

2016-2022年中国网民网络 视频行业深度调研与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国网民网络视频行业深度调研与投资前景预测报告》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.abaogao.com/b/hulianwang/006189YOLY.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

前言

青年是网络视频用户的主要群体。10-29岁的青年群体在整体用户群中比例最高，超过半数，占到61.5%的比例。网络视频用户在10-19岁、30-39岁年龄段的比例，要略高于全国网民。

网络视频用户中以中等学历的群体为主，高学历人群比例高于全国网民。在网络视频用户的学历构成中，高中学历用户占到了整体用户的四成以上，达到40.4%，与全国网民高中学历用户比例持平。大专以上学历的用户占到整体用户的三成，达到30.2%的比例。比同学历水平的全国网民比例高出5.9个百分点。

学生群体和职场人士是网络视频用户的主要组成部分。学生群体占到整体用户的31.5%，是网络视频用户中所占比例最大的群体。企业/公司职员、党政机关事业单位工作者、专业技术人员的比例均高于于全国网民的相同职业分布比例。

本网民网络视频市场行业研究报告共八章是智研数据中心咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。网民网络视频市场行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了网民网络视频行业市场潜在需求与市场机会，报告对网民网络视频市场行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国网民网络视频市场行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章网民网络视频调查概述

第一节网民网络视频调查内容

第二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

第三节研究成果摘要

一、网络视频用户特征分析

二、网络视频用户上网特征

三、网络视频用户使用行为分析

四、用户的分享与上传

五、网络视频用户观看电视的相关分析

第二章2014年中国网络视频行业市场发展环境分析（PEST分析法）

第一节2014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2014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2014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2014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2014年网络视频用户分析

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、网络视频用户观看电视的相关分析

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2014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2016-2022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、2014年视频网站向上游产业链淘金

第二节2016-2022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、2014年网络视频投资情况分析

四、2014年网络视频投资前景预测

第三节2016-2022年中国网络视频产业的发展预测分析

一、2014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

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/006189YOLY.html>