

# 中国视频网站付费用户典型案例研究报告

## ——乐视影视会员洞察研究报告

2016年

www.iresearch.cn



海量行研报告免费读

# 项目背景介绍

## □研究目的：

本项目将重点研究中国在线视频付费市场发展特点、乐视影视会员运营的优势及乐视影视会员的使用行为、消费力、属性等特点，旨在解析在线视频付费市场现状和趋势及洞察乐视影视会员特点。

## □研究方法：

桌面研究



在线问卷调查



艾瑞监测数据

iClick社区在线定量问卷定向投放，用户更加精准，数据更加真实可靠。  
通过艾瑞自有监测数据产品获取用户覆盖及播放数据。

## □在线研究对象：

14-65岁乐视影视会员及其他视频平台影视会员。

## □调研区域：全国

## □样本量：

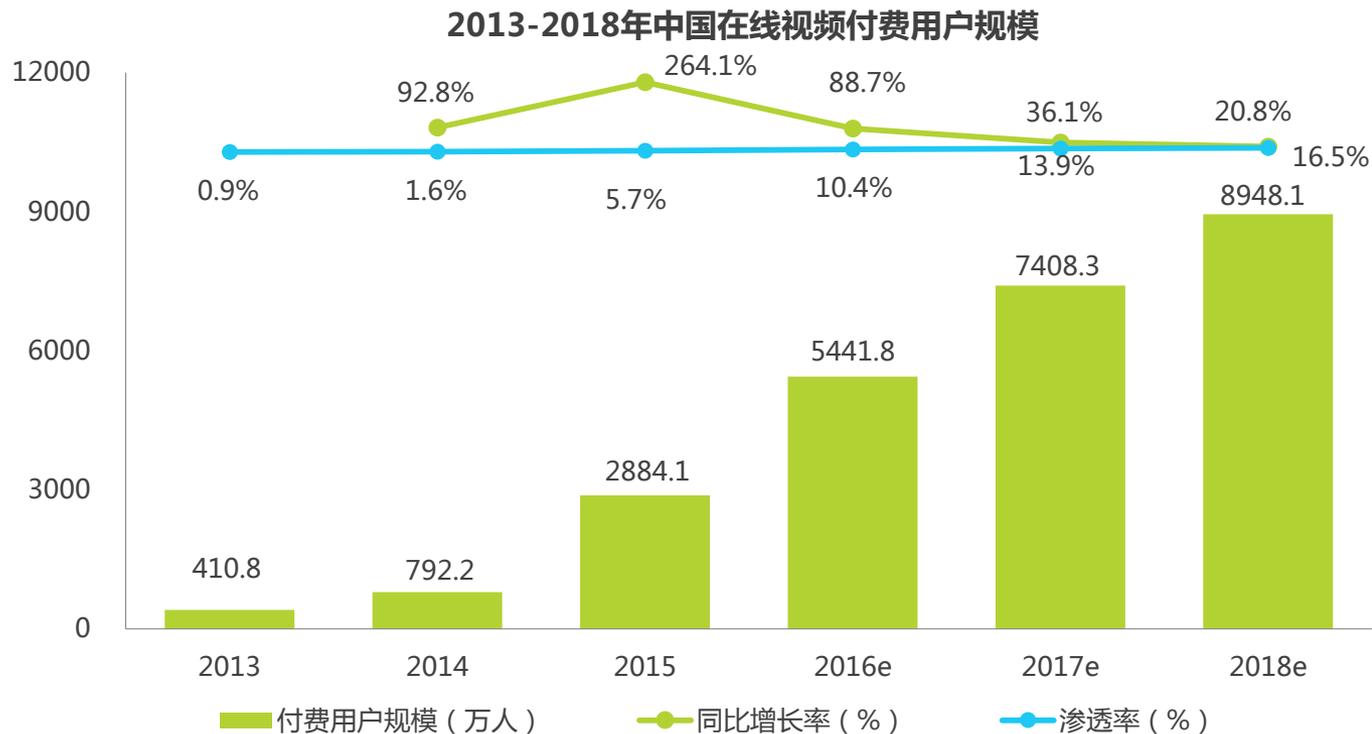
1990个，乐视影视会员943个，其他影视会员1047个。

在线视频会员市场现状与趋势分析	1
乐视影视会员的乐视生态价值分析	2
乐视影视会员的用户画像分析	3
乐视影视会员的使用行为分析	4
乐视影视会员的消费力分析	5

# 在线视频用户付费用户规模

## 2016年付费用户规模预计超过5000万

2016年付费用户数量会继续保持高速增长，会员用户数量可能达到5441.8万人，渗透率超过10%。付费用户中包含单次点播付费用户，也包含各网站的付费会员，各视频网站的付费会员重合度较高，头部几大视频网站的付费用户规模在行业整体当中占比非常高。2015年视频付费业务进入高速发展期，2016年也将保持较高的发展速度。付费用户在整体在线视频用户当中渗透率仍然较低，各视频网站从内容到运营大力推进付费会员发展，未来几年用户付费市场发展潜力巨大。



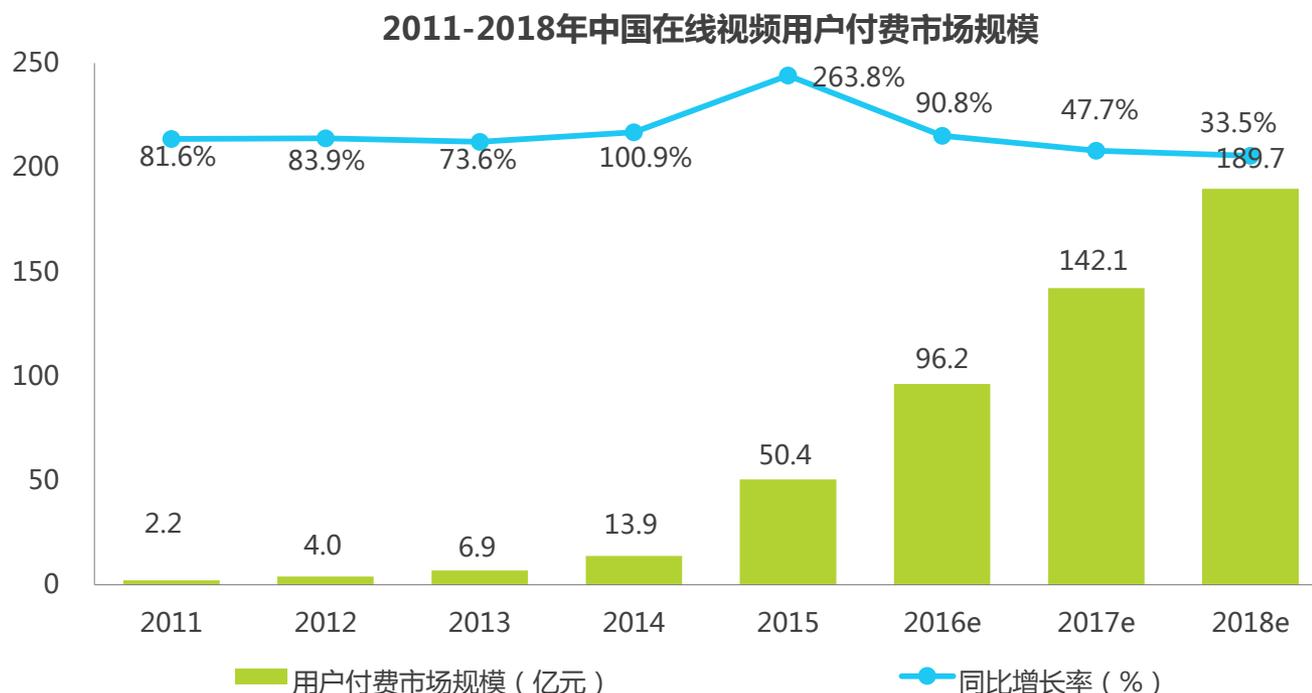
注释：在线视频付费用户规模既包含单片点播付费用户，也包括包段付费会员。  
 来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算，仅供参考。

# 在线视频用户付费市场规模

## 2016年在线视频用户付费市场将保持高速增长

2016年中国在线视频用户付费市场规模为96.2亿元，同比增长率为90.8%。继2015年市场规模爆发之后，2016年市场将继续保持高速增长。

用户付费市场的爆发是整个行业多年探索和积累的必然结果，同时也得益于核心在线视频企业在2014-2015年的大力推动。2016年市场规模仍将保持高速增长，用户付费将和广告成为在线视频企业收入的两大主力。同时，付费用户的运营也将成为未来1-3年内在线视频企业的核心战略之一，视频企业的内容采购和生产，以及运营和推广都将为其提供助力，形成一个完善的付费生态系统。



注释：在线视频用户付费市场规模是指企业前向付费收入，其中除了用户付费收入之外，还包括个别网站游戏联运及秀场等收入，但占比较小。  
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算，仅供参考。

# 在线视频用户付费发展趋势

## 在线视频市场规模中用户付费收入占比将不断上升

2016年的在线视频收入当中，广告收入占比为53.4%，用户付费收入占比为15.5%。2015年用户付费市场实现了爆发性增长，2016年这一态势会继续保持，并且在大力推广下，各视频企业的会员规模可能实现新的突破。未来几年仍是付费用户的爆发期，市场环境已经发展成熟，在各视频企业的推动下，视频增值服务将逐渐发展为与广告同等重要的收入来源。



注释：1.其他收入包括游戏联运、电商等业务收入以及互联网电视销售收入；2.由于四舍五入的原因，各部分加总值不等于100%。  
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算，仅供参考。

# 在线视频企业付费策略分析

## 爱奇艺整体战略：打造视频门户

爱奇艺7.0版本在应用内添加了电影票、奇秀、商城和活动的入口，意味着爱奇艺的定位不再仅是一个视频内容观看的网站，更增加了视频相关的一系列新的服务，使得爱奇艺成为一家综合视频门户。通过视频内容吸引流量，并进一步将流量转化到视频相关的其他服务当中。爱奇艺提出了“大苹果树模型”，以IP为核心，技术产品为躯干，视频内容为叶，游戏、门票销售等服务为果实。围绕IP的深度挖掘，IP的价值能够得到充分发挥，不仅提供视频内容观看，还可以拓展IP的周边，如电影，动漫，游戏等，形成更长的价值链，能够获取更多收益，类似于好莱坞模式。

而爱奇艺的会员运营策略也与企业的整体策略息息相关。首先，爱奇艺通过内容运营，选择优质的内容吸引用户，促进免费用户到付费用户的转化，优质丰富而精准化的内容体系是爱奇艺目前的核心优势。而通过发展产业链其他环节的服务，会员的权益将可能从视频内容的观看进一步拓展到电影、游戏、电商环节，不断丰富和多样化的会员权益，可以增强现有会员忠诚度并吸引新的会员。

### 2016年爱奇艺整体战略

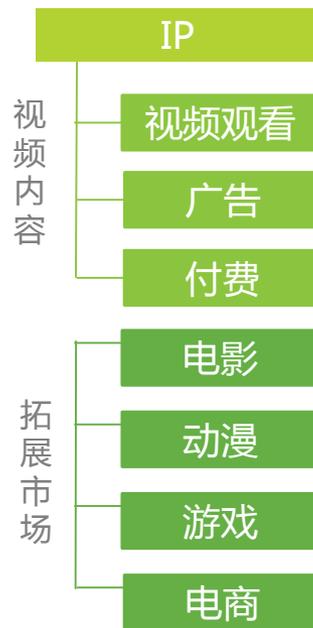


来源：专家访谈及桌面研究，仅供参考。



### 大苹果树模型

视频相关服务  
IP为核心的生态链



# 在线视频企业付费策略分析

## 爱奇艺会员策略的差异化特征

品牌策略  
爱奇艺VIP会员  
轻奢新主义



代言人定位：黄渤、Angelababy、杨洋分别演绎出70后、80后、90后喜爱并倡导的“轻奢”生活态度，同时巧妙地表达出震撼视听体验、海量内容、追剧不等待的VIP会员品牌特点

内容  
版权剧+自制



爱奇艺非常强调内容运营策略，而优质的内容是爱奇艺吸引会员的突出优势。

2016年爱奇艺有20+版权剧和30+自制剧，相信内容仍然爱奇艺会员的重要发力点。

会员体验  
会员权益探索+技术保障



爱奇艺在国内首先推出《盗墓笔记》会员全集抢先看和《蜀山战纪》会员独享模式，突破以电影、纪录片为主的中国视频会员内容类型。

在韩剧《太阳的后裔》播放过程

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\\_21540](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21540)

