

2020-2025年中国网民网络视频行业发展趋势预测 及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国网民网络视频行业发展趋势预测及投资战略咨询报告》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.huaon.com/channel/software/606188.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

在线视频平台作为强流量入口，贯穿文学、漫画、音乐、游戏、直播、体育等多个泛娱乐领域，位于产业链的中心地位，聚合了多样化的内容并对有价值的IP进行运营和变现。上游为内容提供方，包括电影制作和投资公司、娱乐制作公司和第三方IP生产者等，而下游则是视频的用户。在线视频平台目前主要通过广告收入与会员付费收入进行变现，以此来购买并参与自制与合制更多的内容和版权，再通过平台、直播等多种渠道分发输出。

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 网民网络视频调查概述

第一节 网络视频行业的界定

一、网络视频界定

(1) 网络视频及相关定义

(2) 网络视频特征及优势

(3) 网络视频的分类

二、网络视频行业基本情况

(1) 网络视频行业界定

(2) 网络视频行业主管部门

(3) 网络视频行业监管体制

(4) 网络视频行业主要政策法规

第二节 网民网络视频调查内容

第三节 网民网络视频调查方法

一、调查时间

二、调查方式

三、调查随机性和准确性控制办法

四、调查样本分布

第二章 2019年中国网络视频行业市场发展环境分析（PEST分析法）

第一节 2019年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2019年中国网络视频行业政策环境分析

一、互联网等信息网络传播视听节目管理办法

二、互联网视听节目服务管理规定

三、中国互联网视听节目服务自律公约

第三节 2019年中国网络视频行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

第三章 2019年中国网络视频用户分析

第一节 中国网络视频用户内容需求与行为解析

第二节 国内手机视频用户发展现状与原因分析

第三节 网络视频产业的发展应立足于用户体验

第四节 网络视频内容及用户体验研究

第五节 中国网络视频受众商业价值分析

第六节 网络视频用户分析

一、网络视频用户特征分析

二、网络视频用户上网特征概述

三、用户的使用行为分析

四、网络视频的分享与上传

五、网络视频用户看电视的相关分析

第七节 中国网民愿意对正版视频付费

第四章 网络视频用户上网特征概述

第一节 网络视频用户的接入带宽

第二节 网民网络视频的使用频率

第五章 2019年中国网络视频用户的使用行为分析

第一节 用户使用网络视频的方式

第二节 用户获知所观看内容的途径

第三节 用户对网络视频内容的选择

第四节 网络视频用户对视频使用的满意率

一、不同年龄用户的满意率

二、不同学历水平用户的满意率

三、不同收入水平用户的满意率

第五节 网络视频用户的共享与独占

一、网络视频用户对其它类型视频的选择

二、网络视频独占用户的比例

第六节 用户选择原因和看重因素

一、用户观看网络视频的原因

二、选择视频服务最为看重的因素

第六章 网络视频的分享与上传

第一节 用户对视频的分享

一、用户分享的视频类型

二、用户的分享行为

三、用户对视频的分享方式

第二节 网络视频用户的上传行为

一、用户选择上传平台时最看重的因素

二、不上传视频的原因分析

第七章 网络视频用户观看电视的相关分析

第一节 网络视频对用户观看电视的时间影响

第二节 用户通过网络或电视看影视剧的态度差别

第三节 网络视频用户对网络的依赖性

一、以电视为参照的互联网依赖

二、以电视收看为参照的热播影视剧观看行为

三、以电视为参照的网络视频需求满足

第四节 用户对高清视频的选择

一、对高清视频的认知使用

二、用户使用高清视频的满意态度

第五节 视频用户对网络视频广告接受度分析

第八章 2020-2025年中国网络视频产业投资与趋势分析

第一节 网络视频产业投资潜力

一、网络视频市场宏观环境分析

二、网络视频行业面临的机遇

三、中国网络视频行业蕴藏巨大市场价值

四、2019年视频网站向上游产业链淘金

第二节 2020-2025年中国网络视频产业风险投资分析

一、网络视频行业壁垒与盈利能力

二、视频网站主要盈利模式

三、2019年网络视频投资情况分析

四、2019年网络视频投资前景预测

第三节 2020-2025年中国网络视频产业的发展预测分析

一、2019年网络视频领域发展趋势展望

二、网络视频产业的五个发展趋势

三、网络视频市场未来发展六大特点

四、网络视频应用的六大方向

五、中国视频网站内容监管方向分析

六、网络视频业态的变迁发展趋势

第四节 网络视频细分市场的未来发展趋势

一、网络视频分享市场

二、P2P视频播放市场

三、视频点播/直播市场

四、网络视频搜索市场

图表目录：

图表网络视频用户的性别构成

图表网络视频用户的年龄构成

图表网络视频用户的学历构成

图表网络视频用户的职业构成

图表网络视频用户的收入构成

图表网络视频用户的城乡分布

图表网络视频用户的带宽接入情况

图表宽带网络视频用户的接入速率构成

图表网络视频用户的观看频率

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/software/606188.html>