

2021-2027年中国在线视频 行业发展趋势与投资策略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国在线视频行业发展趋势与投资策略报告》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.cction.com/report/202012/196598.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中国在线视频行业近期掀起一轮海外上市的小高潮，据报道，爱奇艺、哔哩哔哩网站(bilibili)、虎牙直播，分别向美国证监会递交了上市申请。另有消息称直播平台映客计划今年在香港IPO，另一直播网站斗鱼也透露消息称正在筹备在香港IPO。

2005年被称为中国在线视频行业的元年，这一年前后，优酷、土豆、我乐网等视频网站纷纷涌现。中国视频行业已经走过快13个年头，经历了商业模式探索、烧钱大战、版权大战、盈利不明等纷扰，如今的中国视频网站视玩家们活得依然不太好。随着BAT的进入，整个网络视频行业基本呈现优酷土豆(阿里)、腾讯视频、爱奇艺(百度)三足鼎立的局面。2016-2018年1-9月纯网视频内容流量分布

电视节目对全网视频流量贡献减少，纯网视频流量提升。2019年1-9月，共有7609档电视节目在主流视频网站吸引网友点击，较去年同期增加299档；相反，电视节目产生的视频点击量较去年同期减少2059.2亿次，对全网视频流量的贡献从去年的76.9%下滑至63.9%。纯网综艺流量较去年同期增长44.9%。

几乎每天收看人群占比超四成，在线看视频成为主要娱乐形式。2019年“几乎每天观看网络视频”的重度网络视频用户占比46.9%占比超4成，但相较于2017年，该比例有所下滑，电视大屏的回流和短视频平台的崛起都成为重度网络视频用户占比下滑的一部分原因。2019年各类短视频APP的用户喜爱占比

中企顾问网发布的《2021-2027年中国在线视频行业发展趋势与投资策略报告》共十三章。首先介绍了中国在线视频行业市场发展环境、在线视频整体运行态势等，接着分析了中国在线视频行业市场运行的现状，然后介绍了在线视频市场竞争格局。随后，报告对在线视频做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国在线视频行业发展趋势与投资预测。您若想对在线视频产业有个系统的了解或者想投资中国在线视频行业，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 在线视频行业的基本介绍

1.1 行业界定

1.1.1 行业定义

1.1.2 范围界定

1.2 行业在国民经济中的地位

1.2.1 行业政策定位

1.2.2 对国民经济贡献度

1.2.3 对相关行业影响程度

第二章 中国在线视频行业竞争环境分析

2.1 政策环境分析

2.1.1 行业重点政策分析

2.1.2 行业发展规划分析

2.1.3 政策发展趋势分析

2.2 经济环境分析

2.2.1 中国经济运行现状

2.2.2 中国国民收入情况

2.2.3 中国经济发展趋势

2.3 社会环境分析

2.3.2 中国工业发展水平

2.3.3 中国人口规模现状

2.3.1 居民收入消费水平

2.4 技术环境分析

2.4.1 行业技术术语解释

2.4.2 行业技术发展趋势

第三章 世界在线视频所属产业竞争格局及经验借鉴

3.1 国际在线视频产业的发展

3.1.1 世界在线视频产业发展综述

3.1.2 全球在线视频产业竞争格局

3.1.3 全球在线视频产业发展特点

3.2 主要国家地区在线视频产业发展分析

3.2.1 欧洲

3.2.2 亚洲

3.2.3 美国

3.2.4 其它国家和地区

3.3 2021-2027年世界在线视频产业竞争趋势及前景分析

3.3.1 在线视频技术发展及趋势分析

3.3.2 在线视频产业发展趋势分析

3.3.3 在线视频产业竞争趋势分析

第四章 中国在线视频所属行业发展现状综合分析

4.1 中国在线视频市场销售情况分析

4.1.1 经营现状分析

4.1.2 主要经营区域分析

4.2 行业容量分析及预测

4.2.1 市场容量现状

4.2.2 未来容量趋势预测

4.3 需求分析及预测

4.3.1 需求总量分析

4.3.2 需求结构变化分析

4.3.3 2021-2027年需求预测

中国在线视频行业发展迅速，市场规模已从2014年的249亿元预计增长至2017年的952亿元，预计在线视频行业的市场规模增长仍将继续，2020年将达1916亿元，2017-2020年CAGR为23.8%。2014-2020年中国在线视频行业市场规模走势

4.4 市场分析及预测

4.4.1 供需平衡分析及预测

4.4.2 价格变化分析及预测

4.5 在线视频市场发展驱动因素分析

4.5.1 产品优势

4.5.2 政策扶持

第五章 中国在线视频所属行业经营状况分析

5.1 行业经营效益分析

5.2 行业盈利能力分析

5.3 行业营运能力分析

5.4 行业偿债能力分析

第六章 中国在线视频行业分区域竞争格局分析

6.1 A省在线视频行业竞争分析

6.1.1 行业总体现状

6.1.2 企业竞争格局

6.1.3 产业区域发展前景

6.2 B省在线视频行业竞争分析

6.2.1 行业总体现状

6.2.2 企业竞争格局

6.2.3 产业区域发展前景

6.3 C省在线视频行业竞争分析

6.3.1 行业总体现状

6.3.2 企业竞争格局

6.3.3 产业区域发展前景

6.4 D省在线视频行业竞争分析

6.4.1 行业总体现状

6.4.2 企业竞争格局

6.4.3 产业区域发展前景

6.5 E省在线视频行业竞争分析

6.5.1 行业总体现状

6.5.2 企业竞争格局

6.5.3 产业区域发展前景

第七章 中国在线视频市场品牌构成

7.1 中国在线视频市场主要品牌分析

7.1.1 国外主要企业品牌分析

7.1.1.1 品牌数量及所占份额

7.1.1.2 主要品牌在华发展历程及经验分析

7.1.2 国内主要品牌分析

7.2.1.1 品牌数量及所占份额

7.2.2.2 主要品牌在华发展历程及经验分析

第八章 在线视频所属行业市场竞争格局分析

8.1 在线视频行业企业竞争整体状况

8.2 在线视频行业企业竞争特点分析

8.3 企业构成及区域分布分析

8.3.1 企业数量规模

8.3.2 企业区域分布构成分析

8.4 在线视频行业市场集中度分析

8.5 在线视频行业企业兼并重组情况分析

第九章 在线视频行业竞争结构分析

9.1 国际市场竞争格局

9.2 中国市场竞争结构

9.2.1 行业内现有企业的竞争

9.2.2 新进入者的威胁

9.2.3 替代品的威胁

9.2.4 供应商的讨价还价能力

9.2.5 购买者的讨价还价能力

第十章 在线视频企业营销调查

10.1 行业重点企业营销模式调查

10.1.1 直销式

10.1.2 区域总经销商式

10.1.3 区域多家经销商式

10.2 行业重点企业销售渠道调查

10.2.1 企业产品销售渠道架构及规模

10.2.2 各营销渠道销售份额对比

10.2.3 营销渠道建设规划

10.3 行业重点企业下游典型客户调查

10.3.1 客户分类特点

10.3.2 客户分类规模

10.3.3 客户需求特点

10.4 行业重点企业产品销售价格调查

第十一章 在线视频企业综合评价

11.1 企业综合竞争力评价

11.2 企业价值评估

11.3 企业存在问题分析

11.4 与企业相关的投资机会

11.4.1 合作交流机会

11.4.2 并购机会

11.5 行业企业排名

第十二章 国内在线视频业企业竞争力分析

第一节 YOUTUBE

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略分析

第二节 优酷网

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略分析

第三节 土豆网

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略分析

第四节 56网

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略分析

第五节 酷6网

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略分析

第六节 21CN

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略分析

第七节 激动网

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略分析

第八节 天线视频 (OPENV)

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略分析

第九节 乐视网

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略分析

第十节 GOOGLE

一、企业发展基本情况

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略分析

第十三章 2021-2027年中国在线视频企业产销模式渠道竞争力提升对策

13.1 在线视频行业企业经营发展分析及建议

13.1.1 在线视频行业经营模式

13.2 行业主要销售渠道与策略

13.2.1 行业产品销售渠道存在的主要问题

13.2.2 行业产品销售渠道发展趋势与策略

13.3 在线视频行业营销模式分析及建议

13.3.1 在线视频行业营销模式

13.3.2 在线视频行业营销策略

13.4 中国在线视频市场销售品牌研究

13.4.1 区域热卖品牌

13.4.2 龙头企业动态

13.5 中国在线视频市场标杆企业销售模式分析

13.5.1 国外品牌企业

13.5.2 国内龙头企业

13.6 影响中国在线视频目标市场策略因素分析

13.6.1 企业的资源特点

13.6.2 产品及市场特点

13.6.3 竞争者策略选择

13.7 中国在线视频目标市场营销策略

13.7.1 无差别性市场营销策略

13.7.2 差别性市场营销策略

13.7.3 集中性市场营销策略

图表目录：

图表：在线视频行业生命周期

图表：2013-2019年中国居民消费价格涨跌幅度

图表：2013-2019年中国各行业居民消费价格涨跌幅度

图表：2013-2019年在线视频行业需求总量情况

图表：2013-2019年在线视频行业需求结构情况

图表：2021-2027年中国在线视频行业需求预测

图表：2013-2019年中国在线视频行业企业集中度情况

图表：2013-2019年中国在线视频行业销售收入

图表：2013-2019年中国在线视频行业销售收入增长趋势图

图表：2013-2019年中国在线视频行业利润总额

图表：2013-2019年中国在线视频行业利润总额增长趋势图

图表：2013-2019年中国在线视频行业销售毛利率趋势图

图表：2013-2019年中国在线视频行业销售利润率趋势图

图表：2013-2019年中国在线视频行业成本费用利润率趋势图

图表：2013-2019年中国在线视频行业应收账款周转率对比图

图表：2013-2019年中国在线视频行业流动资产周转率对比图

图表：2013-2019年中国在线视频行业总资产周转率对比图

图表：2013-2019年中国在线视频行业存货周转率对比图

图表：2013-2019年中国在线视频行业资产负债率对比图

图表：2013-2019年中国在线视频行业利息保障倍数对比图

图表：2013-2019年中国在线视频行业市场集中度分析

图表：中国在线视频行业企业排名情况

图表：2013-2019年中国在线视频行业标杆企业主营业务对比分析

图表：2013-2019年中国在线视频行业标杆企业盈利能力对比分析

图表：2013-2019年中国在线视频行业标杆企业成长能力对比分析

图表：2013-2019年中国在线视频行业标杆企业营运能力对比分析

图表：2013-2019年中国在线视频行业标杆企业偿债能力对比分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/196598.html>