

2021-2027年中国互联网视听节目服务市场研究与投资方向研究报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2021-2027年中国互联网视听节目服务市场研究与投资方向研究报告》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.chinairr.org/report/R09/R0904/202108/12-422295.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

2018年网络视听行业规模达2016.8亿元，同比增长39.1%，其中在线视频市场规模为1249.5亿元，同比增长31.2%。网络视听营收模式正大幅由广告等后向收入转为付费等前向收入，付费收入逐年增长。2018年全网共上线3134部网络视听节目，其中会员付费内容超过1853部，占总内容的近60%。2018年，爱奇艺会员服务收入已超过广告收入，达到106亿元，同比增长72%。内容成为了在线视频行业竞争的焦点，不少平台高价购买版权，扩展精品头部内容，以此来提升用户的活跃度。

互联网视听节目的受众持续增长，付费用户大幅增长：截至2018年12月，中国网络视频用户规模达6.12亿，同比增加3309万，增幅5.7%，占网民整体的73.9%；手机网络视频用户规模达5.9亿元，同比增加4101万，占手机网民的72.2%。2018年，我国在线视频付费会员规模超2.3亿。近三年复合增长率达119%，远高于中国网民规模近三年6.28%的复合增长率；网络视频付费用户比例达53%，同比增长23.8%。2018年，腾讯视频会员规模达8900万人，同比增长58%；爱奇艺会员规模达8740万人，同比增长72%。

目前在线视频市场上已经形成了爱奇艺、腾讯视频、优酷视频为第一梯队的阵容，并且优势明显。2018年12月份，爱奇艺月活跃设备数高达5.41亿，腾讯视频紧随其后，也达到5.32亿。而曾经的在线视频龙头平台优酷土豆在被阿里收购后，由于在版权投入方面的缩减，市场份额明显减少，月活跃设备数为3.72亿。

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国互联网视听节目服务市场研究与投资方向研究报告》共十四章。首先介绍了互联网视听节目服务行业市场发展环境、互联网视听节目服务整体运行态势等，接着分析了互联网视听节目服务行业市场运行的现状，然后介绍了互联网视听节目服务市场竞争格局。随后，报告对互联网视听节目服务做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网视听节目服务行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网视听节目服务产业有个系统的了解或者想投资互联网视听节目服务行业，本报告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 互联网视听节目服务行业发展综述

1.1 互联网视听节目服务行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 互联网视听节目服务行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 互联网视听节目服务行业在国民经济中的地位

1.2.3 互联网视听节目服务行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 互联网视听节目服务行业生命周期

1.3 最近3-5年中国互联网视听节目服务行业经济指标分析

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 互联网视听节目服务行业运行环境分析

2.1 互联网视听节目服务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 互联网视听节目服务行业经济环境分析

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 互联网视听节目服务行业社会环境分析

2.3.1 互联网视听节目服务产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.3.3 互联网视听节目服务产业发展对社会发展的影响

2.4 互联网视听节目服务行业技术环境分析

2.4.1 互联网视听节目服务技术分析

2.4.2 互联网视听节目服务技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国互联网视听节目服务所属行业运行分析

3.1 我国互联网视听节目服务行业发展状况分析

3.1.1 我国互联网视听节目服务行业发展阶段

3.1.2 我国互联网视听节目服务行业发展总体概况

3.1.3 我国互联网视听节目服务行业发展特点分析

3.2 2015-2019年互联网视听节目服务行业发展现状

3.2.1 2015-2019年我国互联网视听节目服务行业市场规模

3.2.2 2015-2019年我国互联网视听节目服务行业发展分析

3.2.3 2015-2019年中国互联网视听节目服务企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析

3.4 互联网视听节目服务细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 互联网视听节目服务产品/服务价格分析

3.5.1 2015-2019年互联网视听节目服务价格走势

3.5.2 影响互联网视听节目服务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

3.5.3 2021-2027年互联网视听节目服务产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要互联网视听节目服务企业价位及价格策略

第四章 我国互联网视听节目服务所属行业整体运行指标分析

4.1 2015-2019年中国互联网视听节目服务所属行业总体规模分析

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 所属行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2015-2019年中国互联网视听节目服务所属行业产销情况分析

4.2.1 我国互联网视听节目服务所属行业工业总产值

4.2.2 我国互联网视听节目服务所属行业工业销售产值

4.2.3 我国互联网视听节目服务所属行业产销率

4.3 2015-2019年中国互联网视听节目服务所属行业财务指标总体分析

4.3.1 所属行业盈利能力分析

4.3.2 所属行业偿债能力分析

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 我国互联网视听节目服务行业供需形势分析

5.1 互联网视听节目服务行业供给分析

5.1.1 2015-2019年互联网视听节目服务行业供给分析

5.1.2 2021-2027年互联网视听节目服务行业供给变化趋势

5.1.3 互联网视听节目服务行业区域供给分析

5.2 2015-2019年我国互联网视听节目服务行业需求情况

5.2.1 互联网视听节目服务行业需求市场

5.2.2 互联网视听节目服务行业客户结构

5.2.3 互联网视听节目服务行业需求的地区差异

5.3 互联网视听节目服务市场应用及需求预测

5.3.1 互联网视听节目服务应用市场总体需求分析

(1) 互联网视听节目服务应用市场需求特征

(2) 互联网视听节目服务应用市场需求总规模

5.3.2 2021-2027年互联网视听节目服务行业领域需求量预测

(1) 2021-2027年互联网视听节目服务行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2021-2027年互联网视听节目服务行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业互联网视听节目服务产品/服务需求分析预测

第六章 互联网视听节目服务行业产业结构分析

6.1 互联网视听节目服务产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国互联网视听节目服务行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 产业结构调整方向分析

第七章 我国互联网视听节目服务行业产业链分析

7.1 互联网视听节目服务行业产业链分析

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 互联网视听节目服务上游行业分析

7.2.1 互联网视听节目服务产品成本构成

7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状

7.2.3 2021-2027年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对互联网视听节目服务行业的影响

7.3 互联网视听节目服务下游行业分析

7.3.1 互联网视听节目服务下游行业分布

7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状

7.3.3 2021-2027年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对互联网视听节目服务行业的影响

第八章 我国互联网视听节目服务行业渠道分析及策略

8.1 互联网视听节目服务行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对互联网视听节目服务行业的影响

8.1.3 主要互联网视听节目服务企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 互联网视听节目服务行业用户分析

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 互联网视听节目服务行业营销策略分析

8.3.1 中国互联网视听节目服务营销概况

8.3.2 互联网视听节目服务营销策略探讨

8.3.3 互联网视听节目服务营销发展趋势

第九章 我国互联网视听节目服务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 互联网视听节目服务行业竞争结构分析

(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 互联网视听节目服务行业企业间竞争格局分析

9.1.3 互联网视听节目服务行业集中度分析

9.1.4 互联网视听节目服务行业SWOT分析

9.2 中国互联网视听节目服务行业竞争格局综述

9.2.1 互联网视听节目服务行业竞争概况

(1) 中国互联网视听节目服务行业竞争格局

(2) 互联网视听节目服务行业未来竞争格局和特点

(3) 互联网视听节目服务市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国互联网视听节目服务行业竞争力分析

(1) 我国互联网视听节目服务行业竞争力剖析

(2) 我国互联网视听节目服务企业市场竞争的优势

(3) 国内互联网视听节目服务企业竞争能力提升途径

9.2.3 互联网视听节目服务市场竞争策略分析

第十章 互联网视听节目服务行业领先企业经营形势分析

10.1 爱奇艺

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

10.1.3 产品/服务特色

10.1.4 公司经营状况

10.1.5 公司发展规划

10.2 腾讯视频

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业优势分析

10.2.3 产品/服务特色

10.2.4 公司经营状况

10.2.5 公司发展规划

10.3 优酷视频

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业优势分析

10.3.3 产品/服务特色

10.3.4 公司经营状况

10.3.5 公司发展规划

10.4 芒果TV

10.4.1 企业概况

10.4.2 企业优势分析

10.4.3 产品/服务特色

10.4.4 公司经营状况

10.4.5 公司发展规划

10.5 风行视频

- 10.5.1 企业概况
- 10.5.2 企业优势分析
- 10.5.3 产品/服务特色
- 10.5.4 公司经营状况
- 10.5.5 公司发展规划

第十一章 2021-2027年互联网视听节目服务行业投资前景

- 11.1 2021-2027年互联网视听节目服务市场发展前景
 - 11.1.1 2021-2027年互联网视听节目服务市场发展潜力
 - 11.1.2 2021-2027年互联网视听节目服务市场前景展望
 - 11.1.3 2021-2027年互联网视听节目服务细分行业发展前景分析
- 11.2 2021-2027年互联网视听节目服务市场发展趋势预测
 - 11.2.1 2021-2027年互联网视听节目服务行业发展趋势
 - 11.2.2 2021-2027年互联网视听节目服务市场规模预测
 - 11.2.3 2021-2027年互联网视听节目服务行业应用趋势预测
 - 11.2.4 2021-2027年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2021-2027年中国互联网视听节目服务行业供需预测
 - 11.3.1 2021-2027年中国互联网视听节目服务行业供给预测
 - 11.3.2 2021-2027年中国互联网视听节目服务行业需求预测
 - 11.3.3 2021-2027年中国互联网视听节目服务供需平衡预测
- 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 2021-2027年互联网视听节目服务行业投资机会与风险

- 12.1 互联网视听节目服务行业投融资情况
 - 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 2021-2027年互联网视听节目服务行业投资机会

12.2.1 产业链投资机会

12.2.2 细分市场投资机会

12.2.3 重点区域投资机会

12.3 2021-2027年互联网视听节目服务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 互联网视听节目服务行业投资战略研究

13.1 互联网视听节目服务行业发展战略研究

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 对我国互联网视听节目服务品牌的战略思考

13.2.1 互联网视听节目服务品牌的重要性

13.2.2 互联网视听节目服务实施品牌战略的意义

13.2.3 互联网视听节目服务企业品牌的现状分析

13.2.4 我国互联网视听节目服务企业的品牌战略

13.2.5 互联网视听节目服务品牌战略管理的策略

13.3 互联网视听节目服务经营策略分析

13.3.1 互联网视听节目服务市场细分策略

13.3.2 互联网视听节目服务市场创新策略

13.3.3 品牌定位与品类规划

13.3.4 互联网视听节目服务新产品差异化战略

13.4 互联网视听节目服务行业投资战略研究

13.4.1 2019年互联网视听节目服务行业投资战略

13.4.2 2021-2027年互联网视听节目服务行业投资战略

13.4.3 2021-2027年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议（ ）

14.1 互联网视听节目服务行业研究结论

14.2 互联网视听节目服务行业投资价值评估

14.3 互联网视听节目服务行业投资建议

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（ ）

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/202108/12-422295.html>