

2022-2028年中国网络视频 版权保护产业发展现状与投资前景评估报告

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

《2022-2028年中国网络视频版权保护产业发展现状与投资前景评估报告》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/202112/255456.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

2017年中国版权网络视频行业收入规模达到了725.9亿元，相较于2013年的100多亿元，行业发展可圈可点。随着用户规模扩大，用户使用黏性增加，版权网络视频带来的商业资源不断升值，预计到2018年将成为千亿级市场。2016年短视频兴起，早期短视频平台开始进行初步的商业变现尝试。2017年短视频火热，用户规模的增长和广告主的关注带动了整体市场规模提升，短视频市场规模达57.3亿，同比增长达183.9%。2013-2018年中国版权网络视频行业收入规模走势

中企顾问网发布的《2022-2028年中国网络视频版权保护产业发展现状与投资前景评估报告》共六章。首先介绍了中国网络视频版权保护行业市场发展环境、网络视频版权保护整体运行态势等，接着分析了中国网络视频版权保护行业市场运行的现状，然后介绍了网络视频版权保护市场竞争格局。随后，报告对网络视频版权保护做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网络视频版权保护行业发展趋势与投资预测。您若想对网络视频版权保护产业有个系统的了解或者想投资中国网络视频版权保护行业，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、研究方法/概念定义（一）研究方法1.桌面研究2.访谈3.网络视频用户在线定量调研（二）概念界定1.网络视频2.网络视频平台3.版权网络视频4.网络视频直播5.短视频6.体育赛事 第二章、中国网络视频行业发展综述（一）中国网络视频形态演变1.网络视频发展初期（2005-2008年）：多种探索、粗放生长2.网络视频发展中期（2009-2014年）：版权视频确立，网络视频直播兴起3.网络视频高速发展期（2015年后）：版权视频付费时代来临，体育赛事版权运作发力，短视频受到行业重视（二）中国网络视频服务发展现状及趋势1.网络视频行业规模及预测

随着网络视频产业链的不断发展壮大，短视频剪辑搬运、广告插件拦截屏蔽、影视实物衍生品盗版、盗播体育赛事及以网络直播形式的盗播等一系列以产业生态为核心的侵权类别开始蔓延开来，由于是伴随着新业务而成长起来的侵权形式或侵权技术手段，就加重了在法律维权确权层面的不易性，打击这类盗版模式任重而道远。

这十几年间，网络视频行业的发展经历了从恶性竞争到良性发展的历程，目前已经形成较为完善的网络视频版权生态，正版化逐渐成为主流视频网站的共识。这是国家、企业、用户等多方共同努力的成果。但是，随着业务模式及新技术的不断发展与更新，新型网络视频盗版形式层出不穷，网络视频正版化之路仍然任重而道远。2019-2020年中国版权网络视频行业收入规模走势2.网络视频用户规模及预测3.网络视频行业发展动态4.网络视频行业发展趋势（三）网络视频行业发展价值分析1.对国民经济的贡献2.对国民文化娱乐生活和精神文明建设

的贡献3.对上游影视文化产业繁荣发展的贡献4.对广告业和实体产业相互促进的贡献 第三章、中国版权网络视频商业模式分析（一）传统版权网络视频商业模式1.商业广告和营销2.用户付费3.版权许可和分销（二）创新版权网络视频商业模式1.视频电商业2.硬件研发和销售3.IP泛娱乐开发4.艺人经纪5.IP实物衍生产品研发和销售 第四章、中国网络视频侵权盗版情况（一）网络视频侵权盗版阶段1.盗版侵权1.0阶段2.盗版侵权2.0阶段3.盗版侵权3.0阶段4.盗版侵权4.0阶段（二）网络视频侵权盗版新形态1.短视频剪辑和搬运2.网络视频实物衍生品盗版3.体育赛事视频内容侵权盗版4.网络广告屏蔽插件对视频广告的屏蔽拦截（三）网络视频用户观看盗版内容的行为分析1.用户对正盗版视频的认知及观看习惯2.用户对盗版网络视频的诉求（四）网络视频侵权盗版损失估算1.版权网络视频损失估算（体育赛事除外）2.体育赛事视频损失估算 第五章、中国网络视频正版化运动（一）网络视频正版化效用1.正版化带来行业有序变现2.正版化激发视频平台采购/自制内容3.正版化推动视频平台更加有序竞争（二）网络视频正版化进程1.规范制定2.行政执法3.行业自律4.技术运用（三）网络视频正版化成效1.盗版视频内容大幅削减2.寻找盗版视频时间成本增加3.网络视频用户正版意识增强 第六章、中国网络视频版权保护的问题与建议（一）网络视频保护面临的问题1.侵权盗版地下化、隐蔽化、分散化，打击难度较大2.法律法规相对滞后，亟待全面修订、完善3.司法适用差异较大，尚需加强可预测性4.侵权盗版打击力度区域不平衡，尚待统一保护标准5.公众版权意识相对淡薄，尚需进一步培养（二）网络视频保护建议1.树立信心，积极应对2.充分运用版权保护技术3.加强监督自律4.创新版权普法形式，加强公民版权意识（） 图表目录：图2-12015-2019年中国版权网络视频行业收入规模图2-22015-2019年中国短视频行业收入规模图2-32015-2019年中国网络视频用户规模图2-42015-2019年中国版权网络视频行业各业务营收占比图4-12019年中国短视频用户观看短视频的渠道分布图4-22019年中国短视频用户观看短视频最多的渠道分布图4-32019年中国版权（影视、音乐等）短视频用户对短视频侵权的认知图4-42019年中国版权（影视、音乐等）短视频用户对短视频侵权采取的行为图4-52019年中国短视频用户观看影视剪辑/搬运短视频时遇到的问题图4-62019年中国网络视频用户使用或购买影视作品周边产品的行为分布图4-72019年中国影视实物衍生品消费用户对衍生品版权状况的认知分布图4-82019年中国体育赛事视频用户观看正版和盗版体育赛事内容的分布情况图4-92019年中国盗版体育赛事视频用户观看盗版体育赛事的途径图4-102019年中国盗版体育赛事直播用户在观看时遇到的问题图4-112019年中国盗版体育赛事视频用户考虑付费收看正版体育赛事内容的推动因素图4-122019年谷歌Chrome、火狐浏览器高装机量网络广告屏蔽插件相关信息统计图4-132019年中国网络视频贴片广告屏蔽插件用户未来继续使用广告屏蔽功能的可能性图4-142019年中国网络视频贴片广告屏蔽插件用户未来选择付费订阅VIP会员去广告的意愿的降低情况图4-152019年中国版权网络视频用户对正/盗版视频认知情况图4-162019年中国版权网络视频用户对正/盗版视频的观看

习惯分布图4-172019年中国版权网络视频用户观看正/盗版视频的频率变化图4-182019年中国版权网络视频用户观看/下载盗版视频的途径图4-192019年中国版权网络视频用户在正/盗版渠道上观看的内容分布图4-202019年中国版权网络视频用户了解盗版网络视频渠道的方式图4-212019年中国版权网络视频用户从正版转到盗版渠道的影响因素图4-222019年中国版权网络视频用户对盗版视频渠道的不满图5-12019年中国版权网络视频用户对正版渠道优势的认知图5-22019年中国版权网络视频用户对正版视频网站的整体满意度图5-32019年中国版权网络视频用户选择观看正版网络视频的原因图5-42019年中国盗版网络视频用户寻找盗版网络视频内容的难度变化图5-52019年中国盗版网络视频用户能够忍受的寻找盗版视频的时长图5-62019年中国版权网络视频用户对盗版网络视频的看法

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202112/255456.html>