

# 2015-2020年中国网络视频 市场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2015-2020年中国网络视频市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/chuanmei1411/D57198B282.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-11-11

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国网络视频市场分析与投资前景研究报告》共十四章。介绍了网络视频行业相关概述、中国网络视频产业运行环境、分析了中国网络视频行业的现状、中国网络视频行业竞争格局、对中国网络视频行业做了重点企业经营状况分析及中国网络视频产业发展前景与投资预测。您若想对网络视频产业有个系统的了解或者想投资网络视频行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

网络视频是在网络上以WMV、RM、RMVB、FLV以及MOV等视频文件格式传播的动态影像，包括各类影视节目、新闻、广告、FLASH动画、自拍DV、聊天视频、游戏视频、监控视频等等。

从行业和应用来看，网络视频已经超越传统互联网的看新闻、发电邮、获取行业资讯等“老三样”应用，跻身于仅次于音乐、网上聊天的“新三样”互联网应用。近年来，该领域有大批PE/VC进入成为市场融资热点。在网络视频广告主流化的趋势下，预计网络视频市场将在未来几年实现飞跃式增长，整体市场规模（主要包括网络视频广告和其他增值服务）有望于2014年接近200亿元。

中国视频监控市场发展的主要驱动因素包括“平安城市”工程、基础交通设施的建设，网络视频监控技术和成本的改善，以及大型体育盛会的推动，我国目前开启的“宽带中国”的宽带升级战略也给我网络视频监控提供了重要的支撑。公安部启动的“平安城市”工程，旨在加强城市安全保障措施，其中重要的一项就是部署视频监控系统。视频系统的部署占到了总投资额28%的比例，极大地推动了视频监控市场的发展。网络视频监控的出现突破了模拟和数字视频监控的缺点，利用TCP/IP网络，实现了远程监控和低成本扩展监控范围，使得视频监控可以向很多领域渗透。

## 报告目录：

### 第一章 网络视频的相关介绍 13

#### 第一节 网络视频的概念 13

##### 一、网络视频的定义 13

##### 二、网络视频媒体类型及特点 13

##### 三、网络视频媒体的功能形态特征 15

##### 四、网络视频媒体的优点 16

## 第二节 网络视频格式介绍 17

- 一、影音文件的三种格式 17
- 二、流媒体文件的四种格式 18
- 三、其他视频格式 20

## 第三节 网络视频的播放方式 21

- 一、视频下载 21
- 二、在线点播 21
- 三、视频轮播 21
- 四、视频直播 21
- 五、视频搜索 22

## 第二章 2012年国际网络视频产业的发展 23

### 第一节 2012年国际网络视频产业发展分析 23

- 一、全球不同地区网络视频使用习惯存在差异 23
- 二、全球网络视频市场发展规模分析 24
- 三、海外成熟市场视频网站差异化经营 25
- 四、金砖四国成世界网络视频消费最活跃地区 26

### 第二节 美国 26

- 一、美国网络视频产业的商业模式 26
- 二、美国移动和网络视频广告投入 32
- 三、美国网络视频用户规模分析 33
- 四、美国网络视频市场发展格局 34
- 五、美国网络视频广告市场分析 35

### 第三节 欧洲 36

- 一、英国视频网站发展形势分析 36
- 二、法国网络视频盗版问题情况 37
- 三、德国网络视频市场状况简述 38
- 四、意大利对网络视频进行严格监管 38

## 第三章 中国网络视频产业分析 40

### 第一节 中国网络视频产业发展综况 40

- 一、中国网络视频行业的发展进程 40

- 二、中国网络视频行业的整体态势透析 41
- 三、中国网络视频行业的主要变化 42
- 四、三网融合成国内网络视频行业发展的加速器 43
- 五、网络视频冲击传统电视媒体霸主地位 43
- 第二节 中国网络视频产业运行分析 44
  - 一、中国网络视频市场发展回顾 44
  - 二、中国网络视频行业总体状况 45
  - 三、中国网络视频行业综合环境分析 46
  - 四、中国网络视频行业发展的主要特征 47
  - 五、网络视频行业掀起新一波整合浪潮 47
  - 六、网络视频行业运行状况分析 48
- 第三节 网络视频产业链分析 48
  - 一、中国网络视频产业链总体发展状况 48
  - 二、视频网站与内容提供商的关系剖析 50
  - 三、电信运营商加速进入网络视频领域 51
  - 四、中国网络视频产业链释放重构讯息 51
  - 五、未来网络视频产业链的三大变化 52
- 第四节 中国网络视频商业运行模式分析 53
  - 一、国内网络视频商业模式发展现状 53
  - 二、产品经营模式与产业价值链运营模式 53
  - 三、网络视频现有商业模式存在的缺陷 54
  - 四、P2P流媒体的几种可行商业模式 55
  - 五、我国网络视频行业的新商业模式 56
- 第五节 中国网络视频营销概况 57
  - 一、网络视频营销优势 57
  - 二、网络视频营销两种形式 58
  - 三、网络视频进入互动娱乐营销新时代 59
  - 四、中国网络视频行业掀起营销热潮 59
  - 五、热点事件在网络营销中的应用价值解析 60
  - 六、未来网络视频营销发展趋势 61

#### 第四章 2012-2013年视频分享行业分析 64

## 第一节 2012-2013年视频分享行业发展状况 64

### 一、视频分享产业发展概况 64

### 二、视频分享月度覆盖用户情况 64

### 三、中国视频分享网站发展困境 65

### 四、我国视频分享网站力求转型突围 67

## 第二节 视频分享网站的主要发展模式 69

### 一、UGC模式 69

### 二、传统合作模式 69

### 三、兼容并包模式 69

## 第三节 中国主流视频分享网站的对比分析 70

### 一、首页格局对比分析 70

### 二、搜索功能对比分析 71

### 三、观看质量对比分析 73

### 四、视频发布比较分析 75

### 五、客户端工具比较分析 76

### 六、综合比较分析 77

## 第四节 视频分享网站发展建议 78

### 一、视频分享网站需要加强自律 78

### 二、视频分享网站应建立利益刺激机制 79

### 三、视频分享网站的版权困境及出路 80

## 第五章 2012年P2P流媒体播放平台的发展 85

## 第一节 P2P流媒体概述 85

### 一、P2P与P2P流媒体的定义 85

### 二、P2P流媒体系统播送方式 86

### 三、P2P流媒体系统网络组织结构 87

### 四、P2P流媒体中的关键技术 88

### 五、P2P流媒体的应用 90

## 第二节 2012年P2P流媒体发展总体分析 90

### 一、P2P流媒体市场的三个发展阶段 90

### 二、中国P2P流媒体产业发展环境分析 91

### 三、中国P2P流媒体市场发展概况 92

#### 四、P2P流媒体的发展战略 93

#### 第三节 P2P流媒体厂商类型 95

##### 一、技术流族 95

##### 二、原创族 96

##### 三、拉帮派 96

##### 四、增值服务型 97

##### 五、另类派 97

##### 六、其他厂商 98

#### 第四节 P2P网络电视 99

##### 一、中国P2P网络电视发展现状 99

##### 二、P2P网络电视的制胜原因 100

##### 三、P2P网络电视面临的挑战 102

##### 四、P2P网络电视内容监管难题及对策 104

##### 五、P2P网络电视业发展趋势展望 106

#### 第五节 中国P2P网络电视主要运营产品比较分析 108

##### 一、PPLive 108

##### 二、PPStream 108

##### 三、UUSee 108

##### 四、QQLive 109

### 第六章 2012-2013年其它类型的网络视频播放平台分析 110

#### 第一节 视频点播 110

##### 一、视频点播技术及其比较分析 110

##### 二、视频点播行业受众行为研究 111

##### 三、中国在线视频点播网站发展历程 111

##### 四、网络电影的发展前景与对策分析 112

#### 第二节 视频搜索 114

##### 一、视频搜索的定义与分类 114

##### 二、国内重点网络视频搜索引擎介绍 115

##### 三、视频搜索市场发展概况与面临的挑战 116

##### 四、2013年中国微博视频搜索应运而生 117

##### 五、运营商掘金视频搜索市场的相关建议 117

## 六、网络视频搜索市场发展趋势 118

## 第七章 2012年网络视频广告产业状况 121

### 第一节 网络视频广告概述 121

#### 一、网络视频广告各类形式简介 121

#### 二、网络视频广告的价值研究 123

#### 三、中国网络视频广告的计费模式 124

#### 四、有效视频广告特点 124

#### 五、网络视频广告较传统广告的主要变化 125

### 第二节 2012年国际网络视频广告的发展 126

#### 一、全球网络视频广告市场快速增长 126

#### 二、法国网络视频广告将步入快速增长期 127

#### 三、2012年美国网络视频广告发展状况 128

#### 四、美国及全球网络视频广告市场趋势预测 129

### 第三节 2012-2013年中国网络视频广告发展分析 129

#### 一、中国视频广告市场发展综述 129

#### 二、2013年网络视频广告市场发展态势 130

#### 三、2012-2013年网络视频广告市场规模分析 132

#### 四、二三线城市网络视频广告份额成争夺热点 132

#### 五、中国网络视频广告产业亟需权威监测机构 133

#### 六、国内网络视频广告市场发展驱动力分析 134

#### 七、中国网络视频广告市场前景及趋势展望 135

### 第四节 2012年网络视频广告的市场需求和消费分析 136

#### 一、广告商对网络视频广告市场需求格局 136

#### 二、广告商对投放网络视频广告的潜在需求 137

#### 三、网络视频广告可以提供精准营销渠道 138

#### 四、网络视频广告对受众消费行为的影响 138

#### 五、网络视频用户对视频广告接受情况 141

### 第五节 网络视频广告的未来发展建议 142

#### 一、对视频网站的建议 142

#### 二、对广告主的建议 142

#### 三、对广告公司的建议 143



## 第八章 2012年中国网络视频用户调查分析 145

### 第一节 网络视频用户基本特征分析 145

#### 一、性别结构 145

#### 二、年龄结构 145

#### 三、学历结构 146

#### 四、收入结构 146

### 第二节 网络视频用户的使用行为解析 147

#### 一、网络视频用户使用的终端设备 147

#### 二、用户对网络视频的收看频率 149

#### 三、视频网站用户重合度分析 149

#### 四、网络视频用户的收看渠道 151

#### 五、用户视频站内搜寻视频途径 152

### 第三节 用户对视频网站的粘性分析 153

#### 一、用户粘性影响因素 153

#### 二、用户收看设备与决策因素 154

### 第四节 网络视频用户的付费行为分析 155

#### 一、付费视频用户使用比率 155

#### 二、付费视频用户使用频率 156

#### 三、网络视频用户付费驱动因素 157

#### 四、网络视频用户细分群体付费驱动因素 157

#### 五、网络视频用户付费模式选择 158

#### 六、网络视频用户费用支出情况 159

### 第五节 网络视频延伸业务使用情况 161

#### 一、UGC视频业务使用情况 161

##### （一）网络视频用户视频拍摄和制作情况 161

##### （二）网络视频用户视频分享情况 161

##### （三）网络视频用户对微视频的态度 162

#### 二、智能电视上网情况 163

##### （一）电视上网比率 163

##### （二）电视上网类型 163

##### （三）电视上网内容 164

#### 三、网络视频下载情况 165

(一) 下载资源来源 165

(二) 下载视频原因 166

## 第九章 2012年网络视频的应用领域分析 167

### 第一节 网络视频监控 167

一、网络视频监控系统概述 167

二、网络视频监控的优势分析 167

三、中国网络视频监控发展的主要驱动因素 169

四、高清网络视频监控系统发展现状分析 169

五、快速发展形势下网络视频监控存在的不足 173

六、安防厂商发展网络视频监控业务面临的形势 174

七、电信运营商开展网络视频监控业务的相关思考 174

### 第二节 网络视频会议 179

一、网络视频会议发展概况 179

二、视频会议系统的多种应用 179

三、网络视频会议的产生与发展概述 182

四、3G助网络视频会议进入规模化发展 182

五、2012年我国网络视频会议迈入云时代 183

六、网络视频会议的未来发展走向 184

### 第三节 网络视频购物 187

一、中国网络视频购物发展现状 187

二、中国推出首个手机视频导购服务 187

三、视频看房推动房地产服务行业升级 188

四、美国视频电子商务网站发展情况 188

五、网络视频购物产生的积极效应分析 189

### 第四节 其他应用领域 189

一、视频招聘的发展及特点 189

二、视频邮件拓展电子邮件服务新领域 190

三、网络视频招标应用前景光明 191

## 第十章 网络视频盈利分析 192

### 第一节 视频网站主要盈利模式 192

- 一、网络广告 192
- 二、增值服务及互动 193
- 三、视频搜索 193
- 第二节 视频网站盈利综合分析 194
  - 一、国内视频网站盈利模式的分类 194
  - 二、视频网站“抱团取暖”变更盈利模式 196
  - 三、中国网络视频行业进入多点盈利时代 197
  - 四、中国视频网站面临的盈利困境 198
- 第三节 视频网站对盈利新模式的探索动态 199
  - 一、乐视网成功开辟独特盈利路径 199
  - 二、奇艺网横空出世欲打造中国版Hulu 200
  - 三、优酷网进军电影行业寻求盈利突围 202
  - 四、优化内容提高视频网站核心竞争力 203
  - 五、用户体验的品质化探索 203
- 第四节 视频网站实现盈利的措施与建议 204
  - 一、加强与传统影视媒体的深度合作 204
  - 二、视频网站十种可行的盈利方法 206
  - 三、业务模式的创新 207
  - 四、用户收费模式的创新 207
  - 五、版权来源的创新 208

## 第十一章 网络视频产业竞争分析 209

### 第一节 网络视频产业竞争现状 209

- 一、中国网络视频行业的三股力量分析 209
- 二、三网融合大势下网络视频行业的竞争环境解析 209
- 三、中国网络视频产业呈现竞合局势 211
- 四、视频网站忠诚度尚未建立 211
- 五、网络视频竞争形势发生变化 212

### 第二节 网络视频产业的具体竞争格局 212

- 一、网络视频产业战略集团的划分 212
- 二、视频分享类网站竞争格局 213
- 三、视频点播类网站竞争格局 215

四、P2P播放平台竞争格局 216

五、视频搜索企业竞争格局 219

第三节 网络视频企业竞争策略 220

一、网络视频的竞争决胜点 220

二、“快者为王”是网络视频行业竞争制胜法则 222

三、优化内容是提高网络视频核心竞争力的根本 223

四、视频网站需要以差异化战略提升竞争力 224

第四节 视频网站的竞争发展走向分析 224

一、各类型视频网站未来生存空间分析 224

二、专业视频网站仍将是网络视频市场的主流 226

三、不同类型的网络视频服务将走向趋同性竞争 226

四、立体式运营将会成为视频网站竞争的核心 227

五、视频新规将影响视频产业竞争格局 228

第十二章 中国网络视频产业的问题与发展对策 230

第一节 中国网络视频产业面临的问题和挑战 230

一、网络视频行业存在的两大突出问题 230

（一）内容方面的问题 230

（二）经营方面的问题 231

二、网络视频的未来发展具有不确定性 232

三、我国网络视频行业发展面临的挑战 233

（一）网络视频的深度发展受到制约 233

（二）网络视频共享内容有待突破 233

（三）网络视频的广告业务的发布形式受到制约 234

四、网络视频价值测量体系还不健全 234

五、国内网络视频业存在四大硬伤 235

（一）同质化严重，缺少精确的盈利模式 235

（二）巨大运营成本压力，制约视频壮大 235

（三）版权问题日益严重 235

（四）内容有失风范 235

第二节 网络视频版权问题分析 236

一、版权成为网络视频产业发展的重大问题 236

- 二、中国网络视频版权问题继续升温 237
- 三、中国网络视频版权呈现“三重门”现象 237
  - (一) 盗版门 238
  - (二) 买版门 238
  - (三) 制版门 239
- 四、网络视频内容版权保护的相关思考 240
  - (一) 版权保护对网络视频服务商的影响 240
  - (二) 网络视频服务的监管 241
- 五、成本和控制力成解决版权的关键点 242
- 第三节 网络视频产业发展策略 243
  - 一、网络视频企业的市场破局之道 243
  - 二、我国网络视频行业发展建议 243
    - (一) 努力提倡“以内容为中心” 243
    - (二) 视频网站要突出特色与细分用户 244
    - (三) 规范版权问题 244
    - (四) 采取多元化营销策略 244
  - 三、视频网站的内容整合策略分析 245
  - 四、网络视频产业发展需要宽松的政策环境和有效的保障机制 245
  - 五、西欧宽带视频业务发展带给中国的启示 246

### 第十三章 博思数据关于网络视频产业投资与趋势分析 248

#### 第一节 网络视频产业的投资潜力 248

- 一、网络视频行业发展的三大动力 248
- 二、网络视频产业面临政策环境分析 249
- 三、网络视频将成为互联网领域投资热点 250

#### 第二节 网络视频产业的投资动态及风险 251

- 一、网络视频行业再度成为融资热点 251
- 二、百度网络视频公司获大笔风投注资 251
- 三、爆米花网转型短视频获巨额投资 252
- 四、PPTV创造天价融资 254
- 五、乐视影业完成首轮数亿融资 254
- 六、门户网站进入视频分享领域面临风险 255

### 第三节 2015-2020年网络视频产业的发展预测 256

#### 一、2015-2020年中国网络视频行业发展预测 256

#### 二、未来我国互联网视频行业的发展趋势 256

#### 三、解析未来网络视频市场发展特点 259

#### 四、网络视频应用的六大方向 260

## 第十四章 中国主要视频网站运营分析 263

### 第一节 YouTube 263

#### 一、网站介绍 263

#### 二、YouTube的成功经验 263

#### 三、Google通过YouTube发力电视广播领域 264

#### 四、YouTube集中精力发展专业视频网络 264

#### 五、2012年YouTube在英国试水新业务 265

### 第二节 CNTV（中国网络电视台） 265

#### 一、网站简介 265

#### 二、中国网络电视台的战略定位 266

#### 三、CNTV上线对网络视频行业的影响及未来发展形势 266

#### 四、中国网络电视台发展的SWOT解析 267

#### 五、中国网络电视台的用户特征分析 268

#### 六、中国网络电视台的访问情况分析 272

### 第三节 优酷网 273

#### 一、网站简介 273

#### 二、优酷网经营状况 273

#### 三、优酷网站访问情况 274

#### 四、优酷网的用户情况 275

#### 五、优酷网发展的核心竞争优势解析 276

#### 六、未来优酷网发力海外电视剧市场 278

### 第四节 土豆网 279

#### 一、网站简介 279

#### 二、土豆网站访问情况 279

#### 三、土豆网的用户情况 280

#### 四、土豆网正版化发展概述 282

## 五、土豆网持续发力美剧市场 283

### 第五节 酷6网 284

#### 一、网站简介 284

#### 二、2012年酷6传媒经营状况 285

#### 三、酷6网站访问情况 285

#### 四、酷6网的用户情况 286

#### 五、酷6网与皮皮网合并的利弊分析 287

#### 六、重组风波过后酷6转型社区化视频网站 288

### 第六节 乐视网 289

#### 一、网站简介 289

#### 二、乐视网经营状况分析 291

#### 三、乐视网访问情况 291

#### 四、乐视网的用户情况 292

#### 五、乐视网的服务与营销战略 294

### 第七节 激动网 297

#### 一、网站简介 297

#### 二、网站访问情况分析 298

#### 三、网站用户特征分析 298

#### 四、激动网视频产品与服务 301

#### 五、激动网付费视频模式分析 301

#### 六、激动网视频服务再细分推“激动网视” 302

#### 七、激动网用户体验分析 303

### 第八节 爱奇艺网 303

#### 一、网站简介 303

#### 二、网站访问情况分析 304

#### 三、网站用户特征分析 304

#### 四、百度收购PPS视频业务与爱奇艺合并 307

#### 五、爱奇艺通过大数据推出全个性化首页 307

#### 六、爱奇艺发布“绿尾巴”视频分享技术 308

### 第九节 悠视网 308

#### 一、网站介绍 308

#### 二、网站的个性化集群传播策略 309

三、网站重点发展三大业务 310

四、网站新的融资策略 310

五、网站用户访问情况 311

六、网站用户访问特征 311

第十节 天线视频（OpenV） 313

一、网站介绍 313

二、网站发展简况 313

三、网站业务的转型 314

四、网站最新发展策略 314

## 图表目录

图表 1 国外著名视频网站情况及对比 25

图表 2 2012年美国广告主对各类数字广告形式投入计划的变化情况 33

图表 3 2009-2015年美国在线视频用户规模变化趋势图 34

图表 4 2010-2015年美国网络广告市场份额（按广告形式）趋势图 36

图表 5 2012-2017年英国网络视频用户规模变化趋势图 37

图表 6 2011-2017年英国移动视频用户规模变化趋势图 37

图表 7 2012-2013年德国通过PC或笔记本电脑观看网络视频用户数情况 38

图表 8 中国网络视频行业的发展历程分析 46

图表 9 2009-2012年中国网络视频行业市场规模变化趋势图 48

图表 10 2012年中国网络视频行业市场规模构成图 48

图表 11 中国网络视频产业链结构图 50

图表 12 视频分享资费标准情况 64

图表 13 中国主流视频分享网站观看质量对比 74

图表 14 中国主流视频分享网站视频发布上传速度对比 75

图表 15 中国主流视频分享网站视频发布上传方式对比 75

图表 16 网络视频广告与传统媒体比较的优势 126

图表 17 法国网络视频用户对视频广告的反应程度 128

图表 18 2008-2013年中国网络视频广告市场规模变化趋势图 132

图表 19 网络视频广告支出按产品种类分布情况 137

图表 20 网络视频广告营销的目标选择因素调查 138

图表 21 中国互联网受众对视频广告态度分布情况 142



图表 22 2012年中国网络视频用户性别结构	145
图表 23 2012年中国网络视频用户年龄结构	146
图表 24 2012年中国网络视频用户学历结构	146
图表 25 2012年中国网络视频用户收入结构	147
图表 26 2012年中国网络视频用户终端设备使用率	148
图表 27 2012年中国网络视频用户终端设备使用重合度	148
图表 28 2012年中国网络视频用户收看频率	149
图表 29 2012年主要视频网站PC端用户重合度	150
图表 30 2012年主要视频网站移动端用户重合度	151
图表 31 2012年网络视频用户收看渠道	152
图表 32 2012年网络视频用户站内搜寻视频途径功能选择	153
图表 33 2012年网络视频用户收看渠道	154
图表 34 2012年不同终端设备网站选择决策因素对比	155
图表 35 2012年网络视频用户付费视频使用比例	156
图表 36 2012年付费视频用户使用频率	156
图表 37 2012年付费视频用户使用频率	157
图表 38 2012年付费用户细分群体的付费原因	158
图表 39 2012年网络视频用户付费模式	158
图表 40 2012年包月用户付费金额	159
图表 41 2012年包年用户付费金额	160
图表 42 2012年网络视频用户单次点击付费支出可承受额度	160
图表 43 2012年网络视频用户视频拍摄和制作情况	161
图表 44 2012年网络视频用户视频分享目标站点	162
图表 45 2012年网络视频用户对微视频的态度	162
图表 46 2012年网络视频用户通过电视上网情况	163
图表 47 2012年电视用户上网类型	164
图表 48 2012年电视上网用户上网内容选择	165
图表 49 2012年视频下载用户下载资源来源	166
图表 50 2012年视频下载用户下载原因	166
图表 51 影响用户选择视频网站的因素	200
图表 52 主流网站清晰度对比	201
图表 53 P2P网络运营商速效活动	218

图表 54 P2P发展模式SWOT分析 218

图表 55 中国网络视频相关政策分析 250

图表 56 国家广电总局监管政策将会对网络视频行业产生影响 250

图表 57 中国网络视频公司的主要融资活动 251

图表 58 2015-2020年中国网络视频市场规模预测趋势图 256

图表 59 中国网络电视台发展的SWOT分析 268

图表 60 2013年上半年中国网络电视台用户总覆盖人数分年龄表 268

图表 61 2013年上半年中国网络电视台用户总覆盖人数分年龄图 269

图表 62 2013年上半年中国网络电视台用户总覆盖人数分学历表 269

图表 63 2013年上半年中国网络电视台用户总覆盖人数分学历图 269

图表 64 2013年上半年中国网络电视台用户总访问时长分职业表 270

图表 65 2013年上半年中国网络电视台用户总访问时长分职业图 270

图表 66 2013年上半年中国网络电视台用户总访问时长分收入表 271

图表 67 2013年上半年中国网络电视台用户总访问时长分收入图 271

图表 68 2013年上半年中国网络电视台用户总访问时长分城市级别分析表 271

图表 69 2013年上半年中国网络电视台用户总访问时长分城市级别分析图 272

图表 70 中国网络电视台访问情况表 272

图表 71 2008-2012年优酷土豆股份有限公司经营状况 274

图表 72 2013年优酷网访问情况 274

图表 73 2013年优酷网覆盖人群年龄结构情况 275

图表 74 2013年优酷网覆盖人群学历结构情况 275

图表 75 2013年优酷网覆盖人群职业结构情况 275

图表 76 2013年优酷网覆盖人群收入结构情况 276

图表 77 2013年优酷网覆盖人群区域结构情况 276

图表 78 2013年土豆网访问情况 279

图表 79 2013年土豆网覆盖人群年龄结构情况 280

图表 80 2013年土豆网覆盖人群学历结构情况 281

图表 81 2013年土豆网覆盖人群职业结构情况 281

图表 82 2013年土豆网覆盖人群收入结构情况 281

图表 83 2013年土豆网覆盖人群区域结构情况 282

图表 84 2009-2012年酷6传媒经营状况 285

图表 85 2013年酷6网访问情况 285

图表 86 2013年酷6网覆盖人群年龄结构情况	286
图表 87 2013年酷6网覆盖人群学历结构情况	286
图表 88 2013年酷6网覆盖人群职业结构情况	286
图表 89 2013年酷6网覆盖人群收入结构情况	287
图表 90 2013年酷6网覆盖人群区域结构情况	287
图表 91 2010-2013年乐视网信息技术(北京)股份有限公司经营状况	291
图表 92 2013年乐视网访问情况	291
图表 93 2013年乐视网覆盖人群年龄结构情况	292
图表 94 2013年乐视网覆盖人群学历结构情况	293
图表 95 2013年乐视网覆盖人群职业结构情况	293
图表 96 2013年乐视网覆盖人群收入结构情况	293
图表 97 2013年乐视网覆盖人群区域结构情况	294
图表 98 2013年激动网网站访问情况表	298
图表 99 2013年激动网总覆盖人数年龄分布图	299
图表 100 2013年激动网总覆盖人数学历分布图	299
图表 101 2013年激动网总覆盖人数职业分布图	300
图表 102 2013年激动网总覆盖人数收入分布图	300
图表 103 2013年激动网总覆盖人数地域分布图	301
图表 104 2013年爱奇艺网网站访问情况表	304
图表 105 2013年爱奇艺网总覆盖人数年龄分布图	305
图表 106 2013年爱奇艺网总覆盖人数学历分布图	305
图表 107 2013年爱奇艺网总覆盖职业分布图	306
图表 108 2013年爱奇艺网总覆盖人数收入分布图	306
图表 109 2013年爱奇艺网总覆盖人数地域分布图	307
图表 110 2013年上半年悠视网用户访问情况表	311
图表 111 2013年上半年悠视网总覆盖人数年龄分布图	312
图表 112 2013年上半年悠视网总覆盖人数学历分布图	312
图表 113 2013年上半年悠视网总覆盖人数职业分布图	312
图表 114 2013年上半年悠视网总覆盖人数区域分布图	

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1411/D57198B282.html>