

2020-2026年中国在线付费 视频市场分析与市场年度调研报告

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

《2020-2026年中国在线付费视频市场分析与市场年度调研报告》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/hulianwang/W918946VBT.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

随着中国互联网技术逐步成熟和知识付费意识的增强，中国在线视频市场迅速发展，以BAT为代表的主流视频网站付费用户数都呈现惊人增长。数据显示2014-2016年我国视频付费用户规模不断扩大，并且在2016年呈现出爆发型增长。2016年中国视频付费用户规模已经顺利突破7500万，增速达241%。中国已成为全球第三大付费市场，预计2019年付费用户规模有望超过1.8亿。2014-2019年中国视频付费用户规模走势

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国在线付费视频市场分析与市场年度调研报告》共九章。首先介绍了中国在线付费视频行业市场发展环境、在线付费视频整体运行态势等，接着分析了中国在线付费视频行业市场运行的现状，然后介绍了在线付费视频市场竞争格局。随后，报告对在线付费视频做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国在线付费视频行业发展趋势与投资预测。您若想对在线付费视频产业有个系统的了解或者想投资中国在线付费视频行业，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 在线付费视频行业相关概述

1.1 在线付费视频相关介绍

1.1.1 在线付费视频定义

1.1.2 在线付费视频平台介绍

1.1.3 在线付费视频和传统视频的区别

1.1.4 在线付费视频行业发展驱动因素

1.2 在线付费视频行业产业链分析

1.2.1 产业链综述

1.2.2 内容生产方

1.2.3 内容分发平台

1.2.4 内容制作方

第二章 2015-2019年中国在线付费视频行业发展环境分析

2.1 经济环境

2.1.1 国际经济表现

2.1.2 国内经济增长

2.1.3 国内服务经济

2.1.4 宏观经济展望

2.2 社会环境

2.2.1 “双创”氛围浓厚

2.2.2 新兴产业不断崛起

2.2.3 文化消费需求扩张

2.2.4 “互联网+”时代背景

2.3 技术环境

2.3.1 科技创新加力提速

2.3.2 新一代信息技术发展

2.3.3 5G技术的出现和应用

2.4 互联网环境

2.4.1 互联网基础资源

2.4.3 互联网接入资源

2.4.4 移动互联网环境

第三章 2015-2019年中国在线付费视频所属行业发展分析

3.1 2015-2019年国内在线付费视频行业发展综述

3.1.1 在线付费视频行业发展历程

3.1.2 在线付费视频行业高速增长

3.1.3 在线付费视频市场发展形势

2014-2016年我国在线视频付费市场规模增长迅速，年均复合增长率达到157.06%。2016年中国在线视频用户付费市场规模达到117.2亿元，与2015年相比，同比增长136.3%。随着内容消费的不断升级，以及各大视频网站加强内容布局，提高会员权限，使得用户付费意识的不断提升，促进付费养成习惯。预计2019年中国在线视频用户付费市场规模将突破350亿元

。2014-2019年中国视频付费市场规模走势

3.1.4 在线付费视频用户规模增长

3.1.5 在线付费视频播放情况分析

3.2 2015-2019年国内在线付费视频行业的创业生态

- 3.2.1 组织进化：从个体转向组织化发展
- 3.2.2 消费升级：从泛娱乐转向垂直内容
- 3.2.3 策略变革：平台与内容的绑定方式升级
- 3.2.4 平台竞争：创作者对内容平台的偏好渐清晰
- 3.3 2015-2019年国内在线付费视频分发平台竞争格局
 - 3.3.2 在线视频网站
 - 3.3.3 社交平台
 - 3.3.4 在线付费视频平台
 - 3.3.5 资讯客户端
- 3.4 2015-2019年国内在线付费视频市场用户分析
 - 3.4.1 观看情况分析
 - 3.4.2 用户结构分析
 - 3.4.3 用户分布情况
 - 3.4.4 用户偏好分析

第四章 2015-2019年中国在线付费视频所属行业运行模式分析

- 4.1 在线付费视频行业盈利模式分析
 - 4.1.1 主要盈利模式介绍
 - 4.1.2 广告盈利模式分析
 - 4.1.3 电商变现模式分析
 - 4.1.4 付费盈利模式分析
- 4.2 在线付费视频内容生产模式分析
 - 4.2.1 用户原创内容分析
 - 4.2.2 专业内容生产分析
 - 4.2.3 规模化生产模式分析
- 4.3 “直播+在线付费视频”发展模式分析
 - 4.3.1 协同发展模式概述
 - 4.3.2 同平台模式分析
 - 4.3.3 同生态系统模式分析
 - 4.3.4 平台副业模式分析

第五章 2015-2019年中国在线付费视频广告发展情况分析

5.1 在线付费视频广告相关概述

5.1.1 定义与优势

5.1.2 常见表现形式

5.1.3 发展形势良好

5.2 典型在线付费视频广告模式分析

5.3 在线付费视频信息流广告发展前景分析

5.3.1 信息流视频广告发展迅速

5.3.2 在线付费视频信息流广告盈利良好

5.3.3 在线付费视频信息流广告前景展望

第六章国内在线付费视频行业重点企业发展状况分析

6.1 腾讯

6.1.1 企业发展概述

6.1.2 转型发展情况

6.1.3 2015年企业经营情况

6.1.4 2019年企业经营情况

6.2 爱奇艺

6.2.1 企业发展概述

6.2.2 企业融资历程

6.2.3 企业产品线分析

6.2.4 与微博深度合作

6.3 优酷土豆

6.3.1 企业发展简介

6.3.2 发展现状分析

6.3.3 企业投融资动态

6.3.4 在线付费视频业务概述

6.4 乐视

6.4.1 企业发展简介

6.4.2 企业融资历程

6.4.3 企业发展策略

6.4.4 与腾讯战略合作

6.5 芒果TV

- 6.5.1 企业发展概述
- 6.5.2 企业经营现状
- 6.5.3 在线付费视频业务逻辑
- 6.5.4 在线付费视频盈利模式

第七章 2015-2019年国内在线付费视频行业经典案例分析

- 7.1 Papi酱
 - 7.1.1 Papi酱概况
 - 7.1.2 视频内容分析
 - 7.1.3 传播渠道分析
 - 7.1.4 传播受众分析
 - 7.1.5 传播效果分析
- 7.2 二更视频
 - 7.2.1 二更概况
 - 7.2.2 视频内容分析
 - 7.2.3 5W模式分析
 - 7.2.4 运营策略分析
 - 7.2.5 发展前景展望
- 7.3 “一条”视频
 - 7.3.1 “一条”概况
 - 7.3.2 精品内容定位
 - 7.3.3 盈利模式分析
 - 7.3.4 营销推广模式
 - 7.3.5 文化内涵分析
- 7.4 看看新闻Knews
 - 7.4.1 看看新闻Knews概况
 - 7.4.2 主要传播渠道分析
 - 7.4.3 硬新闻的在线付费视频探索
 - 7.4.4 电视硬新闻的融合策略

第八章国内在线付费视频所属行业投资分析

- 8.1 2015-2019年国内在线付费视频行业资本运作情况

- 8.1.1 行业股权融资状况
- 8.1.2 在线付费视频融资领域分布
- 8.1.3 资本扶持内容创作
- 8.2 2020-2026年国内在线付费视频行业投资机遇分析
 - 8.2.1 行业发展机遇分析
 - 8.2.2 垂直领域投资机遇
 - 8.2.3 内容制作方发展机遇

第九章 2020-2026年国内在线付费视频行业发展趋势及前景展望

- 9.1 国内在线付费视频行业发展趋势分析
 - 9.1.1 行业监管形势趋严
 - 9.1.2 行业垂直化发展趋势
 - 9.1.3 内容精品化发展趋势
- 9.2 国内在线付费视频行业发展前景展望
 - 9.2.1 行业整体发展前景良好
 - 9.2.2 未来内容生产格局展望
 - 9.2.3 在线付费视频发展前景展望

图表目录：

- 图表：国内在线付费视频平台分类介绍
- 图表：在线付费视频平台与传统视频网站对比分析
- 图表：在线付费视频行业生态系统示意图
- 图表：在线付费视频主要内容制作方对比分析
- 图表：在线付费视频主要内容分发平台对比分析
- 图表：2016-2019年互联网络接入设备使用情况
- 图表：2016-2019年网民使用电脑接入互联网的场所
- 图表：2007-2019年中国手机网民规模及其占比
- 图表：2010-2019年中国3G/4G 用户发展情况
- 图表：2013-2019年中国移动视频网民数量及占比
- 图表：2019年国内在线付费视频带宽总量增长情况
- 图表：2019年国内在线付费视频观众独立IP增长情况
- 图表：2019年国内在线付费视频平均码率指数分析

图表：2013-2019年移动在线付费视频用户规模及预测

图表：2016-2019年垂直在线付费视频App用户规模及渗透率

图表：2016-2019年在线付费视频DAU合计走势图

图表：2019年国内在线付费视频播放量一周分布情况

图表：2019年国内在线付费视频播放量工作日时刻分布

图表：2019年国内在线付费视频播放量周末时刻分布

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/W918946VBT.html>