

2012-2016年中国网络视频 市场现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国网络视频市场现状分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/chuanmei1209/H92716I8FT.html>

【报告价格】纸介版7200元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-09-20

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国网络视频市场现状分析及投资前景研究报告》共十四章。介绍了网络视频行业相关概述、中国网络视频产业运行环境、分析了中国网络视频行业的现状、中国网络视频行业竞争格局、对中国网络视频行业做了重点企业经营状况分析及中国网络视频产业发展前景与投资预测。您若想对网络视频产业有个系统的了解或者想投资网络视频行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

第一章、网络视频的相关介绍

第一节、网络视频的概念

- 一、网络视频的定义
- 二、网络视频媒体类型及特点
- 三、网络视频媒体的功能形态特征
- 四、网络视频媒体的优点

第二节、网络视频格式介绍

- 一、影音文件的三种格式
- 二、流媒体文件的四种格式
- 三、其他视频格式

第三节、网络视频的播放方式

- 一、视频下载
- 二、在线点播
- 三、视频轮播
- 四、视频直播
- 五、视频搜索

第二章、国际网络视频产业的发展

第一节、国际网络视频产业发展分析

- 一、全球不同地区网络视频使用习惯存在差异
- 二、体育赛事催热全球网络视频市场
- 三、金砖四国成世界网络视频消费最活跃地区
- 四、发达国家网络视频行业的监管状况

第二节、美国

- 一、美国视频分享网站的两种商业模式
- 二、2009年美国网络视频市场特征分析
- 三、2010年美国网络视频用户规模及未来预测
- 四、2011年美国网络视频市场发展格局

第三节、欧洲

- 一、英国视频网站发展形势分析
- 二、法国网络视频盗版问题愈演愈烈
- 三、德国网络视频市场状况简述
- 四、意大利对网络视频进行严格监管

第三章、中国网络视频产业分析

第一节、中国网络视频产业发展综况

- 一、中国网络视频行业的发展进程
- 二、中国网络视频行业的整体态势透析
- 三、中国网络视频行业的主要变化
- 四、三网融合成国内网络视频行业发展的加速器
- 五、网络视频冲击传统电视媒体霸主地位

第二节、2009-2011年中国网络视频产业运行分析

- 一、2009年中国网络视频市场发展回顾
- 二、2010年中国网络视频行业总体状况
- 三、2010年中国网络视频行业综合环境分析
- 四、2010年中国网络视频行业发展的主要特征
- 五、2011年网络视频行业掀起新一波整合浪潮

第三节、网络视频产业链分析

- 一、中国网络视频产业链总体发展状况
- 二、视频网站与内容提供商的关系剖析
- 三、电信运营商加速进入网络视频领域
- 四、中国网络视频产业链释放重构讯息
- 五、未来网络视频产业链的三大变化

第四节、中国网络视频商业运行模式分析

- 一、国内网络视频商业模式发展现状

二、产品经营模式与产业价值链运营模式

三、网络视频现有商业模式存在的缺陷

四、P2P流媒体的几种可行商业模式

五、我国网络视频行业的新商业模式

第五节、中国网络视频营销概况

一、网络视频营销的优势与成功案例

二、网络视频进入互动娱乐营销新时代

三、中国网络视频行业掀起营销热潮

四、视频领域新媒体营销异军突起

五、热点事件在网络营销中的应用价值解析

六、微电影成为未来网络视频营销的重要方向

第四章、视频分享

第一节、视频分享行业发展状况

一、视频分享产业环境分析

二、中国视频分享网站发生巨变

三、视频分享月度覆盖用户情况

四、我国视频分享网站力求转型突围

第二节、视频分享网站的主要发展模式

一、UGC模式

二、传统合作模式

三、兼容并包模式

第三节、中国主流视频分享网站的对比分析

一、首页格局与加载速度对比分析

二、播放页对比分析

三、搜索功能对比分析

四、观看质量对比分析

五、视频发布比较分析

六、客户端工具比较分析

七、综合比较分析

第四节、视频分享网站发展建议

一、视频分享网的几种推广手段

- 二、视频分享网站应建立利益刺激机制
- 三、视频分享网站需要加强自律

第五章、P2P流媒体播放平台

第一节、P2P流媒体概述

- 一、P2P与P2P流媒体的定义
- 二、P2P流媒体系统播送方式
- 三、P2P流媒体系统网络组织结构
- 四、P2P流媒体中的关键技术
- 五、P2P流媒体的应用

第二节、P2P流媒体发展总体分析

- 一、P2P流媒体市场的三个发展阶段
- 二、中国P2P流媒体产业发展环境分析
- 三、中国P2P流媒体市场发展概况
- 四、P2P流媒体的发展战略

第三节、P2P流媒体厂商类型

- 一、技术流族
- 二、原创族
- 三、拉帮派
- 四、增值服务型
- 五、另类派
- 六、其他厂商

第四节、P2P网络电视

- 一、中国P2P网络电视发展现状
- 二、P2P网络电视的制胜原因
- 三、P2P网络电视面临的挑战
- 四、P2P网络电视内容监管难题及对策
- 五、P2P网络电视业发展趋势展望

第五节、中国P2P网络电视主要运营产品比较分析

- 一、PPLive
- 二、PPStream
- 三、UUSee

四、QQLive

第六章、其它类型的网络视频播放平台

第一节、视频点播

- 一、视频点播技术及其比较分析
- 二、视频点播行业受众行为研究
- 三、中国在线视频点播网站发展历程
- 四、网络电影的发展前景与对策分析

第二节、视频搜索

- 一、视频搜索的定义与分类
- 二、国内重点网络视频搜索引擎介绍
- 三、视频搜索市场发展概况与面临的挑战
- 四、2011年中国专业视频搜索应运而生
- 五、运营商掘金视频搜索市场的相关建议
- 六、网络视频搜索市场发展趋势

第七章、网络视频广告

第一节、网络视频广告概述

- 一、网络视频广告各类形式简介
- 二、网络视频广告的价值研究
- 三、中国网络视频广告的计费模式
- 四、有效视频广告特点
- 五、网络视频广告较传统广告的四大变化

第二节、国际网络视频广告的发展

- 一、欧洲网络视频广告点击率一路攀升
- 二、法国网络视频广告将步入快速增长期
- 三、2011年美国网络视频广告发展状况
- 四、美国网络视频广告市场发展趋势预测

第三节、中国网络视频广告的发展

- 一、2009年中国网络视频广告市场综述
- 二、2010年中国网络视频广告市场发展状况
- 三、2011年中国网络视频广告市场分析

四、中国网络视频广告产业亟需权威监测机构

五、国内网络视频广告市场拥有巨大潜力

第四节、网络视频广告的市场需求和消费分析

一、广告商对网络视频广告的需求情况

二、广告商对投放网络视频广告的需求

三、广告商对网络视频广告不感兴趣的主要原因

四、网络视频广告对受众消费行为的影响

五、网络视频用户对视频广告接受情况

第五节、网络视频广告的未来发展建议

一、对视频网站的建议

二、对营销商的建议

三、对广告主的建议

四、对广告公司的建议

第八章、2010年中国网络视频用户调查分析

第一节、网络视频用户基本特征分析

一、性别结构

二、年龄结构

三、学历结构

四、职业结构

五、收入结构

六、城乡结构

第二节、网络视频用户的使用行为解析

一、网络视频用户的带宽接入情况

二、网络视频用户使用的终端设备

三、用户对网络视频的使用频率

四、网络视频用户花费的时间

五、网络视频用户的收看方式

六、用户对网络视频的内容选择

第三节、用户对网络视频的分享与上传情况

一、用户分享行为比例

二、用户视频内容分享途径

三、用户上传内容比例

四、用户上传原创内容比例

第四节、网络视频广告用户体验情况

一、用户对网络视频广告的印象

二、用户对网络视频广告接受度

三、网络视频用户广告点击率

第五节、网络视频用户的付费行为分析

一、网络视频用户的付费意愿

二、网络视频付费用户的内容需求

第六节、高清网络视频用户调查分析

一、用户需求状况

二、用户特征

三、用户使用频率

四、用户使用满意度

第九章、网络视频的应用领域分析

第一节、网络视频监控

一、网络视频监控系统概述

二、中国网络视频监控发展的主要驱动因素

三、网络视频监控的两大发展模式剖析

四、高清网络视频监控系统发展分析

五、快速发展形势下网络视频监控存在的不足

六、安防厂商发展网络视频监控业务面临的形势

七、电信运营商开展网络视频监控业务的相关思考

第二节、网络视频会议

一、网络视频会议发展概况

二、视频会议系统的多种应用

三、网络视频会议的产生与发展概述

四、3G助网络视频会议进入规模化发展

五、2011年我国网络视频会议迈入云时代

六、网络视频会议的未来发展走向

第三节、网络视频购物

- 一、中国网络视频购物发展现状
- 二、中国推出首个手机视频导购服务
- 三、视频看房推动房地产服务行业升级
- 四、国内网络视频购物进入新的里程碑
- 五、网络视频购物产生的积极效应分析

第四节、其他应用领域

- 一、网络视频技术在财经传播领域中的应用
- 二、视频招聘悄然现身招聘网站
- 三、视频邮件拓展电子邮件服务新领域
- 四、网络视频招标应用前景光明

第十章、网络视频盈利分析

第一节、视频网站主要盈利模式

- 一、网络广告
- 二、移动增值服务
- 三、视频搜索

第二节、视频网站盈利综合分析

- 一、国内视频网站盈利模式的派别分类
- 二、视频网站纷纷变更盈利模式探寻出路
- 三、中国网络视频行业进入多点盈利时代
- 四、中国视频网站面临的盈利困境

第三节、视频网站对盈利新模式的探索动态

- 一、土豆网紧抓原创题材拓宽盈利渠道
- 二、乐视网成功开辟独特盈利路径
- 三、奇艺网横空出世欲打造中国版Hulu
- 四、六间房确立游戏视频为主的盈利模式
- 五、优酷网进军电影行业寻求盈利突围

第四节、视频网站实现盈利的措施与建议

- 一、探索具有发展空间的盈利模式
- 二、未来视频网站的盈利模式思考
- 三、加强与传统影视媒体的深度合作
- 四、视频网站十种可行的盈利方法

第十一章、网络视频产业竞争分析

第一节、网络视频产业竞争现状

- 一、中国网络视频行业的三股力量分析
- 二、三网融合大势下网络视频行业的竞争环境解析
- 三、2010年中国网络视频产业呈现竞合局势
- 四、2011年中国网络视频行业的三大争端
- 五、2011年网络视频竞争形势发生变化

第二节、网络视频产业的具体竞争格局

- 一、网络视频产业战略集团的划分
- 二、视频分享类网站竞争格局
- 三、视频点播类网站竞争格局
- 四、P2P播放平台竞争格局
- 五、视频搜索企业竞争格局

第三节、网络视频企业竞争策略

- 一、网络视频的竞争决胜点
- 二、“快者为王”是网络视频行业竞争制胜法则
- 三、优化内容是提高网络视频核心竞争力的根本
- 四、视频网站需要以差异化战略提升竞争力

第四节、视频网站的竞争发展走向分析

- 一、各类型视频网站未来生存空间分析
- 二、专业视频网站仍将是网络视频市场的主流
- 三、不同类型的网络视频服务将走向趋同性竞争
- 四、立体式运营将会成为视频网站竞争的核心
- 五、视频新规将影响视频产业竞争格局

第十二章、中国网络视频产业的问题与发展对策

第一节、中国网络视频产业面临的问题和挑战

- 一、网络视频行业存在的两大突出问题
- 二、网络视频的未来发展具有不确定性
- 三、我国网络视频行业发展面临的挑战
- 四、网络视频价值测量体系还不健全
- 五、国内网络视频业存在四大硬伤

第二节、网络视频版权问题分析

- 一、版权成为网络视频产业发展的重大问题
- 二、中国网络视频版权问题继续升温
- 三、中国网络视频版权呈现“三重门”现象
- 四、网络视频内容版权保护的相关思考
- 五、成本和控制力成解决版权的关键点

第三节、网络视频产业发展策略

- 一、网络视频企业的市场破局之道
- 二、我国网络视频行业发展建议
- 三、视频网站的内容整合策略分析
- 四、网络视频产业发展需要宽松的政策环境和有效的保障机制
- 五、西欧宽带视频业务发展带给中国的启示

第十三章、网络视频产业投资与趋势分析

第一节、网络视频产业的投资潜力

- 一、网络视频行业发展的三大动力
- 二、网络视频产业面临良好政策环境
- 三、网络视频将成为互联网领域投资热点

第二节、网络视频产业的投资动态及风险

- 一、2009年网络视频行业再度成为融资热点
- 二、2010年百度网络视频公司获大笔风投融资
- 三、2011年爆米花网转型短视频获巨额投资
- 四、门户网站进入视频分享领域面临两大风险

第三节、网络视频产业的发展预测

- 一、2012-2016年中国网络视频行业发展预测
- 二、未来我国互联网视频行业的发展趋势
- 三、解析未来网络视频市场发展特点
- 四、网络视频应用的六大方向

第十四章、主要视频网站介绍

第一节、YouTube

- 一、网站介绍

- 二、YouTube的成功经验
- 三、Google通过YouTube发力电视广播领域
- 四、YouTube集中精力发展专业视频网络
- 五、2011年YouTube在英国试水新业务

第二节、CNTV（中国网络电视台）

- 一、网站简介
- 二、中国网络电视台的战略定位
- 三、CNTV上线对网络视频行业的影响及未来发展形势
- 四、中国网络电视台发展的SWOT解析

第三节、优酷网

- 一、网站简介
- 二、2009年优酷网经营状况
- 三、2010年优酷网经营状况
- 四、2011年优酷网经营状况
- 五、优酷网发展的核心竞争优势解析
- 六、未来优酷网发力海外电视剧市场

第四节、土豆网

- 一、网站简介
- 二、土豆网正版化发展概述
- 三、2010年土豆网主攻选秀节目视频直播
- 四、2011年土豆网持续发力美剧市场

第五节、酷6网

- 一、网站简介
- 二、2009年酷6传媒经营状况
- 三、2010年酷6传媒经营状况
- 四、2011年酷6传媒经营状况
- 五、酷6网与皮皮网合并的利弊分析
- 六、重组风波过后酷6转型社区化视频网站

第六节、乐视网

- 一、网站简介
- 二、2010年1-12月乐视网经营状况分析
- 三、2011年1-12月乐视网经营状况分析

四、2012年1-3月乐视网经营状况分析

五、乐视网的服务与营销战略

第七节、激动网

一、网站简介

二、激动网创新盈利模式浅析

三、激动网重磅推出面向企业的视频开放平台

四、激动网付费点播业务发展动向

五、激动网成为中国手机视频市场领头羊

第八节、奇艺网

一、网站简介

二、奇艺网“一云多屏”战略取得较大进展

三、奇艺着力发展自制综艺影视业务

四、2011年奇艺隆重推出新版手机客户端

第九节、悠视网

一、网站简介

二、悠视网的个性化集群传播策略

三、2010年悠视网全新改版主抓三大业务

四、2011年悠视网调整战略重心筹划新一轮融资

第十节、天线视频（OpenV）

一、网站简介

二、天线视频发展简况

三、天线视频从视频搜索向视频点播转型

四、2011年OpenV重新上线转向发展视频社区

五、天线视频网新发展策略

附录

附录一：互联网等信息网络传播视听节目管理办法

附录二：互联网视听节目服务管理规定

附录三：中国互联网视听节目服务自律公约

附录四：广播影视知识产权战略实施意见

图表目录：

图表 2009-2015年美国在线视频用户规模

图表 德国视频网站用户数量

图表 2007-2010年中国网络视频用户总体规模

图表 2010年中国网络视频市场收入构成情况

图表 网络视频行业产业链

图表 中国视频网站商业模式

图表 典型视频（广告）营销形式

图表 视频分享产业PEST分析

图表 优酷网的首页

图表 酷6网的首页

图表 土豆网的首页

图表 56网的首页

图表 酷6网、土豆网、优酷网、56网的首页加载速度

图表 四大视频分享网站的观看质量对比

图表 四大视频分享网站的视频上传速度对比

图表 四大视频分享网站视频上传的其他方面对比

图表 四大视频分享网站综合测评结果

图表 中国P2P流媒体市场发展阶段

图表 P2P流媒体产业PEST分析

图表 三种视频点播技术比较

图表 法国网络视频用户对视频广告的反应程度

图表 美国社交媒体和电视与网络视频广告的效果比较

图表 网络视频广告市场趋势

图表 主流视频网站月度视频广告主数量变化趋势

图表 主流视频网站月度视频广告项目数量变化趋势

图表 中国网络视频广告市场规模

图表 2010年网络视频用户性别构成

图表 2010年网络视频用户年龄构成

图表 2010年网络视频用户学历构成

图表 2010年网络视频用户职业构成

图表 2010年网络视频用户收入构成

图表 2010年网络视频用户城乡构成

图表 2010年网络视频用户宽带接入比例

图表 2010年网络视频用户宽带接入速率

图表 2010年网络视频用户终端设备使用情况

图表 2010年网络视频用户上网看视频的频率

图表 2010年网络视频用户平均每周访问时长

图表 2010年网络视频用户收看视频的途径

图表 2010年网络视频用户收看网络视频的方式

图表 2010年网络视频用户收看的视频节目类型

图表 2010年网络视频用户了解新上映影片的渠道

图表 2010年网络视频用户上网了解新上映影片的途径

图表 2010年网络视频用户收看新电影的媒体使用习惯

图表 2010年网络视频用户收看热播剧的媒体使用习惯

图表 2010年网络视频用户视频分享比例

图表 2010年网络视频用户视频分享途径

图表 2010年网络视频用户上传视频比例

图表 2010年网络视频用户上传原创视频比例

图表 2010年用户对各类网络视频广告的印象

图表 2010年用户对各类网络视频的接受度

图表 2010年用户的网络视频广告点击率

图表 2010年网络视频用户付费意愿

图表 2010年网络视频付费用户内容选择

图表 2010年用户对高清视频的认知度

图表 2010年下载和在线收看高清视频用户规模和使用率

图表 2010年高清视频用户性别分布

图表 2010年高清视频用户年龄分布

图表 2010年高清视频用户学历分布

图表 2010年高清视频用户使用频率

图表 2010年高清视频用户满意度调查

图表 网络视频行业战略集团分布状况

图表 视频分享类网站竞争格局

图表 视频点播类网站竞争格局

图表 P2P播放平台竞争格局

图表 视频搜索引擎竞争格局

- 图表 不同类型网络视频服务的融合趋势
- 图表 2012-2016年中国网络视频用户规模预测
- 图表 2008-2009年优酷网综合损益表
- 图表 2008-2009年优酷网不同业务收入情况
- 图表 2009-2010年优酷网综合损益表
- 图表 2009-2010年优酷网不同业务收入情况
- 图表 2010-2011年优酷网综合损益表
- 图表 2009年酷6传媒综合损益表
- 图表 2009-2010年酷6传媒综合损益表
- 图表 2010-2011年酷6传媒综合损益表
- 图表 2010年1-12月乐视网非经常性损益项目及金额
- 图表 2008年-2010年乐视网主要会计数据
- 图表 2008年-2010年乐视网主要财务指标
- 图表 2010年1-12月乐视网主营业务分产品情况
- 图表 2011年1-12月乐视网主要会计数据
- 图表 2011年1-12月乐视网主要财务指标
- 图表 2011年1-12月乐视网非经常性损益项目及金额
- 图表 2011年1-12月乐视网主营业务分产品情况
- 图表 2012年1-3月乐视网主要财务指标
- 图表 2012年1-3月乐视网非经常性损益项目及金额

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1209/H92716I8FT.html>