

2018-2024年中国视频付费 市场运营态势与投资策略分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2018-2024年中国视频付费市场运营态势与投资策略分析报告》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.chinairr.org/report/R13/R1304/201806/07-263661.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

过去的“免费模式”难以支撑视频网站生存，支付手段的成熟、用户付费习惯的日渐成型以及多年对盗版的打击，再加上人们已能够清晰地看到付费模式带来的不是蝇头小利，而是对优质内容的最好支持。

我国在线视频收入结构一般包括付费收入和广告收入，其中视频付费市场处于高速发展期，2016年我国付费视频市场规模突破100亿，叠加MAU涨价预期，我国付费收入规模仍将持续扩大，预计17付费收入规模达到30%的视频市场收入规模占比，而在线视频广告收入规模占比将下降，付费收入和广告收入规模保持5:5的分配比例。

从付费率角度看，2016年我国在线视频付费用户7500万，同比增加160%，2016年我国视频付费率为14%，美国互联网视频付费率53%，中国视频付费率仍存在较大上行空间，因而我们认为视频付费规模仍将持续扩大。

中国产业研究报告网发布的《2018-2024年中国视频付费市场运营态势与投资策略分析报告》共十四章。首先介绍了视频付费相关概念及发展环境，接着分析了中国视频付费规模及消费需求，然后对中国视频付费市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国视频付费面临的机遇及发展前景。您若想对中国视频付费有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。 报告目录：第一章 视频付费行业发展综述1.1 视频付费行业概述1.1.1 行业定义1.1.2 行业主要商业模式1.2 视频付费行业特征分析1.2.1 产业链分析1.2.2 视频付费行业在产业链中的地位1.2.3 视频付费行业生命周期分析（1）行业生命周期理论基础（2）视频付费行业生命周期1.3 中国视频付费行业经济指标分析1.3.1 赢利性1.3.2 成长速度1.3.3 附加值的提升空间1.3.4 进入壁垒 / 退出机制1.3.5 风险性1.3.6 行业周期1.3.7 竞争激烈程度指标1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析 第二章 视频付费行业运行环境分析2.1 视频付费行业政治法律环境分析2.1.1 行业管理体制分析2.1.2 行业主要法律法规2.1.3 行业相关发展规划2.2 视频付费行业经济环境分析2.2.1 国际宏观经济形势分析2.2.2 国内宏观经济形势分析2.2.3 产业宏观经济环境分析2.3 视频付费行业社会环境分析2.3.1 视频付费产业社会环境2.3.2 社会环境对行业的影响2.3.3 视频付费产业发展对社会发展的影响2.4 视频付费行业技术环境分析2.4.1 视频付费技术分析2.4.2 视频付费技术发展水平2.4.3 行业主要技术发展趋势 第三章 我国视频付费行业运行分析

3.1 我国视频付费行业发展状况分析

3.1.1 我国视频付费行业发展阶段

3.1.2 我国视频付费行业发展总体概况

3.1.3 我国视频付费行业发展特点分析

3.2 2017年视频付费行业发展现状

3.2.1 2014-2017年我国视频付费行业市场规模

3.2.2 2017年我国视频付费行业发展分析

3.2.3 2017年中国视频付费企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2017年重点省市市场分析

3.4 视频付费产品/服务价格分析

3.4.1 2014-2017年视频付费价格走势

3.4.2 影响视频付费价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.4.3 2018-2024年视频付费产品/服务价格变化趋势

3.4.4 主要视频付费企业价位及价格策略 第四章我国视频付费行业整体运行指标分析4.1

2014-2017年中国视频付费行业总体规模分析4.1.1 企业数量结构分析4.1.2 人员规模状况分

析4.1.3 行业资产规模分析4.1.4 行业市场规模分析4.2 2014-2017年中国视频付费行业运营情况分

析4.2.1 我国视频付费行业营收分析4.2.2 我国视频付费行业成本分析4.2.3 我国视频付费行业利

润分析4.3 2014-2017年中国视频付费行业财务指标总体分析4.3.1 行业盈利能力分析4.3.2 行业偿

债能力分析4.3.3 行业营运能力分析4.3.4 行业发展能力分析

第五章我国视频付费行业供需形势分析

5.1 视频付费行业供给分析

5.1.1 2014-2017年视频付费行业供给分析

5.1.2 2018-2024年视频付费行业供给变化趋势

5.1.3 视频付费行业区域供给分析

5.2 2014-2017年我国视频付费行业需求情况

5.2.1 视频付费行业需求市场

5.2.2 视频付费行业客户结构

5.2.3 视频付费行业需求的地区差异

5.3 视频付费市场应用及需求预测

5.3.1 视频付费应用市场总体需求分析

(1) 视频付费应用市场需求特征

(2) 视频付费应用市场需求总规模

5.3.2 2018-2024年视频付费行业领域需求量预测

(1) 2018-2024年视频付费行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2018-2024年视频付费行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业视频付费产品/服务需求分析预测 第六章互联网对视频付费行业的影响分析6.1

互联网对视频付费行业的影响6.1.1 智能服务设备发展情况分析1、智能服务设备发展概况2、

主要服务APP应用情况6.1.2 服务智能设备经营模式分析1、智能硬件模式2、服务APP模式3、

虚实结合模式4、个性化资讯模式6.1.3 智能设备对视频付费行业的影响分析1、智能设备对视

频付费行业的影响2、服务智能设备的发展趋势分析6.2 互联网+服务发展模式分析6.2.1 互联

网+服务商业模式解析1、商业模式一(1) 服务模式(2) 盈利模式2、商业模式二(1) 服务

模式(2) 盈利模式6.2.2 互联网+服务案例分析1、案例一2、案例二3、案例三6.3 互联网背景

下视频付费行业发展趋势分析 第七章我国视频付费行业产业链分析7.1 视频付费行业产业链分

析7.1.1 产业链结构分析7.1.2 主要环节的增值空间7.1.3 与上下游行业之间的关联性7.2 视频付费

上游行业分析7.2.1 视频付费产品成本构成7.2.2 2017年上游行业发展现状7.2.3 2018-2024年上游

行业发展趋势7.2.4 上游供给对视频付费行业的影响7.3 视频付费下游行业分析7.3.1 视频付费下

游行业分布7.3.2 2017年下游行业发展现状7.3.3 2018-2024年下游行业发展趋势7.3.4 下游需求对

视频付费行业的影响 第八章我国视频付费行业渠道分析及策略8.1 视频付费行业渠道分析8.1.1

渠道形式及对比8.1.2 各类渠道对视频付费行业的影响8.1.3 主要视频付费企业渠道策略研

究8.1.4 各区域主要代理商情况8.2 视频付费行业用户分析8.2.1 用户认知程度分析8.2.2 用户需求

特点分析8.2.3 用户购买途径分析8.3 视频付费行业营销策略分析8.3.1 中国视频付费营销概

况8.3.2 视频付费营销策略探讨8.3.3 视频付费营销发展趋势 第九章我国视频付费行业竞争形势

及策略9.1 行业总体市场竞争状况分析9.1.1 视频付费行业竞争结构分析(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析(3) 替代品威胁分析(4) 供应商议价能力(5) 客户议价能力(6) 竞

争结构特点总结9.1.2 视频付费行业企业间竞争格局分析9.1.3 视频付费行业集中度分析9.1.4 视

频付费行业SWOT分析9.2 中国视频付费行业竞争格局综述9.2.1 视频付费行业竞争概况(1)

中国视频付费行业竞争格局(2) 视频付费行业未来竞争格局和特点(3) 视频付费市场进入

及竞争对手分析9.2.2 中国视频付费行业竞争力分析（1）我国视频付费行业竞争力剖析（2）我国视频付费企业市场竞争的优势（3）国内视频付费企业竞争能力提升途径9.2.3 视频付费市场竞争策略分析 第十章 视频付费行业领先企业经营形势分析10.1 优酷10.1.1 企业概述10.1.2 企业经营情况分析10.1.3 企业发展战略分析10.2 爱奇艺10.2.1 企业概述10.2.2 企业经营情况分析10.2.3 企业发展战略分析10.3 腾讯10.3.1 企业概述10.3.2 企业经营情况分析10.3.3 企业发展战略分析10.4 360网络院线10.4.1 企业概述10.4.2 企业经营情况分析10.4.3 企业发展战略分析10.5 Amazon10.5.1 企业概述10.5.2 企业经营情况分析10.5.3 企业发展战略分析10.6 Netflix10.6.1 企业概述10.6.2 企业经营情况分析10.6.3 企业发展战略分析 第十一章 2018-2024年视频付费行业投资前景11.1 2018-2024年视频付费市场发展前景11.1.1 2018-2024年视频付费市场发展潜力11.1.2 2018-2024年视频付费市场发展前景展望11.2 2018-2024年视频付费市场发展趋势预测11.2.1 2018-2024年视频付费行业发展趋势11.2.2 2018-2024年视频付费市场规模预测11.2.3 2018-2024年视频付费行业应用趋势预测11.3 2018-2024年中国视频付费行业供需预测11.3.1 2018-2024年中国视频付费行业供给预测11.3.2 2018-2024年中国视频付费行业需求预测11.3.3 2018-2024年中国视频付费供需平衡预测11.4 影响企业生产与经营的关键趋势11.4.1 市场整合成长趋势11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测11.4.3 企业区域市场拓展的趋势11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势 第十二章 2018-2024年视频付费行业投资机会与风险12.1 视频付费行业投融资情况12.1.1 行业资金渠道分析12.1.2 固定资产投资分析12.1.3 兼并重组情况分析12.2 2018-2024年视频付费行业投资机会12.2.1 产业链投资机会12.2.2 重点区域投资机会12.3 2018-2024年视频付费行业投资风险及防范12.3.1 政策风险及防范12.3.2 技术风险及防范12.3.3 供求风险及防范12.3.4 宏观经济波动风险及防范12.3.5 关联产业风险及防范12.3.6 产品结构风险及防范12.3.7 其他风险及防范 第十三章 视频付费行业投资战略研究13.1 视频付费行业发展战略研究13.1.1 战略综合规划13.1.2 技术开发战略13.1.3 业务组合战略13.1.4 区域战略规划13.1.5 产业战略规划13.1.6 营销品牌战略13.1.7 竞争战略规划13.2 对我国视频付费品牌的战略思考13.2.1 视频付费品牌的重要性13.2.2 视频付费实施品牌战略的意义13.2.3 视频付费企业品牌的现状分析13.2.4 我国视频付费企业的品牌战略13.2.5 视频付费品牌战略管理的策略13.3 视频付费经营策略分析13.3.1 视频付费市场创新策略13.3.2 品牌定位与品类规划13.3.3 视频付费新产品差异化战略 第十四章 ZYZF研究结论及投资建议14.1 视频付费行业研究结论14.2 视频付费行业投资价值评估14.3 视频付费行业投资建议14.3.1 行业发展策略建议14.3.2 行业投资方向建议14.3.3 行业投资方式建议 图表目录：图表1：视频付费行业生命周期图表2：视频付费行业产业链结构图表3：2014-2017年全球视频付费行业市场规模图表4：2014-2017年中国视频付费行业市场规模图表5：2014-2017年视频付费行业重要数据指标比较图表6：2014-2017年中国视频付费市场占全球份额比较图表7：2014-2017年视频付费行业工业总产值图表8：2014-2017

年视频付费行业销售收入图表9：2014-2017年视频付费行业利润总额图表10：2014-2017年视频付费行业资产总计图表11：2014-2017年视频付费行业负债总计图表12：2014-2017年视频付费行业竞争力分析图表13：2014-2017年视频付费市场价格走势图图表14：2014-2017年视频付费行业主营业务收入图表15：2014-2017年视频付费行业主营业务成本图表16：2014-2017年视频付费行业销售费用分析图表17：2014-2017年视频付费行业管理费用分析图表18：2014-2017年视频付费行业财务费用分析图表19：2014-2017年视频付费行业销售毛利率分析图表20：2014-2017年视频付费行业销售利润率分析图表21：2014-2017年视频付费行业成本费用利润率分析图表22：2014-2017年视频付费行业总资产利润率分析图表23：2014-2017年视频付费行业集中度分析更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1304/201806/07-263661.html>