

2017-2022年中国在线视频 市场现状研究及未来前景趋势预测报告

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

《2017-2022年中国在线视频市场现状研究及未来前景趋势预测报告》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/J68941VE1N.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

中国在线视频产业链主要由内容提供方、视频播放平台、用户组成。视频平台是在线视频的载体，也是在线视频产业链的核心。视频平台将内容提供方与用户快速、有效的串联在一起。同时，由于视频平台的影响力逐步上升，广告代理商也加将加大对视频平台广告的投资。

在线视频产业链

2016年，中国在线视频市场规模将超过600亿，同比增长率为51.5%。在线视频整体市场规模保持快速增长，并出现了新的增长点。首先，视频用户付费市场在各家视频企业的推动下有了长足的增长，付费用户数量大幅增加；其次，视频广告开始产品化，各视频企业纷纷推出不同类型的创新营销产品，针对广告主的需求，不同的用户群体，根据大数据实现视频广告精准性和创新性，促使视频广告增长；再次，视频行业对于内容的追求精益求精，IP策略和内容运营以及对内容自制的推动，使得视频内容有了更多的利润想象空间。

在线视频市场规模

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国在线视频市场现状研究及未来前景趋势预测报告》共十一章。首先介绍了在线视频相关概念及发展环境，接着分析了中国在线视频规模及消费需求，然后对中国在线视频市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国在线视频面临的机遇及发展前景。您若想对中国在线视频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家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 中国在线视频行业宏观环境分析

第一节 在线视频行业定义分析

一、行业定义

二、行业产品分类

第二节 在线视频行业宏观环境分析

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、技术环境
- 四、社会环境

第二章 全球在线视频行业现状及发展预测分析

第一节 全球在线视频行业概述

第二节 全球在线视频行业市场格局分析

第三节 全球在线视频产业主要国家运行形势分析

- 一、美国
- 二、欧洲
- 三、日本

第四节 2017-2022年全球在线视频产业市场走势预测分析

第三章 2013-2016年中国在线视频行业经济指标分析

第一节 2013-2016年在线视频行业发展概述

2016年第一季度中国在线视频用户规模达到5.24亿，环比增长4.0%。随着互联网及移动互联网的普及，中国的绝大多数网民已经开始使用在线视频，因此在线视频用户规模的增速将减缓。但由于多屏多终端以及商业模式的重建与转型，除去少量季节带来的因素之外，市场规模仍高速上升。

在线视频用户规模（季度）

在线视频市场规模（季度）

第二节 2013-2016年在线视频行业经济运行状况

- 一、在线视频行业企业数量分析
- 二、在线视频行业资产规模分析
- 三、在线视频行业销售收入分析
- 四、在线视频行业利润总额分析

第三节 2013-2016年在线视频行业成本费用分析

- 一、在线视频行业销售成本分析
- 二、在线视频行业销售费用分析
- 三、在线视频行业管理费用分析

四、在线视频行业财务费用分析

第四节 2013-2016年在线视频行业运营效益分析

一、在线视频行业盈利能力分析

二、在线视频行业运营能力分析

三、在线视频行业偿债能力分析

四、在线视频行业成长能力分析

第四章 中国在线视频行业市场与竞争分析

第一节 在线视频行业上下游市场分析

一、在线视频行业产业链简介

二、上游市场供给分析

三、下游市场需求分析

第二节 在线视频行业市场供需分析

一、在线视频行业生产总量

二、在线视频行业市场总量

1、市场需求总量

2、各产品市场容量及变化

三、在线视频行业价格分析

第三节 在线视频行业竞争力分析

一、上游议价能力分析

二、下游议价能力分析

三、替代品威胁分析

四、新进入者威胁分析

五、行业竞争现状分析

第四节 在线视频行业市场集中度分析

一、行业市场集中度分析

二、行业主要竞争者分析

第五章 中国在线视频行业传统商业模式分析

第一节 在线视频行业原料采购模式

第二节 在线视频行业经营模式

第三节 在线视频行业盈利模式

第六章 中国在线视频行业商业模式构建与实施策略

第一节 在线视频行业商业模式要素与特征

一、商业模式的构成要素

二、商业模式的模式要素

1、产品价值模式

2、战略模式

3、市场模式

4、营销模式

5、管理模式

6、资源整合模式

7、资本运作模式

8、成本模式

9、营收模式

三、成功商业模式的特征

第二节 在线视频行业企业商业模式构建步骤

一、挖掘客户价值需求

1、转变商业思维

2、客户隐性需求

3、客户价值主张

二、产业价值链再定位

1、客户价值公式

2、产业价值定位

3、商业形态定位

三、寻找利益相关者

四、构建盈利模式

第三节 在线视频行业商业模式的实施策略

一、企业价值链管理的目标

1、高效率

2、高品质

3、持续创新

4、快速客户响应

二、企业价值链管理系统建设

1、组织结构系统

2、企业控制系统

三、企业文化建设

第七章 中国在线视频行业商业模式创新转型分析

第一节 互联网思维对行业的影响

一、互联网思维三大特征

二、基于互联网思维的行业发展

第二节 互联网时代七大商业模式

一、平台模式

1、构成平台模式的6个条件

2、平台模式的战略定位

3、平台模式成功的四大要素

4、平台模式案例

二、免费模式

1、免费商业模式解析

2、免费战略的实施条件

3、免费战略的类型

(1) 产品模式创新型

(2) 伙伴模式创新型

(3) 族群模式创新型

(4) 渠道模式创新型

(5) 沟通模式创新型

(6) 客户模式创新型

(7) 成本模式创新型

(8) 壁垒模式创新型

三、软硬一体化模式

1、软硬一体化商业模式案例

2、软硬一体化模式受到市场追捧

3、软硬一体化模式是一项系统工程

4、成功打造软硬一体化商业模式的关键举措

四、O2O模式

- 1、O2O模式爆发巨大力量
- 2、O2O模式分类
- 3、O2O模式的盈利点分析
- 4、O2O模式的思考

五、品牌模式

- 1、品牌模式的内涵及本质
- 2、成功的移动互联网品牌
- 3、如何推进品牌经营

六、双模模式

- 1、双模模式概述
- 2、移动互联网：用户规模是关键
- 3、双模模式案例

七、速度模式

- 1、什么是速度模式
- 2、速度模式的主要表现
- 3、速度模式应注意的几个问题

第三节 互联网背景下在线视频行业商业模式选择

- 一、在线视频行业与互联网思维的结合
- 二、互联网背景下在线视频行业商业模式选择

第八章 2016年在线视频行业企业经营情况与商业模式分析

第一节 企业一

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主营业务产品
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售渠道网络
- 五、企业经营模式分析
- 六、企业发展战略规划

第二节 企业二

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第三节 企业三

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第四节 企业四

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第五节 企业五

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第六节 企业六

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第七节 企业七

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主营业务产品
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售渠道网络
- 五、企业经营模式分析
- 六、企业发展战略规划

第八节 企业八

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主营业务产品
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售渠道网络
- 五、企业经营模式分析
- 六、企业发展战略规划

第九节 企业九

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主营业务产品
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售渠道网络
- 五、企业经营模式分析
- 六、企业发展战略规划

第十节 企业十

- 一、企业发展基本情况
- 二、企业主营业务产品
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业销售渠道网络
- 五、企业经营模式分析
- 六、企业发展战略规划

第九章 2017-2022年中国在线视频行业发展前景预测分析

第一节 2017-2022年在线视频行业发展前景及趋势预测分析

第二节 2017-2022年在线视频行业发展前景预测

- 一、2017-2022年在线视频行业供应规模预测
- 二、2017-2022年在线视频行业市场规模预测
- 三、2017-2022年在线视频行业盈利前景预测

第十章 在线视频行业投资分析与预测

第一节 行业投资特性分析

- 一、行业进入壁垒分析
- 二、盈利模式分析
- 三、盈利因素分析

第二节 行业投资风险分析

- 一、投资政策风险分析
- 二、投资技术风险分析
- 三、投资供求风险分析
- 四、宏观经济波动风险

第三节 投资机会与建议

- 一、行业投资机会分析
- 二、行业主要投资建议

第四节 行业发展趋势与预测分析

- 一、发展趋势分析
- 二、发展前景预测
 - (1) 生产规模预测
 - (2) 市场容量预测
 - (3) 销售收入预测

第十一章 2017-2022年中国在线视频行业投融资战略规划分析 (ZY ZM)

第一节 在线视频行业关键成功要素分析

第二节 在线视频行业投资壁垒分析

- 一、在线视频行业进入壁垒
- 二、在线视频行业退出壁垒

第三节 在线视频行业投资风险与规避

- 一、宏观经济风险与规避
- 二、行业政策风险与规避

三、上游市场风险与规避

四、市场竞争风险与规避

五、技术风险分析与规避

六、下游需求风险与规避

第四节 在线视频行业融资渠道与策略

一、在线视频行业融资渠道分析

二、在线视频行业融资策略分析

图表目录：

图表：在线视频产业链分析

图表：国际在线视频市场规模

图表：国际在线视频生命周期

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：2015-2016年中国在线视频市场规模

图表：2015-2016年中国在线视频产值

图表：2015-2016年我国在线视频供应情况

图表：2015-2016年我国在线视频需求情况

图表：2017-2022年中国在线视频市场规模预测

图表：2017-2022年我国在线视频供应情况预测

图表：2017-2022年我国在线视频需求情况预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/chuanmei/J68941VE1N.html>