

2018-2024年中国包月视频 点播市场深度研究与产业竞争格局报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国包月视频点播市场深度研究与产业竞争格局报告》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.abaogao.com/b/chuanmei/559165DFCW.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

中国 2016 年付费会员数量超过 7500 万，是 2015 年的三倍，目前付费率约为 14%。2016 年底，优酷会员数超过 3000 万，爱奇艺、腾讯和乐视超过 2000 万，根据数据，2016 年我国视频付费会员数量超过 7500 万。2016 年我国网民数量 7.31 亿，网络视频用户 5.45 亿，与美国可比口径下付费率为 10%，以网络视频用户计算付费率为 14%。各大视频平台付费目前主要基于 SVOD（包月视频点播），除自制内容外，多数外购内容排他性较小因此导致实际的多重付费率小于电视用户；其二，视频平台数量较少，方便统计。我国视频付费会员数量超过 7500 万数据来源：公开资料、智研数据研究中心整理我国主要视频平台付费会员数量变化数据来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《201-2022年中国包月视频点播市场深度研究与产业竞争格局报告》共十四章。首先介绍了中国包月视频点播行业市场发展环境、中国包月视频点播整体运行态势等，接着分析了中国包月视频点播行业市场运行的现状，然后介绍了中国包月视频点播市场竞争格局。随后，报告对中国包月视频点播做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国包月视频点播行业发展趋势与投资预测。您若想对包月视频点播产业有个系统的了解或者想投资包月视频点播行业，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 包月视频点播行业相关概述1.1 服务的内涵与特征1.1.1 服务的内涵1.1.2 服务的特征1.2 包月视频点播行业相关概述1.2.1 包月视频点播行业的定义1.2.2 包月视频点播行业的分类1.2.3 包月视频点播行业的产业链结构1.2.4 包月视频点播行业在国民经济中的地位1.3 包月视频点播行业统计标准介绍1.3.1 行业统计部门和统计口径1.3.2 行业研究机构介绍1.3.3 行业主要统计方法介绍1.3.4 行业涵盖数据种类介绍 第二章 中国包月视频点播行业发展环境2.1 中国包月视频点播行业政策法律环境分析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 政策环境对行业的影响2.2 中国包月视频点播行业经济环境分析2.2.1 宏观经济形势分析2.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析2.3 中国包月视频点播行业社会环境分析2.3.1 行业社会环境分析2.3.2 社会发展对行业的影响分析2.4 中国包月视频点播行业消费环境分析2.4.1 行业消费驱动分析2.4.2 行业消费需求特点2.4.3 行业消费群体分析2.4.4 消费环境对行业的影响分析 第三章 中国包月视频点播行业发展概述3.1 中国包月视频点播行业发展状况分析3.1.1 中国包月视频点播行业发展阶段3.1.2 中国包月视频点播行业发展总体概况3.1.3 中国包月视频点播行业发展特点

分析3.1.4 中国包月视频点播行业商业模式分析3.2 2014-2017年包月视频点播行业发展现状3.2.1 2014-2017年中国包月视频点播行业市场规模

中国目前我国有线电视服务费在 25-30 元/月，仅占我国家庭平均月收入的 0.42%-0.50%，若包含 15-20 元/月的网络视频付费，占比为 0.67%-0.84%，与美国相比仍然有一倍的差距，因此未来我国家庭对视频内容的支出增长空间依旧较为广阔。目前我国有线电视支出成本基本稳定，因此我们预计未来网络视频付费依旧存在涨价空间，ARPU 值有望进一步提升。中国视频付费月度成本估算

项目	金额（元/月）	有线电视网络基础服务	25-30	互联网视频付费	15-20	合计	40-50	2016 年我国家庭平均月收入	5955.00	有线电视支出占比	0.42%-0.50%	合计占比	0.67%-0.84%
数据来源：公开资料、智研数据研究中心整理													

2014-2017年中国包月视频点播行业发展分析3.2.3 2014-2017年中国包月视频点播企业发展分析

分析3.3 2014-2017年中国包月视频点播行业市场供需分析3.3.1 中国包月视频点播行业供给分析

分析3.3.2 中国包月视频点播行业需求分析3.3.3 中国包月视频点播行业供需平衡 第四章中国包月

视频点播行业发展前景分析4.1 2018-2024年中国包月视频点播市场发展前景4.1.1 2018-2024年包

月视频点播市场发展潜力4.1.2 2018-2024年包月视频点播市场发展前景展望4.1.3 2018-2024年包

月视频点播细分行业发展前景分析4.2 2018-2024年中国包月视频点播市场发展趋势预测4.2.1

2018-2024年包月视频点播行业发展趋势4.2.2 2018-2024年包月视频点播市场规模预测4.2.3

2018-2024年包月视频点播行业应用趋势预测4.2.4 2018-2024年细分市场发展趋势预测4.3

2018-2024年包月视频点播行业投资风险分析4.3.1 行业政策风险4.3.2 宏观经济风险4.3.3 市场竞

争风险4.3.4 关联产业风险4.3.5 其他投资风险4.4 2018-2024年中国包月视频点播行业面临的困境

及对策4.4.1 中国包月视频点播行业面临的困境及对策1、中国包月视频点播行业面临困境2、

中国包月视频点播行业对策探讨4.4.2 中国包月视频点播企业发展困境及策略分析1、中国包月

视频点播企业面临的困境2、中国包月视频点播企业的对策探讨4.4.3 国内包月视频点播企业的

出路分析 第五章中国包月视频点播行业服务领域分析5.1 包月视频点播行业服务领域概况5.1.1

行业主要服务领域5.1.2 行业服务结构分析5.1.3 服务发展趋势分析5.1.4 服务策略建议5.2 服务领

域一5.2.1 市场发展现状概述5.2.2 行业市场应用规模5.2.3 行业市场的需求分析5.3 服务领域二5.3.1

市场发展现状概述5.3.2 行业市场应用规模5.3.3 行业市场的需求分析5.4 服务领域三5.4.1 市场发展

现状概述5.4.2 行业市场应用规模5.4.3 行业市场的需求分析 第六章中国包月视频点播行业市场竞

争格局分析6.1 包月视频点播行业竞争格局分析

视频平台支持多周期付费，年付费金额200元左右，同时已经开始试水多档付费。目前，大

多数平台支持连续包月、1、3、6和12个月的付费周期梯度，其中年费会员除优酷为169元外

，其他均为198元，会员增值服务基本涵盖了画质提升、无广告、提前观看和加速等，各平台

也有相应的会员体系；同时，包括腾讯、优酷和乐视目前都已开始试水多梯度的付费会员制

度，腾讯超级会员、优酷钻石会员和乐视超级会员，除基础增持服务，能够支持TV端观看，费用在360-490元/年。主要视频网站付费会员情况统计数据来源：公开资料整理

2016年在156元左右，若分平台估算我们估算目前我国视频付费用户的年ARPU在127-151元之间。横向比较看，Netflix2016年月度ARPU为9.21美元，Netflix付费包括7.99/9.99/11.99三档，其中9.99是最主要的订阅类型，以此计算已达其理论上限的92.2%；纵向比较看，目前我国年费会员在200元/年左右，以我们估算的ARPU计算，目前我国ARPU还有30%-60%的上升空间。我国视频付费用户ARPU值估算（年度）数据来源：公开资料、智研数据研究中心整理2013-2016年Netflix月度ARPU（美元）数据来源：公开资料、智研数据研究中心整理

6.1.1 包月视频点播行业区域分布格局6.1.2 包月视频点播行业企业规模格局6.1.3 包月视频点播行业企业性质格局6.2 包月视频点播行业竞争状况分析6.2.1 包月视频点播行业上游议价能力6.2.2 包月视频点播行业下游议价能力6.2.3 包月视频点播行业新进入者威胁6.2.4 包月视频点播行业替代产品威胁6.2.5 包月视频点播行业内部竞争分析6.3 包月视频点播行业投资兼并重组整合分析6.3.1 投资兼并重组现状6.3.2 投资兼并重组案例6.3.3 投资兼并重组趋势

第七章中国包月视频点播行业企业经营分析7.1 A公司经营分析7.1.1 企业发展基本情况7.1.2 企业主要服务分析7.1.3 企业竞争优势分析7.1.4 企业经营状况分析7.1.5 企业最新发展动态7.1.6 企业发展战略分析7.2 B公司经营分析7.2.1 企业发展基本情况7.2.2 企业主要服务分析7.2.3 企业竞争优势分析7.2.4 企业经营状况分析7.2.5 企业最新发展动态7.2.6 企业发展战略分析7.3 C公司经营分析7.3.1 企业发展基本情况7.3.2 企业主要服务分析7.3.3 企业竞争优势分析7.3.4 企业经营状况分析7.3.5 企业最新发展动态7.3.6 企业发展战略分析7.4 D公司经营分析7.4.1 企业发展基本情况7.4.2 企业主要服务分析7.4.3 企业竞争优势分析7.4.4 企业经营状况分析7.4.5 企业最新发展动态7.4.6 企业发展战略分析7.5 E公司经营分析7.5.1 企业发展基本情况7.5.2 企业主要服务分析7.5.3 企业竞争优势分析7.5.4 企业经营状况分析7.5.5 企业最新发展动态7.5.6 企业发展战略分析

第八章互联网对包月视频点播行业的影响分析8.1 互联网对包月视频点播行业的影响8.1.1 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8.1.2 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8.1.3 智能设备对包月视频点播行业的影响分析1、智能设备对包月视频点播行业的影响2、服务智能设备的发展趋势分析8.2 互联网+服务发展模式分析8.2.1 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8.2.2 互联网+服务案例分析1、案例一2、案例二3、案例三8.3 互联网背景下包月视频点播行业发展趋势分析

第九章包月视频点播企业市场营销策略探讨9.1 服务营销的特点9.1.1 服务产品的无形性9.1.2 服务的不可分离性9.1.3 服务产品的可变性9.1.4 服务产品的易失性9.2 包月视频点播企业的营销策略9.2.1 内部营销与交互作用营销9.2.2 差别化管理9.2.3 服务质量管理9.2.4 平衡供求

的策略9.3 包月视频点播企业提高服务质量的营销策略9.3.1 服务质量的主要影响因素模型9.3.2 服务质量影响因素关系分析9.3.3 包月视频点播企业提高服务质量的营销策略分析9.4 包月视频点播企业的品牌营销9.4.1 包月视频点播企业品牌营销中存在的问题1、品牌营销处于初级阶段2、缺乏品牌塑造意愿3、服务品牌理念脱离实质4、品牌营销定位不具备持续价值9.4.2 包月视频点播企业品牌营销策略分析1、实行差异化的服务2、树立服务品牌营销意识3、提高顾客满意度与忠诚度4、打造高品质的企业服务文化 第十章 (ZY ZF) 研究结论及建议10.1 研究结论10.2 建议10.2.1 行业发展策略建议10.2.2 行业投资方向建议10.2.3 行业投资方式建议

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/559165DFCW.html>