
  - (3) 网络视频版权分销服务
- 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 中国网络视频广告业务分析

- 6.2.1 网络视频广告兴起
- 6.2.2 网络视频广告的类型
- 6.2.3 网络视频广告的特点
- 6.2.4 网络视频广告相比传统电视广告的优势
- 6.2.5 网络视频广告用户分析
  - (1) 网络视频广告印象
  - (2) 网络视频广告接受度
  - (3) 网络视频广告点击率
- 6.2.6 网络视频广告业务规模分析
- 6.2.7 各厂商网络视频广告收入竞争格局分析
- 6.2.8 网络视频广告亟需解决的问题
  - (1) 视频广告点击率下降
  - (2) 无有效的媒体收视与广告效果监测平台
- 6.2.9 网络视频广告发展前景展望

### 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
  - (1) 业务模式
  - (2) 收费方式及标准
- 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
  - (1) 用户对网络高清视频的需求
  - (2) 国内网络高清视频服务水平
  - (3) 网络高清视频用户认知度
  - (4) 网络高清视频用户规模
- 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分析

## 第7章：中国网络视频行业商业模式分析

### 7.1 网络视频行业经营模式分类

- 7.1.1 按技术因素分类
  - (1) 视频点播
  - (2) 视频直播
- 7.1.2 按视频内容分类
  - (1) 原创模式
  - (2) 正版影视模式
- 7.1.3 按盈利方式分类
  - (1) 员付费模式
  - (2) 企业付费模式

### 7.2 中国网络视频行业盈利模式分析

- 7.2.1 网络视频行业内容模式：原创+正版

- (1) 正版
  - (2) 原创
  - (3) 网络剧
  - (4) 网络综艺
- 7.2.2 网络视频行业技术模式：点播+直播
- 7.2.3 网络视频行业盈利模式类型
- (1) 商业广告模式
  - (2) 会员付费模式
  - (3) 其他商业模式

### 7.3 中国网络视频行业主要细分领域盈利模式分析

- 7.3.1 网络剧盈利模式分析
- (1) 付费观看
  - (2) 制作分账
  - (3) 商业广告
- 7.3.2 网络电影盈利模式分析
- 7.3.3 网络综艺盈利模式分析
- (1) 商业广告
  - (2) 付费观看
- 7.3.4 部分视频平台盈利模式分析
- (1) 爱奇艺
  - (2) 优酷视频

### 7.4 中国网络视频运营战略分析

- 7.4.1 内容的差异化竞争
- 7.4.2 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
- 7.4.3 流量变现
- (1) 付费市场规模化
  - (2) 付费业务模式精益升级
  - (3) 深挖视频广告潜力
- 7.4.4 多元化经营
- (1) 试行全新业务进军电子商务
  - (2) 挖掘社区互动潜力
  - (3) 拓展海外渠道

## 第8章：中国网络视频运营商经营分析

### 8.1 中国网络视频运营商总体概况

- 8.1.1 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
- 8.1.2 网络视频运营商总体发展分析
- (1) 各视频网站月活跃人数对比分析
  - (2) 各视频网站会员人数对比分析

### 8.2 中国视频分享类运营商经营分析

- 8.2.1 优酷信息技术（北京）有限公司
- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业运营情况分析
  - (3) 优酷网视频服务分析
  - (4) 企业经营状况优劣势分析
  - (5) 企业投资兼并与重组分析
  - (6) 企业最新发展动向分析
- 8.2.2 北京微播视界科技有限公司
- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业经营情况分析
  - (3) 抖音视频服务分析
  - (4) 企业经营情况优劣势分析
  - (5) 企业投资兼并与重组分析
  - (6) 企业最新发展动向分析
- 8.2.3 北京快手科技有限公司

- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业经营情况分析
  - (3) 快手视频服务分析
  - (4) 企业经营情况优劣势分析
  - (5) 企业投资兼并与重组分析
  - (6) 企业最新发展动向分析
- 8.2.4 厦门美图网科技有限公司
- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业经营情况分析
  - (3) 美拍视频服务分析
  - (4) 企业经营情况优劣势分析
  - (5) 企业最新发展动向分析
- 8.2.5 武汉斗鱼网络科技有限公司
- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业经营情况分析
  - (3) 斗鱼直播服务分析
  - (4) 企业经营情况优劣势分析
  - (5) 企业最新发展动向分析
- 8.2.6 广州虎牙信息科技有限公司
- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业运营情况分析
  - (3) 虎牙直播视频服务分析
  - (4) 企业经营状况优劣势分析
  - (5) 企业最新发展动向分析
- 8.2.7 北京密境和风科技有限公司
- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 花椒直播视频服务分析
  - (3) 企业经营情况优劣势分析
  - (4) 企业投资兼并与重组分析
  - (5) 企业最新发展动向分析
- 8.3 中国非分享视频点播类运营商经营分**
- 8.3.1 北京爱奇艺科技有限公司
- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业经营情况分析
  - (3) 爱奇艺视频服务分析
  - (4) 企业经营情况优劣势分析
  - (5) 企业最新发展动向分析
- 8.3.2 深圳市腾讯视频文化传播有限公司
- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业经营情况分析
  - (3) 腾讯视频的视频服务分析
  - (4) 企业经营情况优劣势分析
  - (5) 企业最新发展动向分析
- 8.3.3 湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司
- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 企业经营情况分析
  - (3) 第一视频视频服务分析
  - (4) 企业经营情况优劣势分析
  - (5) 企业投资兼并与重组分析
  - (6) 企业最新发展动向分析
- 8.4 中国传统门户类平台运营商经营分析**
- 8.4.1 北京搜狐互联网信息服务有限公司
- (1) 企业发展简况分析
  - (2) 搜狐视频经营状况
  - (3) 搜狐视频服务重点
  - (4) 企业经营情况优劣势分析
  - (5) 企业最新发展动向分析
- 8.4.2 北京新浪互联信息服务有限公司
- (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业运营情况分析
  - (3) 新浪视频网视频服务分析
  - (4) 企业经营状况优劣势分析
- 第9章：中国网络视频行业发展前景预测与投资建议**
- 9.1 中国网络视频行业发展趋势及市场前景分析**
- 9.1.1 中国网络视频行业影响因素分析
    - (1) 有利因素分析
    - (2) 不利因素分析
  - 9.1.2 中国网络视频行业发展趋势分析
  - 9.1.3 中国网络视频行业发展前景展望
- 9.2 中国网络视频行业投资特性分析**
- 9.2.1 网络视频行业投资现状分析
    - (1) 网络视频行业投资事件汇总
    - (2) 网络视频网站投资阶段分布
  - 9.2.2 网络视频行业进入壁垒分析
    - (1) 市场准入壁垒
    - (2) 资金壁垒
    - (3) 技术壁垒
  - 9.2.3 网络视频行业投资风险预警
    - (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) 用户偏好发生变化风险
- 9.3 中国网络视频行业投资价值与机会分析**
- 9.3.1 网络视频行业投资价值分析
  - 9.3.2 网络视频行业投资机会分析
    - (1) 短视频投资机会
    - (2) 网络电影投资机会
    - (3) 知识付费及微综艺投资机会
- 9.4 中国网络视频行业投资建议**
- 9.4.1 网络视频行业可投资方向
    - (1) 节目智能化传播
    - (2) 跨屏传播
    - (3) 沉浸式的消费体验
  - 9.4.2 网络视频行业的投资建议
    - (1) 平台
    - (2) 评估体系
    - (3) 技术

## 图表目录

- 图表1：网络视频内容来源
- 图表2：网络视频行业产品分类
- 图表3：网络视频行业的发展阶段
- 图表4：行业经济周期的划分
- 图表5：2019-2024年网络视频行业市场规模增长率与GDP增长率对比分析（单位：%）
- 图表6：网络视频行业价值
- 图表7：中国互联网视频服务行业监管职责划分情况
- 图表8：2013-2024年网络视频相关政策
- 图表9：《新闻出版广播影视“十四五”发展规划》
- 图表10：2018-2024年中国国内生产总值及其增长情况（单位：亿元，%）
- 图表11：主要机构对2019年中国宏观经济的展望（单位：%）
- 图表12：2019-2024年网络视频行业市场规模增速与GDP增速散点图
- 图表13：2018-2024年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图（单位：元，%）
- 图表14：2018-2024年中国城镇居民人均可支配收入及增长率（单位：元，%）
- 图表15：2012-2024年中国城乡居民消费支出增长（单位：元，%）

- 图表16: 2018-2024年中国居民人均教育文化娱乐消费支出及占比情况 (单位: 元, %)
- 图表17: 2011-2024年中国网络视频盗版发展历程
- 图表18: 2024年中国网络视频用户观看正版/盗版网络视频内容分布情况 (单位: %)
- 图表19: 2020-2024年中国视频相关诉讼案件数量情况 (单位: 件)
- 图表20: 2020-2024年部分电视剧网络版权价格
- 图表21: 2020-2024年网络视频用户规模 (单位: 万人)
- 图表22: 网络视频行业版权之困的解决对策
- 图表23: 四类视频编解码技术的情况
- 图表24: CDN技术的优劣势
- 图表25: 两种P2P技术的区别
- 图表26: 网络视频内容制播与发布技术
- 图表27: 网络视频传输网络技术
- 图表28: 网络视频终端技术
- 图表29: 网络视频其他技术
- 图表30: 国内网络视频行业专利数量前十技术 (单位: 件)
- 图表31: 2018-2024年网络视频专利数量 (单位: 件)
- 图表32: 网络视频技术前十名申请人申请数量 (单位: 件)
- 图表33: 网络视频行业技术发展趋势
- 图表34: 中国网络视频行业发展机遇与挑战分析
- 图表35: 全球网络视频发展阶段及特征
- 图表36: 2020-2024年移动视频播放量占比 (单位: %)
- 图表37: 2025-2030年全球在线视频收入规模 (单位: 亿美元)
- 图表38: 美国网络视频行业主要参与者
- 图表39: 2024年美国网络视频服务市时长占比情况 (单位: %)
- 图表40: 2024年美国青少年、千禧一代、X世代网络视频用户规模 (单位: 万人)
- 图表41: 国外网络视频主要企业概况
- 图表42: YouTube内容生态
- 图表43: YouTube盈利模式
- 图表44: HULU内容定位
- 图表45: 2020-2024年Netflix营业收入 (单位: 百万美元)
- 图表46: 2020-2024年Netflix净利润 (单位: 百万美元)
- 图表47: 2018-2024年Netflix订阅用户情况 (单位: 万人, %)
- 图表48: Netflix成功因素分析
- 图表49: 亚马逊、Netflix、Hulu电影库数量 (单位: 部)
- 图表50: 2025-2030年全球网络视频规模预测 (单位: 亿美元)
- 图表51: 全球网络视频行业发展趋势
- 图表52: 网络视频发展历程
- 图表53: 2020-2024年网络视频行业发展新动向
- 图表54: 2020-2024年中国网络视频用户数及使用率情况 (单位: 万人, %)
- 图表55: 2018-2024年中国手机网络视频用户数及手机网民使用率 (单位: 亿人, %)
- 图表56: 2024年主要内容提供企业或平台
- 图表57: 短视频平台种类
- 图表58: 2024年主要直播平台
- 图表59: 2020-2024年中国网络视频行业市场规模情况 (单位: 亿元, %)
- 图表60: 网络视频行业供给和需求变动的影响因素
- 图表61: 中国网络视频行业五力分析
- 图表62: 2024年中国网络视频行业市场分布
- 图表63: 2024年中国短视频行业市场分布
- 图表64: 2024年中国网络视频用户男女比例 (单位: %)
- 图表65: 2024年中国网络视频用户年龄结构 (单位: %)
- 图表66: 2024年用户不同学历网络视频使用率 (单位: %)
- 图表67: 2024年中国网络视频用户职业结构 (单位: %)
- 图表68: 2024年中国网络视频用户月收入结构 (单位: %)
- 图表69: 2024年中国网络视频用户地域结构 (单位: %)
- 图表70: 2020-2024年光纤接入和100Mbps及以上接入速率的固定互联网宽带接入用户占比情况 (单位: %)
- 图表71: 2019-2024年中国光纤宽带用户规模及占比情况 (单位: 万户, %)
- 图表72: 2024年各运营商固定与移动网络平均下载速率 (单位: Mbit/s)
- 图表73: 2024年中国网络视频用户对终端设备的使用情况 (单位: %)
- 图表74: 2024年中国网络视频节目收看频率 (单位: %)

- 图表75：中国网络视频用户不同终端设备收看频率（单位：%）
- 图表76：2024年中国网络视频节目用户日均观看时长统计情况（单位：%）
- 图表77：2024年中国网络视频用户影视剧题材偏好情况（单位：%）
- 图表78：2024年上新网络电影情况各题材前台播放量分布（单位：%）
- 图表79：2024年我国部分网络综艺节目与卫视综艺节目豆瓣评分对比分析列表
- 图表80：2024年网络视频用户对于新上映电影了解途径（单位：%）
- 图表81：2024年网络视频用户对于网络电影观看终端的偏好情况（单位：%）
- 图表82：2024年网络剧用户付费意愿情况（单位：%）
- 图表83：2020-2024年中国网络视频用户付费比例及增长情况（单位：%）
- 图表84：影响网络视频节目收看的主要因素（单位：%）
- 图表85：付费用户愿意为之付费的内容（单位：%）
- 图表86：不同年龄用户偏好的节目类型
- 图表87：网络视频行业产业链示意图
- 图表88：网络视频产业链构建原则
- 图表89：2024年我国视频行业收入构成情况（单位：%）
- 图表90：传统媒体内容提供商
- 图表91：网络视频平台运营商的分类
- 图表92：2024年网络视频用户人数占比（单位：%）
- 图表93：广告服务主要参与者
- 图表94：基础技术提供商
- 图表95：网络视频行业产业链现状归纳
- 图表96：2013-2024年中国网民规模与互联网普及率增长趋势（单位：亿人，%）
- 图表97：2018-2024年中国网站数量变化趋势（单位：万个）
- 图表98：2019-2024年上半年中国移动互联网接入流量变化情况（单位：亿GB）
- 图表99：2024年手机网民各应用使用时长占比（单位：%）
- 图表100：2020-2024年中国网民各类互联网应用使用率
- 图表101：网络高清视频服务技术需求
- 图表102：平板电视屏幕分辨率所需要求
- 图表103：手机电视业务实现方式
- 图表104：网络视频广告类型
- 图表105：网络视频广告特点
- 图表106：网络视频广告相较传统电视广告优势
- 图表107：2019-2024年中国网络视频广告市场规模及增长率（单位：亿元，%）
- 图表108：2024年中国网络视频市场收入份额（单位：%）
- 图表109：网络视频广告发展趋势
- 图表110：2024年各大视频网站VIP收费情况（单位：元）
- 图表111：2020-2024年爱奇艺会员人数（单位：亿人）
- 图表112：网络高清视频用户认知度（单位：%）
- 图表113：2020-2024年网络高清视频用户规模（单位：亿人）
- 图表114：2010-2024年中国网络版权保护大事记
- 图表115：2024年主要网络平台原创综艺
- 图表116：2024年网络剧剧本来源统计（单位：%）
- 图表117：2024年网络综艺节目原创、引进情况统计（单位：%）
- 图表118：2018-2024年中国网络视频行业各业务营收占比（单位：%）
- 图表119：网络视频商业广告发展历程
- 图表120：2024年中国网络视频VIP会员用户看重的会员权益（单位：%）
- 略……完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：[service@qianzhan.com](mailto:service@qianzhan.com)

或登录网站：<https://bg.qianzhan.com/>

我们会竭诚为您服务！