

2019年中国网络付费行业分析报告- 行业深度调研与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国网络付费行业分析报告-行业深度调研与投资前景研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/401077401077.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

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：商务部

付费内容排名榜

数据来源：商务部付费会员支出上限

数据来源：商务部 68%的用户受会员提前观看的权益吸引而选择付费，65.10%的用户由会员免广告驱动付费，涉及到独家优质内容的因素占比超50%。除此之外，还有一些其他因素如赠送观影券、专属线上线下活动客服、身份标识和专属表情等，也是吸引普通用户向付费用户转变的助力。（JPTC）

视频付费用户受不同会员权益的吸引程度

数据来源：商务部

【报告大纲】

第一章网络付费的相关介绍

1.1网络付费的概念

1.1.1网络付费的定义

1.1.2网络付费类型

1.1.3网络付费应用分类

1.2网络付费格式介绍

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网络付费特征和特点

1.4目前网络付费观看方式

第二章全球网络付费产业的发展

2.1全球网络付费产业发展分析

2.1.1网络付费引起全球互联网流量猛增

2.1.2 2018年全球网络付费收入预测分析

2.2美国

2.2.1美国网民热衷于网络付费

2.2.2网络付费在美国的广泛应用

2.2.3 2019-2025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 2019-2025年美国视频广告市场份额分析及预测

2.2.6网络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欧洲网络付费广告点击率接近5%

2.3.3调查：网络付费兴起英国人看电视时间减少

2.4亚洲

2.4.1网络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90倍

2.4.4印度利用网络付费推广旅游资源

第三章中国网络付费产业

- 3.1中国网络付费产业发展状况
 - 3.1.1 2015-2018年中国网络付费产业整体发展态势
 - 3.1.2中国网络付费发展的三个阶段
 - 3.1.3 2018年网络付费市场调研
 - 3.1.4 2018年在线视频整体发展情况
 - 3.1.5国内网络付费已经成为互联网应用的主流
 - 3.1.6 2018年中国在线视频行业三大盘点
 - 3.1.6 2018年中国网络付费视频收入分析
 - 3.3.6 2018年中国网络付费大翻身
 - 3.3.7中国网络付费行业出现三大变化
 - 3.3.8中国网络付费全面正版化
 - 3.3.9 2018年度中国在线视频产业十大事件
- 3.2网络付费产业链分析
 - 3.2.1中国网络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付费业务
- 3.3 2018年中国网络付费用户分析
 - 3.3.1中国网络付费用户年龄分析
 - 3.3.2中国网络付费用户教育水平分析
 - 3.3.3中国网络付费用户职位分析
 - 3.3.4中国网络付费用户个人月收入分析
 - 3.3.5中国网络付费用户观看时长分析
 - 3.3.6中国网络付费用户观看清晰度要求分析
- 3.4中国网络付费商业运行模式分析
 - 3.4.1中国网络付费商业模式发展现状
 - 3.4.2中国网络付费商业模式存在的问题
 - 3.4.3中国网络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投资预测
- 3.5中国网络付费营销概况
 - 3.5.1网络付费营销的优势
 - 3.5.2网络付费营销的成功案例

3.5.3目前网络付费营销主要有三种模式

3.5.4中国网络付费营销趋势预测

3.5.5营销建议：网络付费与多媒体整合，创造更多营销机会

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

4.1.42018年中国网络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

5.4.6 P2P网络电视内容管理现状和问题

5.4.7 P2P网络电视内容监管模式

5.4.8 P2P网络电视业发展趋势展望

第六章其它类型的网络付费播放平台

6.1 视频点播

6.1.1 视频点播技术

6.1.1.1 视频点播技术的应用

6.1.1.2 视频点播（VOD）系统的组成

6.1.1.3 视频点播（VOD）系统的前景展望

6.2 视频直播

6.3 视频搜索

6.3.1 视频搜索的定义

6.3.2 中国重点网络付费搜索引擎介绍

6.3.3 互联网进入视频搜索时代

6.3.4 视频搜索技术的主要类别

6.3.5 视频搜索的商业模式

6.3.6 网络付费搜索趋势

6.4 广播网站视频直播产业发展分析

第七章网络付费广告

7.1 网络付费概述

7.1.1 网络付费广告定义

7.1.2 网络付费广告特点

7.1.3 五大网络付费常见广告形式的优势及劣势

7.1.4 网络付费广告的价值研究

7.2 国际网络付费广告的发展

7.2.1 美国网络付费广告市场调研

7.2.2欧洲网络付费广告点击率接近5%

7.3中国网络付费广告的发展

7.3.1中国网络付费广告的现状

7.3.22015-2018年中国网络付费广告市场调研

7.3.3网络付费广告的非电视化生存

7.3.3.1网络付费广告的电视化谜局

7.3.3.2网络付费广告的去电视化创新

7.3.4网络付费广告发展面临的问题

7.3.5影响网络付费广告有效传播的主要因素分析

3.3.6广告主经常使用的视频广告形式

7.3.6中国网络付费广告的趋势

第八章主要视频网站介绍

8.1YOUTUBE

8.1.1网站介绍

8.1.2YouTube的发展

8.1.3YouTube的成功因素

8.2优酷网

8.2.1网站简介

8.2.2优酷网成功的竞争优势

8.2.3优酷第一季度业绩分析

8.3土豆网

8.3.1网站简介

8.3.2土豆网成功因素分析

8.3.3土豆弱势分析

8.3.4.1土豆内部经营管理分析

8.3.4.2土豆外部经营分析

8.4 56网

8.4.1网站简介

8.4.2 2018年56网独立访问量稳居国内在线视频前三

8.4.3 56网视频广告受电商青睐原因分析

8.4.4人人7000万美元全资收购视频网站56网

8.5酷6网

8.5.1网站简介

8.5.2酷6网经营模式分析

8.5.3酷6网商业模式分析

8.5.4管理模式分析

8.5.5技术模式分析

8.5.6资本模式分析

8.5.6酷6传媒财报分析

8.621CN

8.6.1网站简介

8.6.221CN主要业务

8.6.321CN首页改版强化媒体内容建设

8.6激动网

8.6.1网站简介

8.6.2激动网探索多元盈利模式

8.6.3激动网3G移动视频业务布局状况

8.7悠视网

8.7.1网站简介

8.7.2悠视网平台优势

8.8天线视频（OPENV）

8.8.1网站简介

8.8.2天线视频产品服务

8.9乐视网

8.9.1网站简介

8.9.2网站特色

8.9.3乐视网创新模式

8.9.42018年乐视网上市

8.10腾讯微视

8.10.1介绍

8.10.2腾讯推微视支持视频通话

第九章网络付费的应用领域分析

9.1网络付费监控

9.1.1网络付费监控概述

9.1.2网络付费监控的主要应用领域

9.1.3网络付费监控相对模拟监控的优势

9.1.4网络付费监控存在的不足

9.1.5网络付费监控将迈入高速增长时期

9.1.6网络付费监控市场逐步向中小行业和公众家庭用户拓展

9.1.6电信运营商开展网络付费监控业务的相关思考

9.2网络付费会议

9.2.1网络付费会议概述

9.2.2网络付费会议功能概述

9.2.3网络付费会议使用环境

9.2.4网络视频会议系统的多种运用

9.2.5网络付费会议行业现状

9.2.63G推动视频会议行业发展

9.2.6网络付费会议趋势预测广阔

9.2.7网络付费会议的投资预测

9.3其他应用领域

9.3.1远程视频招聘

9.3.1.1远程视频招聘逐渐流行

9.3.1.2远程视频投资前景调研预测大

9.3.2视频邮件

9.3.3中国网络付费购物进入新的里程碑

9.3.4视频看房推动房地产服务行业升级

第十章网络付费盈利模式分析

10.1视频网站主要盈利模式

10.1.1广告收入

10.1.2收费用户的培养

10.1.3通过平台资源借力商务营销扩展收入

10.1.4不同类型网络付费网站盈利模式

10.2视频网络盈利综合分析

10.2.1视频付费点播模式渐成趋势

10.2.2网络付费盈利面临的困扰透析

10.2.3视频网站解决收费难方法探讨

10.2.4视频网站提高盈利能力方式

10.2.5未来视频网站的盈利模式探讨

10.3视频网站实现盈利的措施

10.3.1视频网站提高盈利能力方式

10.3.2视频网站十种可行盈利模式分析

第十一章网络付费产业竞争分析

11.1网络付费产业竞争现状

11.1.1 2018年中国网络付费市场竞争分析

11.1.2网络付费挑战传统电视地位

11.1.2.1网络版权分销模式基本形成

11.1.2.2网络自制剧从山寨气质走向精品策略

11.1.2.3网络付费为传统媒体带来一场革命

11.2网络付费企业竞争策略

11.2.1高清成为网络付费的竞争决胜点

11.2.2内容是国内视频网站核心的竞争力

11.2.3用户体验是网络付费制胜保障

11.3视频网站的竞争发展走向分析

11.3.1民营网络付费合纵连横闯出路

11.3.2网络付费趋向主流媒体地位

11.3.3视频新规将影响视频产业竞争格局

11.3.4网络付费网站巨头竞争三大趋势

第十二章2019-2025年网络付费产业投资与趋势预测

12.1网络付费产业投资潜力

12.1.1网络付费产业面临良好政策环境

12.1.2网络付费将成为互联网领域投资热点

12.1.3三网融合让视频业迎新机遇

12.2网络付费产业风险投资分析

12.2.1网络付费行业壁垒与盈利能力

12.2.2门户网站进入视频分享领域面临两大风险

12.3网络付费产业的发展预测

12.3.1中国网络付费发展趋向

12.3.2网络付费市场未来发展六大特点

12.3.3视频网站将朝多应用方向发展

12.3.4中国视频网站内容监管方向分析

12.3.5网络付费业态的变迁发展趋势

12.3.6手机电视将成网络付费应用主力军

12.3.6网络付费领域未来十年发展趋势展望

12.3.7广电系网络付费媒体的机遇与挑战

图表目录：

图表传统电视与网络付费的比较

图表2015-2018年美国在线视频用户规模

图表2015-2018年美国网络广告市场份额

图表中国网络付费发展阶段

图表2015-2018年中国在线视频行业季度市场规模

图表中国网络付费产业链

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平均收入分析

图表详见报告正文 (GYYL)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国网络付费行业分析报告-行业深度调研与投资前景研究》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、阿里巴巴、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型

分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/401077401077.html>