

# 2017-2022年中国视频付费行业市场运营态势及发展前景预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国视频付费行业市场运营态势及发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201702/498489.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

目前，互联网用户的付费习惯已经逐渐形成，中国视频付费行业处在高速发展期。根据数据，2013年视频网站付费用户数只有80万，但是到2015年就已经暴涨至2200万。2016年，BAT为代表的主流视频网站付费用户数都呈现惊人增长：先是爱奇艺在2016年6月上海电影节公布有效会员数已经突破2000万，同比增长300%；而后腾讯视频11月宣布付费用户数突破2000万；12月初优酷土豆也宣布付费会员数突破3000万，全年有效付费会员数突破7500万，增速达241%，中国已成为全球第三大付费市场，且2017年付费用户规模有望超过1亿。

在市场规模方面，2015年中国在线视频用户付费市场规模为51亿元，同比增长率为270%；2016-2017年估测市场规模分别突破100亿、145亿，保持50%以上复合增速。此外，根据数据显示，用户付费收入在视频网站总收入中的占比持续提升，2011年仅为3.4%，2016年预计达到12.8%，超越版权分销成为仅次于广告收入的盈利来源。

2013-2016年视频付费用户规模

2013-2017年视频付费市场规模

智研咨询发布的《2017-2022年中国视频付费行业市场运营态势及发展前景预测报告》共十章。首先介绍了视频付费相关概念及发展环境，接着分析了中国视频付费规模及消费需求，然后对中国视频付费市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国视频付费面临的机遇及发展前景。若您想对中国视频付费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 视频付费行业相关概述

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 视频付费行业相关概述

1.2.1 视频付费行业的定义

1.2.2 视频付费行业的分类

1.2.3 视频付费行业的产业链结构

1.2.4 视频付费行业在国民经济中的地位

1.3 视频付费行业统计标准介绍

- 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 中国视频付费行业发展环境

- 2.1 中国视频付费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 中国视频付费行业经济环境分析
  - 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 中国视频付费行业社会环境分析
  - 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 中国视频付费行业消费环境分析
  - 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 中国视频付费行业发展概述

### 3.1 中国视频付费行业发展状况分析

截至 2016 年 12 月中旬，行业整体上线付费剧数量为 239 部（包括海外剧和 2016 年内已知的付费剧），相比 2015 年的 36 部增长了近 6 倍。

#### 2015-2016 年视频网站整体付费剧数量对比

数据来源：公开资料整理

#### 2015-2016 年各家视频网站付费剧数量

- 3.1.1 中国视频付费行业发展阶段
- 3.1.2 中国视频付费行业发展总体概况
- 3.1.3 中国视频付费行业发展特点分析
- 3.1.4 中国视频付费行业商业模式分析
- 3.2 2014-2016年视频付费行业发展现状
  - 3.2.1 2014-2016年中国视频付费行业市场规模

### 3.2.2 2014-2016年中国视频付费行业发展分析

### 3.2.3 2014-2016年中国视频付费企业发展分析

## 3.3 2014-2016年中国视频付费行业市场供需分析

### 3.3.1 中国视频付费行业供给分析

### 3.3.2 中国视频付费行业需求分析

### 3.3.3 中国视频付费行业供需平衡

## 第四章 中国视频付费行业发展前景分析

### 4.1 2017-2022年中国视频付费市场发展前景

#### 4.1.1 2017-2022年视频付费市场发展潜力

#### 4.1.2 2017-2022年视频付费市场发展前景展望

#### 4.1.3 2017-2022年视频付费细分行业发展前景分析

### 4.2 2017-2022年中国视频付费市场发展趋势预测

#### 4.2.1 2017-2022年视频付费行业发展趋势

#### 4.2.2 2017-2022年视频付费市场规模预测

#### 4.2.3 2017-2022年视频付费行业应用趋势预测

#### 4.2.4 2017-2022年细分市场发展趋势预测

### 4.3 2017-2022年视频付费行业投资风险分析

#### 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 2017-2022年中国视频付费行业面临的困境及对策

#### 4.4.1 中国视频付费行业面临的困境及对策

##### 1、中国视频付费行业面临困境

##### 2、中国视频付费行业对策探讨

#### 4.4.2 中国视频付费企业发展困境及策略分析

##### 1、中国视频付费企业面临的困境

##### 2、中国视频付费企业的对策探讨

#### 4.4.3 国内视频付费企业的出路分析

## 第五章 中国视频付费行业服务领域分析

### 5.1 视频付费行业服务领域概况

#### 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 行业市场需求分析

## 第六章 中国视频付费行业市场竞争格局分析

### 6.1 视频付费行业竞争格局分析

#### 6.1.1 视频付费行业区域分布格局

#### 6.1.2 视频付费行业企业规模格局

#### 6.1.3 视频付费行业企业性质格局

### 6.2 视频付费行业竞争状况分析

#### 6.2.1 视频付费行业上游议价能力

#### 6.2.2 视频付费行业下游议价能力

#### 6.2.3 视频付费行业新进入者威胁

#### 6.2.4 视频付费行业替代产品威胁

#### 6.2.5 视频付费行业内部竞争分析

### 6.3 视频付费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 中国视频付费行业企业经营分析

### 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 互联网对视频付费行业的影响分析

### 8.1 互联网对视频付费行业的影响

### 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 智能设备对视频付费行业的影响分析

- 1、智能设备对视频付费行业的影响
- 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 互联网背景下视频付费行业发展趋势分析

## 第九章 视频付费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 视频付费企业的营销策略

- 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 视频付费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 视频付费企业提高服务质量的营销策略分析

### 9.4 视频付费企业的品牌营销

#### 9.4.1 视频付费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 视频付费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 研究结论及建议 (ZY ZM)

### 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

### 图表目录：

图表：视频付费行业服务特点

图表：视频付费产业链分析

图表：视频付费行业生命周期

图表：视频付费行业商业模式

图表：投资建议

图表：2014-2016年中国视频付费行业市场规模分析

图表：2017-2022年中国视频付费行业市场规模预测

图表：视频付费行业营销策略建议

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201702/498489.html>