

2022-2028年中国在线视频 行业发展趋势与发展前景报告

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年中国在线视频行业发展趋势与发展前景报告》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/202110/242649.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

在线视频使用时长保持增长，但用户规模已隐现天花板，短视频平台表现更为突出。据统计，在线视频在娱乐应用中的相对时长占比由18Q1的37.7%降至19Q2的30.5%。2019年6月份在线视频月活同比增长2.4%，但短视频月活同比增长了32.3%，短视频MAU增速明显更高。2019年6月，移动视频用户规模渗透率已到达95.9%，增长基本到达天花板；主流视频平台的DAU分层明显，腾讯视频和爱奇艺日活均在8000万以上，优酷在4000万左右，而芒果TV则不到1000万。休闲娱乐APP时长占比泛娱乐典型行业月活跃情况

平台内容成本出现一定收窄趋势。以爱奇艺为例，2019Q2公司内容成本50亿元，占营收比例继续减少至71.4%，原因除了部分内容延迟上线外，爱奇艺CEO龚宇在电话会议中称从2019年8月份“明星限薪令”后，采购成本从之前最高1500万/集回落至800万/集内，且自制内容主要成本演员片酬也在下降，过去能拿到8000万到1.2亿片酬的演员现在片酬在1000至5000万元间。受内容生产及采购周期的影响，成本下降的影响预计会在6~18月后逐渐显现。爱奇艺内容成本占营收比

中企顾问网发布的《2022-2028年中国在线视频行业发展趋势与发展前景报告》共五章。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1章中国在线视频行业热点盘点

1.1视频行业政策盘点

1.2视频企业以多种方式切入硬件市场

1.3在线视频企业投入电影制作领域

1.4视频广告产品化成为视频营销新趋势

第2章中国在线视频所属行业市场概况

目前中国主流在线视频平台付费服务价格差异不大，开通TV版会员也同时享受PC、手机

、pad四端的会员特权，还可享受免广告、会员独享免费片、1080P高清视频等特权服务。在线视频行业APP用户付费意愿分布

2.1中国在线视频年度市场规模

2.2中国在线视频年度市场规模结构

2.3中国在线视频年度广告市场规模

2.4中国在线视频年度广告市场结构

2.5中国在线视频年度移动端广告规模

第3章中国在线视频所属行业用户分析

3.1PC端：中国主要网络服务月度覆盖人数

3.2PC端：中国主要网络服务月度使用时间

3.3PC端网页与PC客户端用户规模对比

3.4PC端网页与PC客户端使用时长对比

3.5跨屏用户行为对比

第4章中国在线视频所属行业内容分析

4.1中国在线视频自制剧与传统电视剧对比

4.2中国在线视频自制综艺与传统综艺对比

4.3中国主要类型内容视频播放覆盖人数

4.4中国主要类型内容视频有效播放时长

4.5中国各类视频内容播放时长份额对比

4.6中国主要类型影视剧视频播放覆盖人数

4.7中国主要类型影视剧视频有效播放时长

第5章中国在线视频所属行业广告分析

5.1中国在线视频行业广告主分析

5.2视频广告精准化

5.3视频电商成为视频营销新模式

5.4视频程序化购买进入快速发展阶段

图表目录：

图2-12015-2019年中国在线视频行业市场规模

图2-22015-2019年中国在线视频行业收入构成

图2-32015-2019年中国在线视频行业广告市场规模

图2-42015-2019年中国在线视频行业不同类型媒体广告收入结构

图2-52015-2019年中国在线视频移动端广告市场规模

图3-12015-2019中国主要PC端网络服务月度覆盖人数趋势

图3-22018中国PC端网络服务月度有效使用时间份额

图3-32019中国PC端网络服务月度有效使用时间份额

图3-42015-2019中国在线视频PC端网页与PC客户端月度覆盖人数对比

图3-52015-2019中国在线视频PC端网页与PC客户端月度使用时间份额对比

图3-62019年中国在线视频PC端与移动端月度覆盖人数趋势

图3-72019年中国在线视频行业PC端与移动端有效使

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202110/242649.html>