



中国移动付费视频用户白皮书

艾瑞与咪咕视频联合发布
2016Q2

www.iresearch.cn



海量行研报告免费读

说明&研究方法



本次报告基于艾瑞咨询和咪咕视频的数据，双方联合发布，旨在详细分析2016Q2中国移动付费视频市场现状和用户行为，并详细了解欧洲杯观看行为和趣味数据分析。

报告研究方法有三种，包括咪咕视频数据、定量调研和艾瑞数据产品。

研究方法	具体介绍
咪咕视频数据	<ul style="list-style-type: none">来源于咪咕视频、咪咕影院、咪咕直播的后台监测数据
定量调研	<ul style="list-style-type: none">样本来源：艾瑞iClick在线调研平台调研时间：2016年7月样本条件<ul style="list-style-type: none">✓上网看网络视频✓通过手机/平板电脑观看视频✓最近一年内，为视频网站付过费有效样本量：986份
艾瑞数据产品	<ul style="list-style-type: none">由艾瑞咨询集团自主研发，提供国内主流视频网站视频内容收视数据的第三方监测数据产品iVideoTracker

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。



在线付费视频用户市场分析

1

移动付费视频用户行为分析

2

移动付费视频用户基本属性

3

在线付费视频用户市场发展背景



大环境成熟，视频行业竞争加剧，为用户付费市场提供基础

网络广告市场进入成熟期

目前网络广告已经进入成熟期，同时视频广告也保持平稳增长，视频行业未来需要寻找新的增长点。

移动互联网发展成熟

移动互联网的发展让移动端占据了视频行业流量的主流。与此同时，移动支付发展的成熟，为视频付费创造了良好的条件。

电视台加入视频行业竞争

电视台和互联网视频企业之间竞争加剧，独播内容成为各企业吸引用户付费的重要筹码，也为用户付费市场的发展提供了良好的环境。

国家加强力度打击盗版

近年来国家对版权内容的保护和盗版内容的打击，使网民的版权意识提高，面对优质内容时付费意愿提升，为用户付费市场的发展提供了良好基础。

在线付费视频用户市场发展历程



用户付费市场的爆发是企业多年积累探索的结果

初期的尝试集中于**单个电影的付费点播**，因为电影属于天生适合用户付费的视频形式。小规模的用户付费探索由电影开始。

- 视频网站逐渐**推出付费会员**，为会员提供**增值服务**，含免广告及其他特权。
- 付费内容也开始不局限于电影，部分热门海外剧也成为会员专享内容。

- 各视频企业开始**大力推广用户付费**。会员权益不断丰富化，会员体系分明。
- 付费内容多样化，付费点播电影，会员免费电影等为用户提供了更多的内容选择。

2010—2011

起步期

- 开始付费探索
- 电影点播 单点突破



2012—2013

积累期

- 发展付费会员
- 去广告 会员视频



2014—2015

爆发期

- 会员权益丰富化
- 付费内容多样化层次化



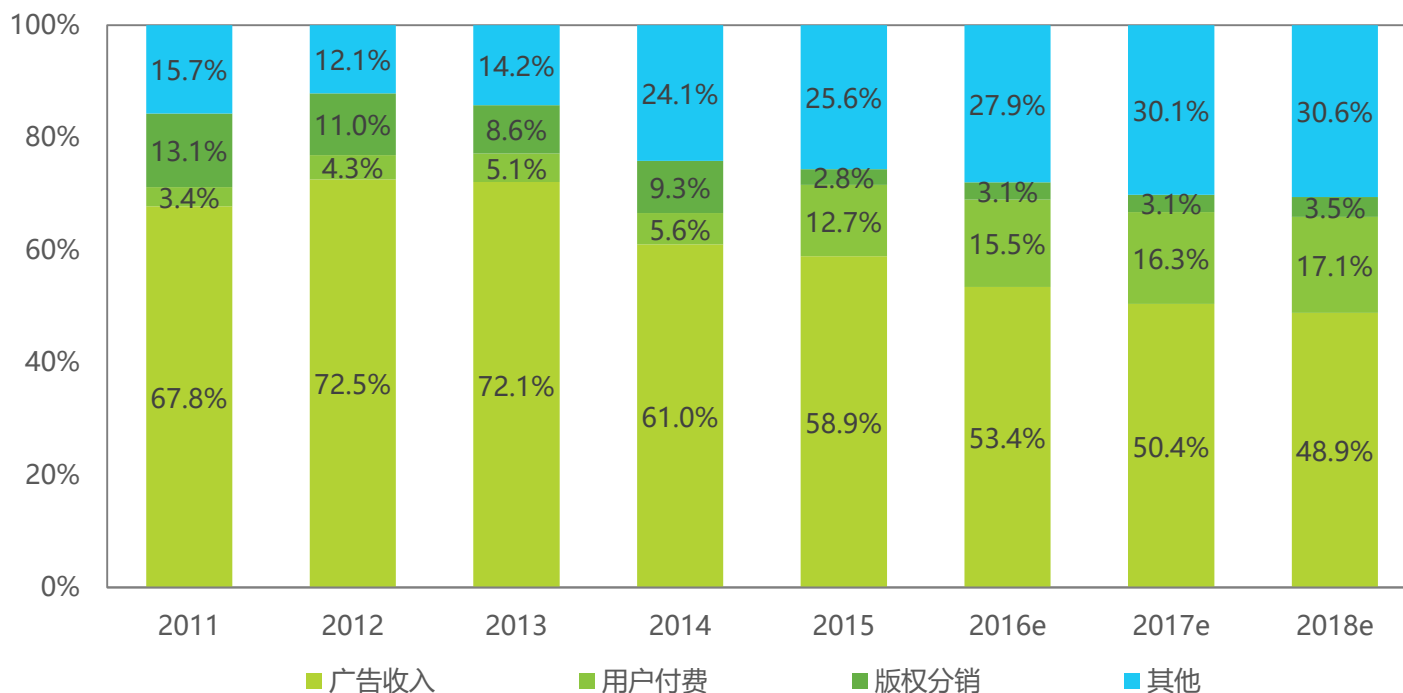
在线视频行业收入构成

未来几年，用户付费收入将迅速增长



在整体趋势上，广告收入比例有所下降，用户付费和其他（含游戏联运、电商、硬件等）收入比例不断上升。艾瑞分析认为，2015年用户付费市场实现了**爆发性增长**。未来几年仍是付费用户的爆发期，市场环境已经日益成熟，在各视频企业的推动下，用户付费将逐渐发展为重要收入来源。同时，随着视频网站的战略布局，在泛娱乐、电商及硬件等方面的布局，将不断探索出视频行业多元化的营收模式。

2011-2018年中国在线视频行业收入构成



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。

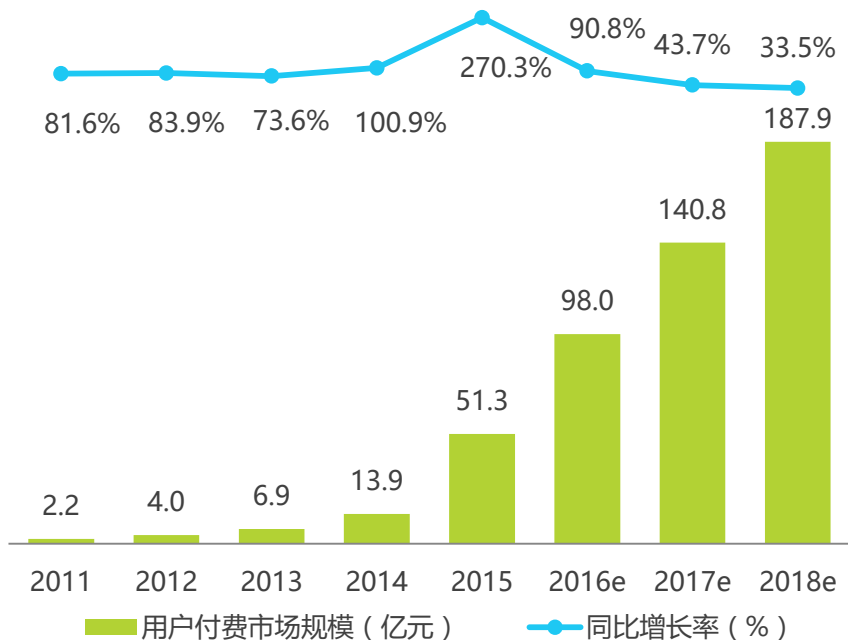
在线视频用户付费规模



2015年视频付费市场迎来转折点，进入高速发展期

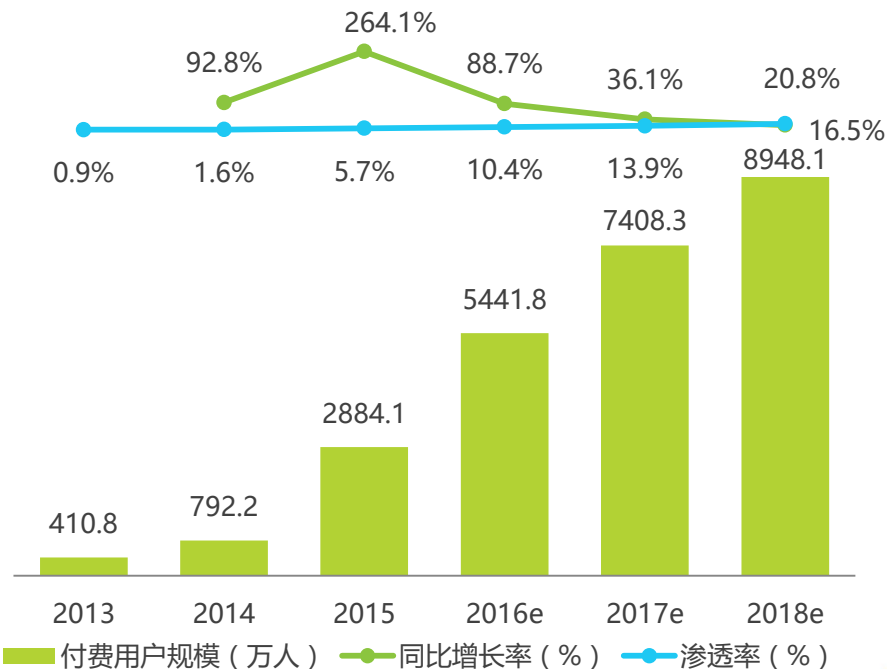
在线视频行业的用户付费经过多年发展和积累，在2015年迎来转折点。**未来几年市场规模仍将保持高速增长，用户付费将逐渐成为在线视频企业收入的主力之一。**同时，付费用户的运营也将成为未来1-3年内在线视频企业的核心战略之一，视频企业的内容采购和生产，以及运营和推广都将为其提供助力，形成一个完善的付费生态系统。对应的，2015年付费用户数量实现**爆发性增长**，同比增幅高达**264.1%**。2015年及未来几年视频付费业务将保持较高的发展速度。付费用户在整体在线视频用户当中渗透率仍然较低，用户付费市场发展潜力巨大。

2011-2018年中国在线视频用户付费市场规模



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：综合企业公开财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型估算，仅供参考。

2013-2018年中国在线视频付费用户规模



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：综合企业公开财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型估算，仅供参考。

用户付费市场发展动因



盈利诉求是企业推动用户付费的根本驱动力

目前占据在线视频市场规模比例最高的盈利方式仍是以视频贴片广告为主的广告收入。而随着业内竞争加剧，由用户产生的广告价值已难以支撑获得用户所需的成本，因此越来越多的视频网站选择在原有广告价值链的基础上，通过对用户的深度运营，来获得增值收入。相对于单个用户的广告价值来说，用户的内容付费价值更高，同时也能够为视频企业带来新的利润空间，来缓解盈利压力。

在线视频市场广告和用户付费的发展现状

广告

广告收入已不足以支撑

用户
付费

用户付费收入在原有广

与广告价值相比
用户付费价值更高

2015年
用户广告ARPU值
45元

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_21564

