

2006年-2007年中国网络视 频行业兼并(并购)重组决策分析报告

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

《2006年-2007年中国网络视频行业兼并(并购)重组决策分析报告》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.abaogao.com/b/ruanjian/l4853272S6.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

2006年-2007年中国网络视频行业兼并行业发展的导入期（即行业初期），2007年-2010年为其成长期（即行业高速发展期），2011年及之后成为其成熟期（即行业成熟、再度突破期），中国网络视频产已经进入元年。2006中国互联网视频点播/直播市场用户规模达9800万人。

2007中国互联网视频点播/直播市场用户规模预计增长30.6%，达到1.28亿人，2008年预计增至1.63亿人。2006年网络视频收入总规模为5亿元，预计2010年达到34亿元。复合年增长率为60%左右。在全世界的宽带用户中，12.8%的家庭已经在通过门户网站收看内容。这个数字只能伴随着宽带的普及而增长。而宽带业务将会有突破性的增长，从2005年的全球1.94亿家庭用户增加到2010年的4.13亿。这也让中国互联网业界以前所未有的速度，迅速形成了一条从电信运营商、内容制作商、内容经纪人、P2P技术提供商、视频搜索、富媒体广告技术提供商、广告代理商等完成的互联网视频产业链。

2003年至今，已知中国境内有16家网络视频企业获得风险投资，融资总金额将近1亿美元，其中5家企业获得两轮融资。网络视频企业集中在2005-2006年获得风险投资，2005年，共有8家企业获得第一轮融资，1家企业得到第二轮注资；在2006年，有6家企业获得第一轮融资，4家企业获得第二轮融资，其中1家在2006年度完成两轮融资。

中国网络视频企业融资数目

2. 中国网络视频厂商兼并重组动因

网络视频的收购一般基于以下原因:

一:要抢占新型技术

互联网增长最快的一个领域便是视频应用了，去年才成立的YouTube 每天播放的视频就达到了1亿, YouTube 就象当年eBay和MySpace 起飞时一样，在视频领域树立起了领导位置，别人已经很难超越它了.因为大部分在线用户,已经适应了它提供得技术支持模式.其他公司也只能在其原有得基础上进行改进.但由于其技术得先发优势,其核心技术很难被超越.

二:新的广告模式:

互联网视频发布推动互联网数据流量增长300-500%,这样一个庞大得数据流,为一些大的企业展示公司产品提供了理想得平台,于是一些大型企业就通过收购一些资产规模不大得网络视频网站来做为一个新的展示平台.

三:大量忠实的用户

每一类型得网络视频网站都有其特定得忠实的用户群,他们都有着共同的兴趣和爱好,也能购吸附有相同兴趣爱好的人来加入他们的社区,网站的粘合力较强.一些后发的网站或企业可以通过收购这样的网站来获取庞大的客户群.

四:优化自身资源,实现协同效应,阻击竞争对手:

Google收购YouTube 是受到了来自雅虎的压力,后者准备收购互联网上第二大社交网站Facebook.com,据说雅虎的出价高达10亿美元。Google去年的收入为61亿美元,绝大多数收入来自它的文字搜索广告。收购YouTube 可以扩展Google的广告业务势力范围。通过这次收购google成功的实现了上述目标.

3. 中国网络视频厂商兼并重组趋势分析

国内互联网企业应谨慎对待本轮网络视频业务发展热潮。主要原因在于目前网络视频业务尚未形成成熟的商业盈利模式。目前网络视频业务的盈利主要依赖于广告收入。然而由于网络视频广告技术不成熟等原因,网络视频广告行业的发展仍处于市场启动期;另一方面,版权问题也对该业务的发展构成制约;同时,国内互联网服务提供商的网络流量等运营成本相对较高。2007年网络视频行业还不具备大规模资本退出的条件,但同类企业之间并购,以及被其它大企业并购的几率将会加大。风险资本进入减缓、行业竞争激烈,以及网络视频企业本身并不具备独立上市能力等因素,将促使风险资本采用并购等方式来实现阶段性退出。

通过收购、兼并,或者跨行业重组等方式,在未来几年内,尤其是从2007年开始,网络视频行业将面临洗牌,最终将只有几家具有资本、运营实力的企业将主导整个产业。

第一章 研究概述

第一节 研究背景

第二节 研究内容

第三节 研究方法

第四节 研究专家团队

第二章 2006年全球网络视频 发展现状

第一节 全球网络视频发展特征

第二节 全球网络视频竞争格局分析

第三章 中国网络视频行业的现状分析

第一节 中国网络视频服务的发展概述

第二节 2005年中国网络视频 厂商投资现状分析

第三节 中国网络视频运行情况分析

第四章 中国网络视频业务开展类型

第一节 视频分享类平台分析

第二节 电信运营商类平台分析

第三节 电视机构类平台分析

第四节 门户类平台分析

第五节 P2P流媒体类平台分析

第六节 垂直视频搜索类平台分析

第五章 中国网络视频投资环境分析

第一节 政策

第二节 行业利润

第三节 行业风险

第四节 版权

第六章 影响网络视频发展的主要因素分析

第一节 网络视频技术

第二节 基础设施

第三节 消费者意识

第四节 产业政策

第五节 行业壁垒

第六节 信贷政策

第七章 中国网络视频厂商兼并重组现状分析

第一节 网络视频企业兼并重组特点分析及整体趋势分析

第二节 中国网络视频兼并重组的障碍

第八章 国外网络视频企业兼并重组案例分析

第一节 Google并购YouTube

第二节 索尼并购Grouper

第三节 默多克的新闻集团并购MySpace

第四节 雅虎收购Jumpcut

第九章 中国主要网络视频企业主体竞争力分析

第一节 新浪网络视频

第二节 网易网络视频

第三节 搜狐网络视频

第四节 TOM 网络视频

第五节 雅虎中国

第六节 土豆网

第七节 青娱乐

第八节 Mofile

第九节 互联星空

第十节 东方宽频

第十一节 凤凰网

第十二节 PPlive

第十三节 PPstream

第十四节 UUsee

第十五节 新传在线

第十六节 Openv

第十七节 天天在线

第十章 中国网络视频企业纵向兼并重组机会分析

第一节 网络视频厂商与新闻娱乐的兼并重组机会分析

第二节 网络视频与搜索引擎网站的兼并重组机会分析

第十一章 中国网络视频企业规模性兼并重组机会分析

第十二章 中国网络视频企业与跨国公司之间的兼并重组机会分析

第十三章 中国网络视频 兼并重组风险分析

第一节 文化风险

第二节 技术风险

第三节 客户流失风险

第十四章 中国网络视频 兼并重组建议

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/ruanjian/l4853272S6.html>