

# 2019年中国云服务行业分析报告- 市场行情监测与发展战略规划

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国云服务行业分析报告-市场行情监测与发展战略规划》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/374652374652.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

视频云服务是一种基于云计算技术理念的视频流媒体服务，它能够让客户以低成本、高效率的方式搭建专业的视频系统，从而轻松开展在线视频业务。如下图所示，在典型的视频云服务流程中，内容提供方采集的视频首先会被编码为特定的格式；视频在上传到云服务器后，为适应不同的网络环境和播放终端通常会在云端进行转码，服务端会提供包括数据统计、内容审核、实时水印等在内的个性化增值服务；视频经由内容分发网络（CDN）加速分发，通过解码最终在内容消费方的终端设备上实现播放。

视频云服务的流程示意图

数据来源：观研天下数据中心整理

点播和直播是视频云中最典型的两种服务类型。云转码是点播云服务的核心技术，通过在云端服务器将视频转换为标准格式，根据终端用户的带宽情况选择不同码率的视频文件，实现兼顾清晰和流畅的观看体验。直播与点播相比更具有实时性和突发性，因而直播云服务对延时和首屏时间等指标更加敏感，对高并发和弱网环境下的稳定性也有着更高的要求。

与常见的单向一对多直播不同，互动直播支持用户的双向交流。这种双向交流一方面对延时的容忍度极低，另一方面因为涉及多路视频流，带宽压力和编解码压力成倍增加。当前，视频云厂商多通过结合实时通信技术，解决互动直播中面临的问题。

点播云服务和直播云服务的特点

数据来源：观研天下数据中心整理

自2010年云计算产业被列为国家重点培育和发展的战略新兴产业，中央层面相继出台《关于促进云计算创新发展培育信息产业新业态的意见》、《关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》、《云计算发展三年行动计划（2017 - 2019年）》、《推动企业上云实施指南（2018-2020年）》等文件，不断加大对云计算的政策扶持力度。一方面，云计算基础设施环境的优化有利于视频云服务质量的提高；另一方面，政策鼓励云计算与各行各业的深度融合，视频云服务在更加贴近用户需求的同时，能够有效降低企业发展视频业务的门槛，推动中小企业的创业创新。

移动互联网时代，视频内容产业进入高速发展阶段。2017年中国视频内容行业整体市场规模达到1215.2亿元，同比增长36.7%。泛娱乐直播、短视频等细分领域的爆发不仅催生了大量的视频流量需求，用户对于低延时、零卡顿、首屏秒开等的要求也变得越来越高。在线视频领域激烈的市场竞争迫使企业快速更新迭代，以紧跟行业发展变化的节奏，为视频云服务的发展创造机遇。随着诸多细分领域由蓝海逐渐转变为红海，企业势必会专注于自身核心竞争力的构建，因而更加依赖视频云厂商提供稳定可靠的专业服务。

2014-2020年中国短视频行业市场规模

数据来源：观研天下数据中心整理

2014-2020年中国泛娱乐直播行业市场规模

数据来源：观研天下数据中心整理

互联网时代中的信息传播载体由单一维度的文字，逐渐向多维度的图片、音频、视频演进。相比其他的信息传播载体，视频能够承载更多的信息量，在信息交流的深度上具有明显的优势。如今的视频应用不仅局限在文化娱乐内容，已经渗透到诸多垂直行业，在教育、金融、电商等领域中发挥着关键的作用。不同应用场景下用户的多样化需求，也让视频载体内部分化出各色的传播形式。视频传输技术的进步，加之用户对视频质量、真实性、参与感等要求的提高，正促使视频不断向着高清化、实时性和互动性迈进。

在4G网络普及和流量资费下降的背景下，智能手机为视频播放提供了更加广泛的终端环境，让视频能够随时随地在各种场景下进行播放。根据中国互联网信息中心数据，2017年中国网络视频的用户数量超过5.7亿人，用户使用率达到75%，同年手机网络视频的用户数量达到5.4亿人，用户使用率为72.9%。移动化所带来的改变既体现在播放终端，又体现在视频的生产方式的改变上。视频内容生产的门槛进一步降低，让终端用户从被动参与变成主动生产，进而对视频的上传和播放提出了更高的要求。

2013-2017年中国网络视频用户规模

数据来源：观研天下数据中心整理

2013-2017年中国手机网络视频用户规模

数据来源：观研天下数据中心整理

随着4K、8K视频的出现以及VR/AR的应用，视频对网络带宽的要求将会越来越高。在网络强国战略背景下，我国网络基础设施的建设完善为视频云服务行业的发展奠定了良好的基础。视频云服务中核心的视频编码技术不断进步，通过数据压缩降低信息量，节约存储空间和成本，减少网络带宽的使用；与技术间的加速融合让CDN向着高效率、低成本、智能化的方向演进；视频云与人工智能相结合，云厂商能够为用户提供更加多样的增值服务。

近两年投资热度略有回落，行业规模效应已然显现

与云服务领域的投融资趋势大致吻合，视频云服务的投资热度在2015年达到高潮后逐渐有所回落。考虑到视频云服务行业的技术门槛较高，新进入的创业公司团队通常在音视频领域有一定的技术背景。从融资轮次的角度看，近五年的融资项目中超过50%集中在A轮和B轮，同时有14.3%的融资事件为E轮及以后。对于视频云服务而言，PaaS层服务涉及大量的基础资源成本，在市场扩张的过程中需要持续不断的资金投入；SaaS服务回款速度慢，创业公司现金流压力大，行业规模效应明显。随着主流的公有云厂商相继进入市场，IaaS和PaaS层面的竞争空间已经逐步收窄，未来创业公司的机会将更多体现在垂直领域和SaaS应用上。

2013-2017年中国视频云服务融资轮次分布

数据来源：观研天下数据中心整理

当前各厂商在视频云的基础功能上差异不大，技术进步促使各项性能指标的表现越来越出色，但同时客户对技术指标的敏感度也在逐渐下降。客户对趋同的基础服务粘性偏低，

同质化带来的价格战导致视频云厂商的利润空间被不断压缩，不利于行业的长期健康发展。

从当前视频云厂商的实践来看，主要有三种应对同质化竞争的思路。其一，横向生态布局，在视频产业中布局广泛的厂商，可利用自身的生态优势为客户创造云服务之外的附加价值。其二，纵向价值升级，厂商可围绕视频云做延伸，通过服务于客户业务发展的核心环节，实现价值链条升级。其三，垂直领域深耕，考虑到泛娱乐场景竞争愈发激烈，进一步拓展的空间有限，尤其中小厂商和创业者可深耕垂直领域，率先发力以取得有别于主流公有云厂商的差异化竞争优势。（GYZPP）

观研天下发布的《2019年中国云服务行业分析报告-市场行情监测与发展战略规划》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年中国云服务行业发展概述

#### 第一节 云服务行业发展情况概述

##### 一、云服务行业相关定义

##### 二、云服务行业基本情况介绍

##### 三、云服务行业发展特点分析

#### 第二节 中国云服务行业上下游产业链分析

##### 一、产业链模型原理介绍

## 二、云服务行业产业链条分析

### 三、中国云服务行业产业链环节分析

#### 1、上游产业

#### 2、下游产业

### 第三节 中国云服务行业生命周期分析

#### 一、云服务行业生命周期理论概述

#### 二、云服务行业所属的生命周期分析

### 第四节 云服务行业经济指标分析

#### 一、云服务行业的赢利性分析

#### 二、云服务行业的经济周期分析

#### 三、云服务行业附加值的提升空间分析

### 第五节 中国云服务行业进入壁垒分析

#### 一、云服务行业资金壁垒分析

#### 二、云服务行业技术壁垒分析

#### 三、云服务行业人才壁垒分析

#### 四、云服务行业品牌壁垒分析

#### 五、云服务行业其他壁垒分析

## 第二章 2016-2018年全球云服务行业市场发展现状分析

### 第一节 全球云服务行业发展历程回顾

### 第二节 全球云服务行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲云服务行业地区市场分析

#### 一、亚洲云服务行业市场现状分析

#### 二、亚洲云服务行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲云服务行业市场前景分析

### 第四节 北美云服务行业地区市场分析

#### 一、北美云服务行业市场现状分析

#### 二、北美云服务行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美云服务行业市场前景分析

### 第五节 欧盟云服务行业地区市场分析

#### 一、欧盟云服务行业市场现状分析

#### 二、欧盟云服务行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧盟云服务行业市场前景分析

### 第六节 2019-2025年世界云服务行业分布走势预测

### 第七节 2019-2025年全球云服务行业市场规模预测

## 第三章 中国云服务产业发展环境分析

## 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、全社会消费品云服务总额
- 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

## 第二节中国云服务行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

## 第三节中国云服务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 中国云服务行业运行情况

### 第一节 中国云服务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 中国云服务行业市场规模分析

### 第三节 中国云服务行业供应情况分析

### 第四节 中国云服务行业需求情况分析

### 第五节 中国云服务行业供需平衡分析

### 第六节 中国云服务行业发展趋势分析

## 第五章 中国云服务所属行业运行数据监测

### 第一节 中国云服务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 中国云服务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 中国云服务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年中国云服务市场格局分析

#### 第一节 中国云服务行业竞争现状分析

##### 一、中国云服务行业竞争情况分析

##### 二、中国云服务行业主要品牌分析

#### 第二节 中国云服务行业集中度分析

##### 一、中国云服务行业市场集中度分析

##### 二、中国云服务行业企业集中度分析

#### 第三节 中国云服务行业存在的问题

#### 第四节 中国云服务行业解决问题的策略分析

#### 第五节 中国云服务行业竞争力分析

##### 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年中国云服务行业需求特点与价格走势分析

#### 第一节 中国云服务行业消费特点

#### 第二节 中国云服务行业消费偏好分析

##### 一、需求偏好

##### 二、价格偏好

##### 三、品牌偏好

##### 四、其他偏好

#### 第三节 云服务行业成本分析

#### 第四节 云服务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 中国云服务行业价格现状分析

### 第六节 中国云服务行业平均价格走势预测

- 一、中国云服务行业价格影响因素
- 二、中国云服务行业平均价格走势预测
- 三、中国云服务行业平均价格增速预测

## 第八章 2016-2018年中国云服务行业区域市场现状分析

### 第一节 中国云服务行业区域市场规模分布

#### 第二节 中国华东地区云服务市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区云服务市场规模分析
- 四、华东地区云服务市场规模预测

#### 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、华中地区云服务市场规模分析
- 四、华中地区云服务市场规模预测

#### 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、华南地区云服务市场规模分析

## 第九章 2016-2018年中国云服务行业竞争情况

### 第一节 中国云服务行业竞争结构分析（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 中国云服务行业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 中国云服务行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境

## 二、经济环境

## 三、社会环境

## 四、技术环境

## 第十章 云服务行业企业分析（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 2019-2025年中国云服务行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国云服务行业未来发展前景分析

#### 一、云服务行业国内投资环境分析

#### 二、中国云服务行业市场机会分析

#### 三、中国云服务行业投资增速预测

### 第二节 中国云服务行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国云服务行业市场发展预测

#### 一、中国云服务行业市场规模预测

#### 二、中国云服务行业市场规模增速预测

#### 三、中国云服务行业产值规模预测

#### 四、中国云服务行业产值增速预测

#### 五、中国云服务行业供需情况预测

### 第四节 中国云服务行业盈利走势预测

#### 一、中国云服务行业毛利润同比增速预测

#### 二、中国云服务行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2019-2025年中国云服务行业投资风险与营销分析

## 第一节 云服务行业投资风险分析

- 一、云服务行业政策风险分析
- 二、云服务行业技术风险分析
- 三、云服务行业竞争风险分析
- 四、云服务行业其他风险分析

## 第二节 云服务行业企业经营发展分析及建议

- 一、云服务行业经营模式
- 二、云服务行业销售模式
- 三、云服务行业创新方向

## 第三节 云服务行业应对策略

- 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2019-2025年中国云服务行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国云服务行业品牌战略分析

- 一、云服务企业品牌的重要性
- 二、云服务企业实施品牌战略的意义
- 三、云服务企业品牌的现状分析
- 四、云服务企业的品牌战略
- 五、云服务品牌战略管理的策略

### 第二节 中国云服务行业市场重点客户战略实施

- 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 中国云服务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 2019-2025年中国云服务行业发展策略及投资建议

### 第一节 中国云服务行业产品策略分析

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 中国云服务行业定价策略分析

### 第三节 中国云服务行业营销渠道策略

一、云服务行业渠道选择策略

二、云服务行业营销策略

### 第四节 中国云服务行业价格策略

### 第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国云服务行业重点投资区域分析

二、中国云服务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/hulianwang/374652374652.html>