

2019 年

中国网络视频版权保护研究报告

Research Report of Copyright
Protection in China's Internet Video



海量行研报告免费读

目 录

自序	4
一、研究方法/概念定义	6
(一) 研究方法	6
1. 桌面研究	6
2. 专家访谈	6
3. 网络视频用户在线定量调研	6
(二) 概念界定	8
1. 网络视频	8
2. 网络视频平台	8
3. 版权网络视频	8
4. 网络视频直播	8
5. 短视频	9
6. 体育赛事	9
二、中国网络视频行业发展综述	10
(一) 中国网络视频形态演变	10
1. 网络视频发展初期 (2005-2008 年): 多种探索、粗放生长	10
2. 网络视频发展中期 (2009-2014 年): 版权视频确立, 网络视频直播兴起	11
3. 网络视频高速发展期 (2015 年后): 版权视频付费时代来临, 体育赛事版权运作发力, 短视频受到行业重视	12
(二) 中国网络视频服务发展现状及趋势	14
1. 网络视频行业规模及预测	14
2. 网络视频用户规模及预测	16
3. 网络视频行业发展动态	17
4. 网络视频行业发展趋势	20
(三) 网络视频行业发展价值分析	23
1. 对国民经济的贡献	23
2. 对国民文化娱乐生活和精神文明建设的贡献	23
3. 对上游影视文化产业繁荣发展的贡献	23
4. 对广告业和实体产业相互促进的贡献	24
三、中国版权网络视频商业模式分析	25
(一) 传统版权网络视频商业模式	25
1. 商业广告和营销	25
2. 用户付费	26
3. 版权许可和分销	26
(二) 创新版权网络视频商业模式	28
1. 视频电商业务	28

2. 硬件研发和销售	28
3. IP 泛娱乐开发	28
4. 艺人经纪	29
5. IP 实物衍生产品研发和销售	29
四、中国网络视频侵权盗版情况	31
(一) 网络视频侵权盗版阶段	31
1. 盗版侵权 1.0 阶段	31
2. 盗版侵权 2.0 阶段	32
3. 盗版侵权 3.0 阶段	34
4. 盗版侵权 4.0 阶段	37
(二) 网络视频侵权盗版新形态	42
1. 短视频剪辑和搬运	42
2. 网络视频实物衍生品盗版	46
3. 体育赛事视频内容侵权盗版	48
4. 网络广告屏蔽插件对视频广告的屏蔽拦截	54
(三) 网络视频用户观看盗版内容的行为分析	57
1. 用户对正盗版视频的认知及观看习惯	57
2. 用户对盗版网络视频的诉求	63
(四) 网络视频侵权盗版损失估算	65
1. 版权网络视频损失估算 (体育赛事除外)	65
2. 体育赛事视频损失估算	66
五、中国网络视频正版化运动	67
(一) 网络视频正版化效用	67
1. 正版化带来行业有序变现	67
2. 正版化激发视频平台采购/自制内容	69
3. 正版化推动视频平台更加有序竞争	71
(二) 网络视频正版化进程	72
1. 规范制定	72
2. 行政执法	72
3. 行业自律	74
4. 技术运用	75
(三) 网络视频正版化成效	77
1. 盗版视频内容大幅削减	77
2. 寻找盗版视频时间成本增加	78
3. 网络视频用户正版意识增强	79
六、中国网络视频版权保护的问题与建议	82
(一) 网络视频保护面临的问题	82
1. 侵权盗版地下化、隐蔽化、分散化, 打击难度较大	82

2. 法律法规相对滞后，亟待全面修订、完善	82
3. 司法适用差异较大，尚需加强可预测性	83
4. 侵权盗版打击力度区域不平衡，尚待统一保护标准	83
5. 公众版权意识相对淡薄，尚需进一步培养	84
(二) 网络视频保护建议	85
1. 树立信心，积极应对	85
2. 充分运用版权保护技术	85
3. 加强监督自律	87
4. 创新版权普法形式，加强公民版权意识	88
公司介绍/法律声明	89
版权声明	89
免责条款	89
联系我们	89
微信公号	89

自序

视频产业的新形势与老问题：盗版、反盗版与行业未来

过去十几年，以视频为代表的内容行业的崛起，是互联网经济蓬勃发展最为夺目的大事件之一。视频行业不仅是 21 世纪以来互联网领域基础性应用、大众文化生活的主要载体，同时，在推动中国经济新旧动能转化方面也发挥了重要作用。

随着产值、用户数的快速增长，视频行业堪称新经济的一匹黑马。据艾瑞咨询统计，2017 年中国版权网络视频行业收入规模达到了 725.9 亿元，相较于 2013 年的 100 多亿元，行业发展可圈可点，预计到 2018 年将成为千亿级市场。与此同时，截至 2017 年 12 月，中国视频用户的规模达到 5.7 亿，基本占到中国整体网民规模的四分之三。随着中国网民规模的增长，网络视频用户规模有望进一步上升。由此可以判断行业依然享受互联网普及和中国庞大人口基数带来的人口红利。

在视频行业发展融合的过程中，以视频分享为代表的 UGC 模式也进一步带动了用户参与内容生产的积极性，带动了大众创业、万众创新。随着网络大电影发展日趋成熟，越来越多的网络自制剧和网络综艺也进入到大众视野。此外，头部体育赛事版权的稀缺推动网络视频平台大力体育赛事的新媒体版权，视频行业与更多的行业进行融合发展，创新出诸如直播、短视频等全新的内容呈现形式和创造性的消费体验，这也必将为未来的经济社会产生更为深远的影响。

然而，自视频诞生之初，盗版如同一颗毒瘤一样蔓延滋长，危害与日俱增。据艾瑞咨询统计，2017 年，不包括体育赛事在内，观看盗版版权视频内容且没有为正版版权网络视频服务付费（单次影视付费或 VIP 会员订阅）的用户，如若都成为单一网络视频平台的年度 VIP 订阅会员，则盗版网络视频至少会给正版版权网络视频服务带来 136.4 亿元的用户付费收入损失。随着网络视频产业链的不断发展壮大，短视频剪辑搬运、广告插件拦截

屏蔽、影视实物衍生品盗版、盗播体育赛事及以网络直播形式的盗播等一系列以产业生态为核心的侵权类别开始蔓延开来，由于是伴随着新业务而成长起来的侵权形式或侵权技术手段，就加重了在法律维权确权层面的不易性，打击这类盗版模式任重而道远。

面对盗版挑战，政府、行业各界都做出了积极的努力与回应。2005 年，由国家版权局、国家互联网信息办公室、工业和信息化部、公安部联合开展的打击网络侵权盗版的“剑网”专项行动开展，至今已持续十余年。从 2014 年开始，国家版权局定期在其网站上公布热播、热映的重点影视作品预警名单，以及这些作品的基本授权信息，并将这些信息发送到各个视频网站，防止侵权行为。

2009 年 9 月，由搜狐视频、激动网和优朋普乐等联合发起的中国网络视频反盗版联盟在北京成立，这是第一个视频版权权利人、网络视频企业以及相关利益方组成的，维护网络视频市场的正常秩序，从而推进中国网络视频正版化进程；也正是从这一年起，国内主要网络视频服务提供商开始密集购买影视内容的版权。2015 年，由搜狐视频、腾讯、优酷、土豆、爱奇艺等互联网公司在京发起组建的互联网视频正版化联盟，通过联盟成员的自律、互助，维护互联网视频版权市场的良好秩序。

这十几年间，网络视频行业的发展经历了从恶性竞争到良性发展的历程，目前已经形成较为完善的网络视频版权生态，正版化逐渐成为主流视频网站的共识。这是国家、企业、用户等多方共同努力的成果。但是，随着业务模式及新技术的不断发展与更新，新型网络视频盗版形式层出不穷，网络视频正版化之路仍然任重而道远。

艾瑞咨询作为行业研究者和观察者，希望以《网络视频版权保护研究报告》发布为契机，为促进整个网络视频行业健康、有序发展贡献自己的一份力量，与各界携手共同见证视频行业未来的创新和发展。

中国网络视频版权保护研究报告撰写组，2019 年 1 月于上海

一、研究方法/概念定义

（一）研究方法

《中国网络视频版权保护研究报告》主要通过桌面研究、专家访谈和网络视频用户在线定量调研三种方式获取报告内容和数据。

1. 桌面研究

通过桌面研究的方式对行业公开信息进行整合和梳理,分析中国网络视频行业正版化进程的发展历史及现状;网络视频侵权盗版模式的发展变迁;网络视频正版化发展的产业环境及大事件等。

艾瑞获得一些公开信息的渠道:

政府数据与信息

相关的经济数据

行业公开信息

企业年报、季度财报

行业资深专家公开发表的观点

行业出版物

2. 专家访谈

通过访谈行业资深从业者、法律工作者、法学教授了解网络视频行业版权保护的历史与现状、网络视频企业及相关版权方在维权中的措施和挑战、学术界对网络视频侵权盗版维权的见解和建议。

3. 网络视频用户在线定量调研

由艾瑞进行问卷设计和制作,并通过艾瑞 iClick 在线调研平台回收问卷。

调研内容：网络视频用户的社会属性及网络视频观看行为分布、用户正版网络视频观看行为及态度、用户盗版网络视频观看行为及态度、用户体育赛事观看行为及态度、用户短视频观看行为及态度、用户网络视频付费行为分布、用户网络视频衍生产品消费行为及态度等。

调研时间：2018 年 10 月

调研对象：全国网络视频用户

调研样本：调研共计回收有效样本 2373 份

分析方法：描述性统计与对比分析

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21143

