

2019-2025年中国短视频市场供需预测及投资战略 研究咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国短视频市场供需预测及投资战略研究咨询报告》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/detail/379874.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

短视频行业从2016年开始爆发，2017年全年月环比增幅均值为6.72%，2018H1受监管影响增速开始放缓，但月环比增幅均值仍有3.42%，依然保持高增速。2018年7月短视频行业MAU达5.08亿，同比增长79.5%（同比增幅远超在线视频（25%）和直播（游戏直播24%，娱乐直播2%）。短视频在整个移动互联网渗透率达46.2%，相当于每2个移动用户中就有1个是短视频的活跃用户。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 短视频行业相关概述

1.1 短视频相关介绍

1.1.1 短视频定义

1.1.2 短视频平台介绍

1.1.3 短视频和传统视频的区别

1.1.4 短视频行业发展驱动因素

1.2 短视频行业产业链分析

1.2.1 产业链综述

1.2.2 内容生产方

1.2.3 内容分发平台

1.2.4 内容制作方

第二章 2015-2018年中国短视频行业发展环境分析

2.1 经济环境

2.1.1 国际经济表现

2.1.2 国内经济增长

2.1.3 国内服务经济

2.1.4 宏观经济展望

2.2 社会环境

2.2.1 “双创”氛围浓厚

2.2.2 新兴产业不断崛起

2.2.3 文化消费需求扩张

2.2.4 “互联网+”时代背景

2.3 技术环境

2.3.1 科技创新加力提速

2.3.2 新一代信息技术发展

2.3.3 5G技术的出现和应用

2.4 互联网环境

2.4.1 互联网基础资源

第三章 2015-2018年中国短视频行业发展分析

3.1 2015-2018年国内短视频行业发展综述

3.1.1 短视频行业发展历程

3.1.2 短视频行业高速增长

3.1.3 短视频市场发展形势

3.1.4 短视频用户规模增长

3.1.5 短视频播放情况分析

3.2 2015-2018年国内短视频行业的创业生态

3.2.1 组织进化：从个体转向组织化发展

3.2.2 消费升级：从泛娱乐转向垂直内容

3.2.3 策略变革：平台与内容的绑定方式升级

3.2.4 平台竞争：创作者对内容平台的偏好渐清晰

3.3 2015-2018年国内短视频分发平台竞争格局 短视频用户使用时长跃升为移动互联网细分行业第三。2018年6月，短视频用户使用时长在移动互联网用户使用总时长占比达8.8%，已排到所有细分行业的第三名，仅次于即时通讯（30.2%）和长视频（9.2%）。2018年7月，短视频的用户使用时长占比继续提升至9.2%，由于长视频也提升至9.5%，短视频仍为时长第三，但短视频时长超过长视频预期将于短期内实现。从用户黏性角度：西瓜视频、火山小视频、抖音、快手以明显的优势领先于其他短视频平台。根据2018年6月DAU/MAU，西瓜视频、火山小视频、抖音、快手分列前4，分别为49.59%、47.37%、46.25%、42.13%，黏性表现可观。月度总有效时长上，根据2018年6月数据，西瓜视频、快手、抖音、波波视频月度总有效时长位列前4。

3.3.2 在线视频网站

3.3.3 社交平台

3.3.4 短视频平台

3.3.5 资讯客户端

3.4 2015-2018年国内短视频市场用户分析

3.4.1 观看情况分析

3.4.2 用户结构分析

3.4.3 用户分布情况

3.4.4 用户偏好分析

第四章 2015-2018年中国短视频行业运行模式分析

4.1 短视频行业盈利模式分析

4.1.1 主要盈利模式介绍

4.1.2 广告盈利模式分析

4.1.3 电商变现模式分析

4.1.4 付费盈利模式分析

4.2 短视频内容生产模式分析

4.2.1 用户原创内容分析

4.2.2 专业内容生产分析

4.2.3 规模化生产模式分析

4.3 “直播+短视频”发展模式分析

4.3.1 协同发展模式概述

4.3.2 同平台模式分析

4.3.3 同生态系统模式分析

4.3.4 平台副业模式分析

第五章 2015-2018年中国短视频广告发展情况分析

5.1 短视频广告相关概述

5.1.1 定义与优势

5.1.2 常见表现形式

5.1.3 发展形势良好

5.2 典型短视频广告模式分析

5.2.1 Instagram+Facebook

5.2.2 微博+秒拍

5.2.3 今日头条

5.3 短视频信息流广告发展前景分析

5.3.1 信息流视频广告发展迅速

5.3.2 短视频信息流广告盈利良好

5.3.3 短视频信息流广告前景展望

第六章 2015-2018年国内短视频行业重点企业发展状况分析

6.1 陌陌 (MOMO)

6.1.1 企业发展概述

6.1.2 转型发展情况

6.1.3 企业经营情况

6.2 炫一下科技有限公司 (秒拍)

6.2.1 企业发展概述

6.2.2 企业融资历程

6.2.3 企业产品线分析

6.2.4 与微博深度合作

6.3 字节跳动科技有限公司（今日头条）

6.3.1 企业发展简介

6.3.2 发展现状分析

6.3.3 企业投融资动态

6.3.4 短视频业务概述

6.4 快手科技有限公司（快手）

6.4.1 企业发展简介

6.4.2 企业融资历程

6.4.3 企业发展策略

6.4.4 与腾讯战略合作

6.5 新片场传媒股份有限公司

6.5.1 企业发展概述

6.5.2 企业经营现状

6.5.3 短视频业务逻辑

6.5.4 短视频盈利模式

6.6 百度好看视频平台

6.6.1 平台发展概述

6.6.2 平台发展优势

6.6.3 未来发展方向

第七章 2015-2018年国内短视频行业经典案例分析

7.1 Papi酱

7.1.1 Papi酱概况

7.1.2 视频内容分析

7.1.3 传播渠道分析

7.1.4 传播受众分析

7.1.5 传播效果分析

7.2 二更视频

7.2.1 二更概况

7.2.2 视频内容分析

7.2.3 5W模式分析

7.2.4 运营策略分析

7.2.5 发展前景展望

7.3 “一条”视频

7.3.1 “一条”概况

7.3.2 精品内容定位

7.3.3 盈利模式分析

7.3.4 营销推广模式

7.3.5 文化内涵分析

7.4 看看新闻Knews

7.4.1 看看新闻Knews概况

7.4.2 主要传播渠道分析

7.4.3 硬新闻的短视频探索

7.4.4 电视硬新闻的融合策略

第八章 国内短视频行业投资分析

8.1 2015-2018年国内短视频行业资本运作情况

8.1.1 行业股权融资状况

8.1.2 短视频融资领域分布

8.1.3 资本扶持内容创作

8.2 2019-2025年国内短视频行业投资机遇分析

8.2.1 行业发展机遇分析

8.2.2 垂直领域投资机遇

8.2.3 内容制作方发展机遇

第九章 2019-2025年国内短视频行业发展趋势及前景展望（AK LY）

9.1 国内短视频行业发展趋势分析

9.1.1 行业监管形势趋严

9.1.2 行业垂直化发展趋势

9.1.3 内容精品化发展趋势

9.2 国内短视频行业发展前景展望

9.2.1 行业整体发展前景良好

9.2.2 未来内容生产格局展望

9.2.3短视频发展前景展望

图表目录：

图表：国内短视频平台分类介绍

图表：短视频平台与传统视频网站对比分析

图表：短视频行业生态系统示意图

图表：短视频主要内容制作方对比分析

图表：短视频主要内容分发平台对比分析

图表：短视频MCN运作模式

图表：2018年国家财政科学技术支出情况

图表：2012-2018年域名数量变化情况

图表：2012-2018年中国网页数量变化情况

图表：2013-2018年中国网民规模及普及率

图表：2015-2018年中国网民性别结构

图表：2015-2018年中国网民年龄结构

图表：2015-2018年中国网民学历结构

图表：2015-2018年中国网民职业结构

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/379874.html>