

2024-2030年中国视频网站 商业模式市场研究与投资潜力分析报告

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

《2024-2030年中国视频网站商业模式市场研究与投资潜力分析报告》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/R03/R0305/202402/01-595983.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

视频网站是指在完善的技术平台支持下，让互联网用户在线流畅发布、浏览和分享视频作品的网络媒体。除了传统的对视频网站的理解外，近年来，无论是P2P直播网站，BT下载站，还是本地视频播放软件，还将向影视点播扩展作为自己的一块战略要地。影视点播已经成为各类网络视频运营商的兵家必争之地。

国内视频网站与美国流媒体市场均处于激烈竞争的市场环境，同时叠加经济下行带来的广告招商压力，短期2年内不排除头部视频网站联合提价的可能性。

以爱奇艺为例，付费用户选择较多的会员套餐为按月续费、单月收费及单年收费模式，假设选择按月续费的用戶比例为50%，单月收费的用户比例为20%，单年收费用户占比30%，以19Q1爱奇艺9680万付费用户为基准，我们测算得出在提价10%/15%/20%的背景下，单月收入增加额总计2/3/4亿。视频网站会员价格的上调有望大幅提升平台会员收入，缓解资金压力。

产业研究报告网发布的《2024-2030年中国视频网站商业模式市场研究与投资潜力分析报告》共十章。首先介绍了中国视频网站商业模式行业市场发展环境、视频网站商业模式整体运行态势等，接着分析了中国视频网站商业模式行业市场运行的现状，然后介绍了视频网站商业模式市场竞争格局。随后，报告对视频网站商业模式做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国视频网站商业模式行业发展趋势与投资预测。您若想对视频网站商业模式产业有个系统的了解或者想投资中国视频网站商业模式行业，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 视频网站产业属性研究

第一节 产业内涵及外延

第 产业经济属性

一.产业规模经济属性

二.产业进入壁垒

三.产业退出壁垒

四.产业国民经济属性

五.产业边际成本属性

第三节 产业发展周期研究

一.发达国家产业生命周期

二.中国视频网站产业生命周期

三.产品生命周期

第四节 产业产业价值链研究

一.产业价值链分析

二.产业核心价值分析

第二章 视频网站商业模式产业链分析

一.产业链组成及责任

二.产业链各环节代表性企业

三.产业链竞争结构钻石模型分析

四.产业链各产业竞争塑造及趋势

第三章 视频网站产业发展环境研究

第一节 政策环境

第二节 技术环境

第三节 社会环境

第四节 经济环境

第五节 资本环境

第四章 视频网站市场现状及发展趋势

短期播放数据向好，但疫情影响内容生产，视频平台后续排播或受影响。

短期内腰尾部电影在线首发的数量或将增加，而头部影片大概率仍将选择院线上映。院线端每年能够承载的上映数量有限，一季度撤档的电影在疫情结束后会跟后续电影的上映形成竞争。疫情结束后，一方面腰尾部电影迫于竞争压力可能会寻找新的首映模式；另一方面视频平台受剧组停机影响也希望有优质的内容填充，因此腰部院线电影在视频网站首发的情况短期内会持续发生。但是对于头部电影而言，院线端收益明显大于视频端，以2019年爱奇艺网大电影分账为例，《鬼吹灯之巫峡棺山》以1080万有效观影人次、超过3470万票房分账收益，成为2019年网络电影分账冠军，但平均单片RPU值仅3元，而院线端35元平均票价，33%的制作端分账额为11.6元，较视频端优势明显。

疫情影响内容生产，视频平台后续排播或受影响。在严峻的防疫形势之下，影视基地开始暂

停对外开放，其中包括横店影视城，象山影视城，无锡影视基地等拍摄地。受此影响《有翡》（华策克顿），《大江大河2》（正午阳光），《谢谢你医生》（嘉行传媒）等多个剧组停机；统计了2020Q1开机的剧集为24部，可能受到停机的影响延期拍摄延期上线。综艺方面，预计棚内综艺将继续录制但将取消现场观众，而户外及选秀类综艺由于具备人员密集、流动性大等特点，疫情之下节目录制预计受影响。一旦内容生产在疫情影响下无法及时恢复，则视频网站的内容排播将受到较大影响。

2020年Q1待开机剧集

序号 剧名 类型 出品公司 预开机时间

- 1 良辰好景知己何 传奇、爱情、民国 晟喜华视 2020年1月
- 2 亲爱的戎装 现代军旅 芒果TV 2020年1月
- 3 你好，对方辩友2 青春校园 芒果TV 2020年1月
- 4 就这样恋爱吧 爱情喜剧 火凤燎原、三只羊 2020年1月
- 5 燃烧大地 革命史诗 时代光影 2020年1月
- 6 我妈说 都市、家庭、时尚 金刚石影视、耀莱 2020年1月
- 7 孤独的野兽 悬疑、爱情 恒星引力 2020年2月
- 8 闪耀的她们 励志、情感、轻喜剧 恩乔依影视 2020年2月
- 9 极速悖论 当代都市 芒果影视 2020年2月
- 10 一片冰心在玉壶 古装、探案、言情 优酷、慈文、紫风 2020年2月
- 11 遇龙 偶像、言情 企鹅、灿灵 2020年2月
- 12 往后余生 情感、励志 阿里巴巴、优酷、光彩传媒 2020年2月
- 13 南风入我怀 当代都市 芒果影视 2020年2月
- 14 新创业时代 时尚、情景喜剧 优酷、宣煜传媒 2020年2月
- 15 冰雨火 涉案、警匪、缉毒 优酷、芒果超媒、芒果娱乐 2020年2月
- 16 九龙关起义 年代 广东卫视、南方领航、天格等 2020年2月
- 17 一见倾心 民国、偶像、爱情 优酷、万达影视、新媒诚品、译心传媒 2020年2月
- 18 长歌行 古代、爱情 琰玉影视 2020年2月
- 19 沂蒙山小调 抗战 山东省委宣传部、山东省广播电视局、山东卫视传媒等 2020年2月
- 20 但愿爱情明媚如初 当代都市 童乐影视 2020年3月
- 21 斛珠夫人 古代传奇 聚海文化 2020年3月
- 22 苏记 古装、言情 加码影视 2020年3月
- 23 住在我隔壁的甲方 爱情、治愈 中广天择、江山如画、小铁匠影视 2020年3月

24 人生若如初见 传奇、战争、革命、爱情 华人文化、爱奇艺 2020年3月

25 空港 当代都市 紫风影视 2020年3月

第一节 美国视频网站市场

一.美国视频网站市场发展历程

二.市场容量现状及预测

三.市场竞争现状及预测

四.商业模式发展现状

五.商业模式存在的问题

六.经验及启示

第二节 日本视频网站市场

第三节 韩国视频网站市场

第四节 欧洲视频网站市场

第五节 中国视频网站市场

第五章 视频网站商业模式分析

一.价值主张分析

二.价值传导过程

三.目标市场组成

四.业务内容分析

五.盈利模式分析

六.收费模式分析

七.营销模式分析

八.其他

第六章 视频网站商业模式可行性评估

第一节 商业模式评估体系

一.商业模式评估标准

二.商业模式评估内容

三.商业模式评估方法

第二节 视频网站商业模式的类型

第三节 视频网站商业模式各类型评估对比

一.外部环境

二.客户价值

三.持续赢利性

四.资源整合有效性

五.创新性

六.可调整性

七.运作效率

八.抗风险性

第四节 视频网站商业模式等级评估

第七章 视频网站产业典型商业模式现状研究

第一节 内容上传+网站广告

一.商业模式内涵

二.商业模式主体

三.商业模式的发展现状

四.商业模式面临的问题

五.商业模式发展前景

第二节 一次制作+无限分发模式

第三节 内容购买+客户端广告

第四节 联盟发展模式

第五节 PC+移动终端模式

第八章 国内外视频网站典型商业模式解构

第一节

一.运营基础

二.运营环节

三.模式特色

四.核心竞争力swot分析

五.发展现状

六.发展策略

第二节 Pplive

第三节 新浪视频

第四节 Cctv网络视频

第五节 激动网

第六节 NETiTV

第七节 Qqlive

第九章 国内视频网站商业模式机会与风险研究

第一节 优势

第二节 劣势

第三节 机会

第四节 风险

第十章 视频网站商业模式发展建议

第一节 商业模式战略性建议

一.客户价值

二.发展方向

三.产业价值链合作

四.商业模式创新

五.价值链定位

六.盈利模式

第二节 商业模式策略性建议

一.价值诉求

二.营销策略

三.品牌策略

四.市场开发

五.竞争策略

第三节 商业模式运营性建议

一.产品和服务设计

二.运营效率

三.业务建模

四.渠道组建

五.供应链整合

六.阶段性运营

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R03/R0305/202402/01-595983.html>