

2020-2026年中国网络付费 行业市场分析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

《2020-2026年中国网络付费行业市场分析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/006189QN1Y.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

90后、00后以及更年轻的代际群体对于互联网化的生活方式接受度较高，有着天然的黏性和归属感，对于近5-10年发展壮大的互联网内容付费市场有较强的认知度和认可度，我们将这样一个群体定义为“天然付费群体”。2015年的“天然付费群体”（1990年及之后出生的人口，对应2015年约取0~24岁群体）约4亿人，占总人口的29.3%；到2020年，“天然付费群体”预计占总人口的比例约34.1%，2025-2035年每隔5年的预计占比分别为39.0%、43.9%和48.9%。从绝对数角度看，从2015-2035年每5年的“天然付费群体”人口分别为4亿、4.88亿、5.74亿、6.58亿和7.4亿，2020-2035年每5年的同比增速分别为21.3%、17.6%、14.7%和12.5%。同时，90、00后的兴趣爱好更加广泛，对个性化的需求更加突出。

2017年国内网络视频用户的付费比例持续增长，有42.9%的用户曾为视频付费，相比2016年增长7.4%，且预计未来仍将保持较高速的增长趋势，用户的付费意识已经逐步养成。即使在未付费群体中，也有25.5%的用户表示“如果有特别想看的内容，不介意付费”，另有5.2%的用户称其在未来一年内会进行付费。2014-2017年用户付费比例情况数据来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国网络付费行业市场分析与投资前景预测报告》共十四章。首先介绍了中国网络付费行业市场发展环境、网络付费整体运行态势等，接着分析了中国网络付费行业市场运行的现状，然后介绍了网络付费市场竞争格局。随后，报告对网络付费做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国网络付费行业发展趋势与投资预测。您若想对网络付费产业有个系统的了解或者想投资中国网络付费行业，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：

第一章网络付费行业相关基础概述及研究机构

1.1网络付费的定义及分类

1.1.1网络付费的界定

1.1.2网络付费产品特性

1.1.3网络付费内容分类

- 1、影院热映新片
- 2、网络大电影
- 3、电视台热播剧
- 4、网络自制剧
- 5、网站自制综艺

1.2网络付费行业特点分析

1.2.1市场特点分析

1.2.2行业经济特性

1.2.3行业发展周期分析

1.2.4行业进入风险

1.2.5行业成熟度分析

1.3网络付费行业研究机构

1.3.1网络付费行业介绍

1.3.2网络付费行业研究优势

1.3.3网络付费行业研究范围

第二章2015-2017年中国网络付费行业市场发展环境分析

2.1中国网络付费行业经济环境分析

2.1.1中国经济运行情况

- 1、国民经济运行情况GDP
- 2、消费价格指数CPI、PPI
- 3、全国居民收入情况
- 4、恩格尔系数
- 5、工业发展形势

2.1.2经济环境对行业的影响分析

2.2中国网络付费行业政策环境分析

2.2.1行业监管环境

- 1、行业主管部门
- 2、行业监管体制

2.2.2行业政策分析

2.2.3政策环境对行业的影响分析

2.3中国网络付费行业社会环境分析

2.3.1行业社会环境

- 1、人口规模分析
- 2、教育环境分析
- 3、文化环境分析
- 4、生态环境分析
- 5、中国城镇化率
- 6、消费观念变迁
- 7、消费升级趋势

2.3.2社会环境对行业的影响分析

2.4中国网络付费行业技术环境分析

2.4.1网络付费生产工艺水平

2.4.2行业主要技术发展趋势

2.4.3技术环境对行业的影响

第三章中国网络付费行业上、下游产业链分析

3.1网络付费行业产业链概述

3.1.1产业链定义

3.1.2网络付费行业产业链

3.2网络付费行业上游-原材料产业发展分析

3.2.1网络付费原材料产业发展现状

3.2.2网络付费原材料产业供给分析

3.2.3网络付费原材料供给价格分析

3.2.4网络付费原材料供给区域分布

3.3网络付费行业下游-经销商情况分析

3.3.1网络付费经销商发展现状

3.3.2网络付费经销商规模情况

3.3.3网络付费经销商区域分布

3.4网络付费行业终端消费者消费情况分析

3.4.1中国人均网络付费消费情况

3.4.2网络付费消费者地域分布情况

3.4.3网络付费消费者品牌忠诚度分析

第四章国际网络付费行业市场发展分析

4.12015-2017年国际网络付费行业发展现状

4.1.1国际网络付费行业发展现状

4.1.2国际网络付费行业发展规模

4.1.3国际网络付费主要技术水平

4.22015-2017年国际网络付费市场需求研究

4.2.1国际网络付费市场需求特点

4.2.2国际网络付费市场需求结构

4.2.3国际网络付费市场需求规模

4.32015-2017年国际区域网络付费行业研究

4.3.1欧洲网络付费市场

1、欧洲网络付费市场现状分析

2、欧洲网络付费市场规模分析

3、欧洲网络付费市场趋势预测

4.3.2美国网络付费市场

1、美国网络付费市场现状分析

2、美国网络付费市场规模分析

3、美国网络付费市场趋势预测

4.3.3日韩网络付费市场

1、日韩网络付费市场现状分析

2、日韩网络付费市场规模分析

3、日韩网络付费市场趋势预测

4.4国际网络付费著名品牌分析

4.52020-2026年国际网络付费行业发展展望

4.5.1国际网络付费行业发展趋势

4.5.2国际网络付费行业规模预测

4.5.3国际网络付费行业发展机会

第五章2015-2017年中国网络付费行业发展概述

5.1中国网络付费行业发展状况分析

5.1.1中国网络付费行业发展阶段

5.1.2中国网络付费行业发展总体概况

5.1.3中国网络付费行业发展特点分析

- 1、中国网络付费市场规模快速增长
- 2、中国网络付费行业消费升级发展
- 3、中国网络付费行业健康化发展

5.22015-2017年网络付费行业发展现状

5.2.12015-2017年中国网络付费行业发展热点

5.2.22015-2017年中国网络付费行业发展现状

5.2.32015-2017年中国网络付费企业发展分析

5.3网络付费行业替代品及互补产品分析

5.3.1网络付费行业替代品分析

- 1、替代品种类
- 2、主要替代品对网络付费行业的影响
- 3、替代品发展趋势分析

5.3.2网络付费行业互补产品分析

5.4中国网络付费行业细分市场分析

5.4.1影院热映新片市场

- 1、影院热映新片市场发展现状
- 2、影院热映新片市场规模
- 3、影院热映新片市场发展前景

5.4.2网络大电影市场

- 1、网络大电影市场发展现状
- 2、网络大电影市场规模
- 3、网络大电影市场发展前景

5.4.3电视台热播剧市场

- 1、电视台热播剧市场发展现状
- 2、电视台热播剧市场规模
- 3、电视台热播剧市场发展前景

5.4.4网络自制剧市场

- 1、网络自制剧市场发展现状
- 2、网络自制剧市场规模
- 3、网络自制剧市场发展前景

5.4.5网站自制综艺市场

1、网站自制综艺市场发展现状

2、网站自制综艺市场规模

3、网站自制综艺市场发展前景

5.5网络付费行业渠道与行业品牌分析

5.5.1网络付费行业渠道分析

第六章中国网络付费行业运行指标分析及预测

6.1中国网络付费行业企业数量分析

6.1.12015-2017年中国网络付费所属行业企业数量情况

6.1.22015-2017年中国网络付费所属行业企业竞争结构

6.22015-2017年中国网络付费所属行业财务指标总体分析

6.2.1行业盈利能力分析

6.2.2行业偿债能力分析

6.2.3行业营运能力分析

6.2.4行业发展能力分析

6.3中国网络付费所属行业市场规模分析及预测

6.3.12015-2017年中国网络付费所属行业市场规模分析

6.3.22020-2026年中国网络付费行业市场规模预测

6.42015-2017年中国网络付费区域市场规模分析

6.4.1东北地区市场规模分析

6.4.2华北地区市场规模分析

6.4.3华东地区市场规模分析

6.4.4华中地区市场规模分析

6.4.5华南地区市场规模分析

6.4.6西部地区市场规模分析

6.5中国网络付费行业市场供需分析及预测

6.5.1中国网络付费行业市场供给分析

1、2015-2017年中国网络付费行业市场供给规模分析

根据对行业整体情况统计，目前中国视频行业用户无论是在移动端或在全平台，人数已由高速增长阶段转为稳定增长阶段。2017年网络视频用户数达到5.79亿人，同比增长6.31%；移动端用户规模为5.49亿人，同比增长9.74%。网络视频用户基数稳定增长。估计未来几年每年可

以保持5%~7%的复合年均增速。中国网络视频付费市场规模（亿元）数据来源：公开资料整理
中国网络视频付费用户规模（万人）数据来源：公开资料整理

假设未来更长远的时间，网络视频用户达9亿人，付费渗透率55%，年ARPU值400元，则网络视频付费市场规模有望冲击2000亿元。

2、2020-2026年中国网络付费行业供给规模预测

6.5.2中国网络付费行业市场需求分析

1、2015-2017年中国网络付费行业需求规模分析

2、2020-2026年中国网络付费行业需求规模预测

6.62015-2017年中国网络付费所属行业产品价格分析

6.6.12015-2017年中国网络付费所属行业产品价格回顾

6.6.22015-2017年中国网络付费产品当前市场价格统计分析

6.6.32015-2017年中国网络付费产品价格影响因素分析

6.6.42020-2026年中国网络付费产品价格预测

第七章网络付费行业发展现状及前景

7.1互联网给网络付费行业带来的冲击和变革分析

7.1.1互联网时代网络付费行业大环境变化分析

7.1.2互联网给网络付费行业带来的机遇分析

7.1.3互联网给网络付费行业带来的挑战分析

7.1.4网络付费行业渠道形势变革分析

7.1.5网络付费行业营销模式变革分析

7.1.6网络付费行业经营成本变化情况

7.2网络付费行业市场发展现状分析

7.2.1网络付费行业投资布局分析

1、网络付费行业投资切入方式

2、网络付费行业投资规模分析

3、网络付费行业投资业务布局

7.2.2网络付费行业目标客户互联网渗透率分析

7.2.3网络付费行业市场规模分析

7.2.4网络付费行业竞争格局分析

1、网络付费行业参与者结构

2、网络付费行业竞争者类型

3、网络付费行业市场占有率

7.2.5中国网络付费企业互联网战略案例分析

7.3网络付费行业市场发展前景分析

7.3.1网络付费行业市场增长动力分析

7.3.2网络付费行业市场发展瓶颈剖析

7.3.3网络付费行业市场发展趋势分析

第八章中国网络付费行业消费市场调查

8.1网络付费市场消费需求分析

8.1.1网络付费市场的消费需求变化

8.1.2网络付费行业的需求情况分析

8.1.3网络付费品牌市场消费需求分析

8.2网络付费消费市场状况分析

8.2.1网络付费行业消费特点

8.2.2网络付费行业消费结构分析

8.2.3网络付费行业消费的市场变化

8.2.4网络付费市场的消费方向

8.3网络付费行业产品的品牌市场调查

8.3.1消费者对行业品牌认知度宏观调查

8.3.2消费者对行业产品的品牌偏好调查

8.3.3消费者对行业品牌的首要认知渠道

8.3.4网络付费行业品牌忠诚度调查

8.3.5消费者的消费理念调研

第九章中国网络付费行业市场竞争格局分析

9.1中国网络付费行业竞争格局分析

9.1.1网络付费行业区域分布格局

9.1.2网络付费行业企业规模格局

9.1.3网络付费行业企业性质格局

9.1.4网络付费国际竞争格局分析

1、国际网络付费品牌格局

2、国际网络付费区域格局

- 3、国际网络付费市场集中度分析
- 4、中国网络付费市场国产品牌占比分析
- 9.2中国网络付费行业竞争五力分析
 - 9.2.1网络付费行业上游议价能力
 - 9.2.2网络付费行业下游议价能力
 - 9.2.3网络付费行业新进入者威胁
 - 9.2.4网络付费行业替代产品威胁
 - 9.2.5网络付费行业现有企业竞争
- 9.3中国网络付费行业竞争SWOT分析
 - 9.3.1网络付费行业优势分析（S）
 - 9.3.2网络付费行业劣势分析（W）
 - 9.3.3网络付费行业机会分析（O）
 - 9.3.4网络付费行业威胁分析（T）
- 9.4中国网络付费行业投资兼并重组整合分析
 - 9.4.1投资兼并重组现状
 - 9.4.2投资兼并重组案例
- 9.5中国网络付费行业竞争策略建议

第十章网络付费行业领先企业竞争力分析

- 10.1 YOUTUBE
 - 10.1.1企业发展基本情况
 - 10.1.2企业主要产品分析
 - 10.1.3企业竞争优势分析
 - 10.1.4企业经营状况分析
- 10.2 优酷网
 - 10.2.1企业发展基本情况
 - 10.2.2企业主要产品分析
 - 10.2.3企业竞争优势分析
 - 10.2.4企业经营状况分析
- 10.3 土豆网
 - 10.3.1企业发展基本情况
 - 10.3.2企业主要产品分析

10.3.3企业竞争优势分析

10.3.4企业经营状况分析

10.4 56网

10.4.1企业发展基本情况

10.4.2企业主要产品分析

10.4.3企业竞争优势分析

10.4.4企业经营状况分析

10.5腾讯微视

10.5.1企业发展基本情况

10.5.2企业主要产品分析

10.5.3企业竞争优势分析

10.5.4企业经营状况分析

10.6乐视网

10.6.1企业发展基本情况

10.6.2企业主要产品分析

10.6.3企业竞争优势分析

10.6.4企业经营状况分析

第十一章2020-2026年中国网络付费行业发展趋势与投资机会研究

11.12020-2026年中国网络付费行业市场发展潜力分析

11.1.1中国网络付费行业市场空间分析

11.1.2中国网络付费行业竞争格局变化

11.1.3中国网络付费行业互联网+前景

11.22020-2026年中国网络付费行业发展趋势分析

11.2.1中国网络付费行业品牌格局趋势

11.2.2中国网络付费行业渠道分布趋势

11.2.3中国网络付费行业市场趋势分析

11.32020-2026年中国网络付费行业投资机会与建议

11.3.1中国网络付费行业投资前景展望

11.3.2中国网络付费行业投资机会分析

11.3.3中国网络付费行业投资建议

第十二章2020-2026年中国网络付费行业投资分析与风险规避

12.1中国网络付费行业关键成功要素分析

12.2中国网络付费行业投资壁垒分析

12.3中国网络付费行业投资风险与规避

12.3.1宏观经济风险与规避

12.3.2行业政策风险与规避

12.3.3上游市场风险与规避

12.3.4市场竞争风险与规避

12.3.5技术风险分析与规避

12.3.6下游需求风险与规避

12.4中国网络付费行业融资渠道与策略

12.4.1网络付费行业融资渠道分析

12.4.2网络付费行业融资策略分析

第十三章2020-2026年中国网络付费行业盈利模式与投资战略规划分析

13.1国外网络付费行业投资现状及经营模式分析

13.1.1境外网络付费行业成长情况调查

13.1.2经营模式借鉴

13.1.3国外投资新趋势动向

13.2中国网络付费行业商业模式探讨

13.2.1个体经营的零售模式

13.2.2超市卖场零售模式

13.2.3连锁零售模式

13.2.4电子商务销售模式

13.3中国网络付费行业投资发展战略规划

13.3.1战略优势分析

13.3.2战略机遇分析

13.3.3战略规划目标

13.3.4战略措施分析

13.4最优投资路径设计

13.4.1投资对象

13.4.2投资模式

13.4.3预期财务状况分析

13.4.4风险资本退出方式

第十四章研究结论及建议

14.1研究结论

14.2网络付费行业投资可行性评估

14.3建议

14.3.1行业投资结构调整

14.3.2行业投资方向建议

14.3.3行业投资方式建议

图表目录：

图表：网络付费行业特点

图表：网络付费行业生命周期

图表：网络付费行业产业链分析

图表：2015-2017年网络付费行业市场规模分析

图表：2020-2026年网络付费行业市场规模预测

图表：2015-2017年中国网络付费行业供给规模分析

图表：2020-2026年中国网络付费行业供给规模预测

图表：2015-2017年中国网络付费行业需求规模分析

图表：2020-2026年中国网络付费行业需求规模预测

图表：2015-2017年中国网络付费行业企业数量情况

图表：2015-2017年中国网络付费行业企业竞争结构

图表：2015-2017年网络付费行业重要数据指标比较

图表：2015-2017年中国网络付费行业竞争力分析

图表：2020-2026年中国网络付费行业产能预测

图表：2020-2026年中国网络付费行业消费量预测

图表：2020-2026年中国网络付费市场价格走势预测

图表：2020-2026年中国网络付费行业发展趋势预测

略……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/006189QN1Y.html>