

2018年中国流媒体视频行业分析报告- 市场运营态势与投资前景研究

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《2018年中国流媒体视频行业分析报告-市场运营态势与投资前景研究》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/bandaoti/341740341740.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

通过对Netflix、AmazonPrimeVedio、Hulu、HBONow以及YoutubeRed五大流媒体视频平台/服务的详细对比，美国流媒体视频龙头呈现出的趋势及相同点在于：（1）收入模式上，付费订阅与广告收入为主流，其中付费订阅是各平台重点发展方向。如Hulu在2007年成立之初以广告收入及版权分销收入为主，此后在2010年开始推出并大力发展付费订阅服务HuluPlus；Youtube在UGC短视频分享及广告收入为主的商业模式基础上，于2015年推出YouTubeRed付费订阅服务；

（2）定价上，各平台付费订阅价格趋于统一，且根据服务不同有多档价格可供选择。除了由传统电视业务转型的HBONow定价较高外（14.99美元/月），其他四大平台的基本订阅价均在8-10美元/月，中高端会员的定价也处在11-14美元/月的区间；不同价格的会员拥有不同附加服务，如Netflix基本、标准和高端套餐的价格分别为7.99、10.99和13.99美元，其区别在于视频清晰度（标清、高清、超高清）及可使用的设备数量（1、2、4）等；

（3）原创剧集是各平台打造差异化、吸引订阅用户的重要手段，视频平台自制剧成为优质影视内容的重要供给方和艾美奖的重要角逐者。其中，Netflix凭借《纸牌屋》获得2013年艾美奖三项大奖，打造精品自制剧战略逐渐获得市场认可、并陆续推出了《女子监狱》、《怪奇物语》等优质剧集；AmazonPrimeVedio陆续推出《透明人生》、《高堡奇人》等剧集；此外，Hulu凭借2017年大获成功的剧集《使女的故事》，有望获得更多订阅用户；

（4）一个月免费试用期及学生折扣基本为各平台标配。与国内各平台仅提供首月折扣不同，为最大限度吸引用户订阅，美国五家流媒体视频平台均提供30天免费试用期；同时，除Netflix及YoutubeRed外，其他三家平台均有学生折扣计划。

资料来源：公开资料整理

同时，各平台在广告模式、订阅用户数量、原创剧集数量及附加服务四方面亦存在显著不同：（1）五大平台广告收入比重及广告模式不同。其中，Netflix和YoutubeRed完全无广告，Hulu广告收入占比较大。按照广告类型、是否可跳过，可将目前美国流媒体视频平台的广告模式分为三类：1）同时存在大量片头广告和插播广告，且不可跳过，如Hulu基本会员服务；（2）存在片头广告且不可跳过，如Hulu高级会员；（3）存在可跳过的片头广告，但并非商业广告，而是与自身品牌相关，如AmazonPrimeVedio及HBONow；

（2）付费用户数差异巨大。截止2017年，Netflix拥有1.10亿订阅用户，其中国内订阅

用户5281万人，国际订阅用户5783万人，订阅用户数在各大平台中居首，龙头优势显著。AmazonPrimeVedio本身作为Amazon一项附加会员服务，依托亚马逊巨大的全球会员数量，订阅用户数在6500万以上。Hulu2016年5月宣布订阅用户量达到1200万，并在2017年9月《使女的故事》赢得多项艾美奖之后，宣布付费用户数量再次迎来增长。此外，HBONow及YoutubeRed由于推出时间较晚，目前订阅用户数量分别为200万及150万人，与其他三家平台差异巨大；

（3）内容丰富度及原创剧集数量不同。Netflix、AmazonPrimeVedio和Hulu平台拥有的剧集数量分别为1197、1981和1699部，内容储备较为丰富；而HBONow由于仅播出HBO的独家自制内容，目前储备的剧集数量仅118部，较其他三家平台差距显著。Netflix近年来大力发展自制剧的策略，使得其平台储备原创剧集达239部，远高于竞争对手，为Netflix构筑了强大的护城河；

数据来源：公开数据整理

数据来源：公开数据整理

（4）各平台依托股东或公司业务背景提供不同附加服务，增加订阅吸引力。如Netflix额外付费可享免费DVD邮寄，AmazonPrime高级会员拥有PrimeMusic和PrimePhotos服务，会员可以享受免费的在线音乐、存储不限量的照片；订购YouTubeRed的用户也将同步成为谷歌PlayMusic流媒体音乐服务的会员。（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国流媒体视频行业分析报告-市场运营态势与投资前景研究》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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、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。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国流媒体视频行业发展概述

第一节 流媒体视频行业发展情况概述

一、流媒体视频行业相关定义

二、流媒体视频行业基本情况介绍

三、流媒体视频行业发展特点分析

第二节 中国流媒体视频行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、流媒体视频行业产业链条分析

三、中国流媒体视频行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国流媒体视频行业生命周期分析

一、流媒体视频行业生命周期理论概述

二、流媒体视频行业所属的生命周期分析

第四节 流媒体视频行业经济指标分析

一、流媒体视频行业的赢利性分析

二、流媒体视频行业的经济周期分析

三、流媒体视频行业附加值的提升空间分析

第五节 中国流媒体视频行业进入壁垒分析

一、流媒体视频行业资金壁垒分析

二、流媒体视频行业技术壁垒分析

三、流媒体视频行业人才壁垒分析

四、流媒体视频行业品牌壁垒分析

五、流媒体视频行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球流媒体视频行业市场发展现状分析

第一节 全球流媒体视频行业发展历程回顾

第二节 全球流媒体视频行业市场区域分布情况

第三节 亚洲流媒体视频行业地区市场分析

- 一、亚洲流媒体视频行业市场现状分析
- 二、亚洲流媒体视频行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲流媒体视频行业市场前景分析

第四节 北美流媒体视频行业地区市场分析

- 一、北美流媒体视频行业市场现状分析
- 二、北美流媒体视频行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美流媒体视频行业市场前景分析

第五节 欧盟流媒体视频行业地区市场分析

- 一、欧盟流媒体视频行业市场现状分析
- 二、欧盟流媒体视频行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟流媒体视频行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界流媒体视频行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球流媒体视频行业市场规模预测

第三章 中国流媒体视频产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品流媒体视频总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国流媒体视频行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国流媒体视频产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国流媒体视频行业运行情况

第一节 中国流媒体视频行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国流媒体视频行业市场规模分析

第三节 中国流媒体视频行业供应情况分析

第四节 中国流媒体视频行业需求情况分析

第五节 中国流媒体视频行业供需平衡分析

第六节 中国流媒体视频行业发展趋势分析

第五章 中国流媒体视频所属行业运行数据监测

第一节 中国流媒体视频所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国流媒体视频所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国流媒体视频所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国流媒体视频市场格局分析

第一节 中国流媒体视频行业竞争现状分析

一、中国流媒体视频行业竞争情况分析

二、中国流媒体视频行业主要品牌分析

第二节 中国流媒体视频行业集中度分析

一、中国流媒体视频行业市场集中度分析

二、中国流媒体视频行业企业集中度分析

第三节 中国流媒体视频行业存在的问题

第四节 中国流媒体视频行业解决问题的策略分析

第五节 中国流媒体视频行业竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国流媒体视频行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国流媒体视频行业消费特点

第二节 中国流媒体视频行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 流媒体视频行业成本分析

第四节 流媒体视频行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国流媒体视频行业价格现状分析

第六节 中国流媒体视频行业平均价格走势预测

- 一、中国流媒体视频行业价格影响因素
- 二、中国流媒体视频行业平均价格走势预测
- 三、中国流媒体视频行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国流媒体视频行业区域市场现状分析

第一节 中国流媒体视频行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区流媒体视频市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区流媒体视频市场规模分析
- 四、华东地区流媒体视频市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区流媒体视频市场规模分析
- 四、华中地区流媒体视频市场规模预测
- 第四节 华南地区市场分析
 - 一、华南地区概述
 - 二、华南地区经济环境分析
 - 三、华南地区流媒体视频市场规模分析

第九章 2016-2018年中国流媒体视频行业竞争情况

第一节 中国流媒体视频行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国流媒体视频行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国流媒体视频行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 流媒体视频行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国流媒体视频行业发展前景分析与预测

第一节 中国流媒体视频行业未来发展前景分析

一、流媒体视频行业国内投资环境分析

二、中国流媒体视频行业市场机会分析

三、中国流媒体视频行业投资增速预测

第二节 中国流媒体视频行业未来发展趋势预测

第三节 中国流媒体视频行业市场发展预测

一、中国流媒体视频行业市场规模预测

二、中国流媒体视频行业市场规模增速预测

三、中国流媒体视频行业产值规模预测

四、中国流媒体视频行业产值增速预测

五、中国流媒体视频行业供需情况预测

第四节 中国流媒体视频行业盈利走势预测

一、中国流媒体视频行业毛利润同比增速预测

二、中国流媒体视频行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国流媒体视频行业投资风险与营销分析

第一节 流媒体视频行业投资风险分析

一、流媒体视频行业政策风险分析

二、流媒体视频行业技术风险分析

三、流媒体视频行业竞争风险分析

四、流媒体视频行业其他风险分析

第二节 流媒体视频行业企业经营发展分析及建议

一、流媒体视频行业经营模式

二、流媒体视频行业销售模式

三、流媒体视频行业创新方向

第三节 流媒体视频行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国流媒体视频行业发展策略及投资建议

第一节 中国流媒体视频行业品牌战略分析

- 一、流媒体视频企业品牌的重要性
- 二、流媒体视频企业实施品牌战略的意义
- 三、流媒体视频企业品牌的现状分析
- 四、流媒体视频企业的品牌战略
- 五、流媒体视频品牌战略管理的策略

第二节 中国流媒体视频行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国流媒体视频行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国流媒体视频行业发展策略及投资建议

第一节 中国流媒体视频行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国流媒体视频行业定价策略分析

第三节 中国流媒体视频行业营销渠道策略

- 一、流媒体视频行业渠道选择策略

二、流媒体视频行业营销策略

第四节中国流媒体视频行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国流媒体视频行业重点投资区域分析

二、中国流媒体视频行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/bandaoti/341740341740.html>