

中国在线视频行业年度监测报告简版

2015

www.iresearch.com.cn



海量行研报告免费读

1

中国在线视频行业热点盘点

2

中国在线视频行业市场概况

3

中国在线视频行业用户分析

4

中国在线视频行业内容分析

5

中国在线视频行业广告分析

6

中国在线视频行业发展趋势

中国在线视频行业热点盘点

视频行业政策盘点

- 2014年1月2日
- 内容制作：网络剧/微电影生产制作机构须取得《广播电视节目制作经营许可证》

国家新闻出版广电总局下发《关于进一步加强网络剧、微电影等网络视听节目管理的通知》，其中提到从事生产制作网络剧、微电影等网络视听节目的机构，应依法取得广播影视行政部门颁发的《广播电视节目制作经营许可证》；个人制作并上传的网络剧、微电影等网络视听节目，由转发该节目的互联网视听节目服务单位履行生产制作机构的责任；

从国家新闻出版广电总局下发《关于进一步加强网络剧、微电影等网络视听节目管理的通知》以及部分电视剧被国家新闻出版广电总局要求暂时下架这两个事件来看，国家新闻出版广电总局对于在线视频行业的内容生产制作与播出强化了监管力度，而更加明确的监管政策则有利于在线视频行业的健康发展。

- 2014年4月15日
- 一剧两星：电视剧“一剧两星”政策

国家新闻出版广电总局在2014年全国电视剧播出工作会议宣布自2015年1月1日开始，同一部电视剧每晚黄金时段联播的卫视综合频道不得超过两家，同一部电视剧在卫视综合频道每晚黄金时段播出不得超过二集；

“一剧两星”政策的出台，对于作为电视剧重要播出平台的各大在线视频媒体而言，将有利于提高其面对电视剧版权方的话语权。一方面在价格方面，视频网站拥有了更多主动权；另一方面，各大电视台播放电视剧数量增多，用户看不完的剧可能转向视频网站观看，会给视频网站带来更多流量，从而伴随而来的是更可观的广告收益。

中国在线视频行业热点盘点

视频行业政策盘点

• 2014年6月23日

• 软件下载：关闭视频App及各类软件下载通道

国家新闻出版广电总局网络司针对互联网电视牌照商下发立即关闭互联网电视终端产品中违规视频软件下载通道函，主要涉及华数和百视通两家集成牌照商，两家牌照商被要求关闭其所有互联网电视终端产品中各类视频App及视频聚合软件、互联网浏览器软件下载通道；

• 2014年7月

• 取消互联网电视平台的电视节目回看功能

新闻出版广电总局网络视听节目管理司发文，要求部分互联网电视集成播控平台取消平台里直接提供的电视台节目时移和回看功能；

两个互联网电视相关政策，均是基于2011年下发的《持有互联网电视牌照机构运营管理要求》（即181号文）所出台的细化政策。此举有利于理顺行业参与各方职责，维护行业竞争秩序，有利于互联网电视行业未来的健康发展；这两个政策的政策，直接影响了在线视频企业在互联网电视领域的布局，从传统的互联网玩法——提供软件下载——转向与牌照方合作提供视频内容。未来互联网电视的发展仍很大程度上依赖于政策层面的导向。

• 2015年4月1日

• 发布境外剧管理新措施

国家新闻出版广电总局下发的《关于进一步落实网上境外影视剧管理有关规定的通知》正式实施。《通知》规定，引进剧在视频网站有“数量限制（引进影视剧数量为上一年度上线国产影视剧数量的30%）、内容要求、先审后播、统一登记”四项主要原则。

境外剧新政的最大影响是时间延后（不同步）、内容有删减。但实际影响有待验证，以美剧为例，首先用户已经形成通过视频网站观看的习惯；其次盗版下载网站虽能下载，但可能存在文件过大的问题（高清、剧集多），提高了下载门槛。

1

中国在线视频行业热点盘点

2

中国在线视频行业市场概况

3

中国在线视频行业用户分析

4

中国在线视频行业内容分析

5

中国在线视频行业广告分析

6

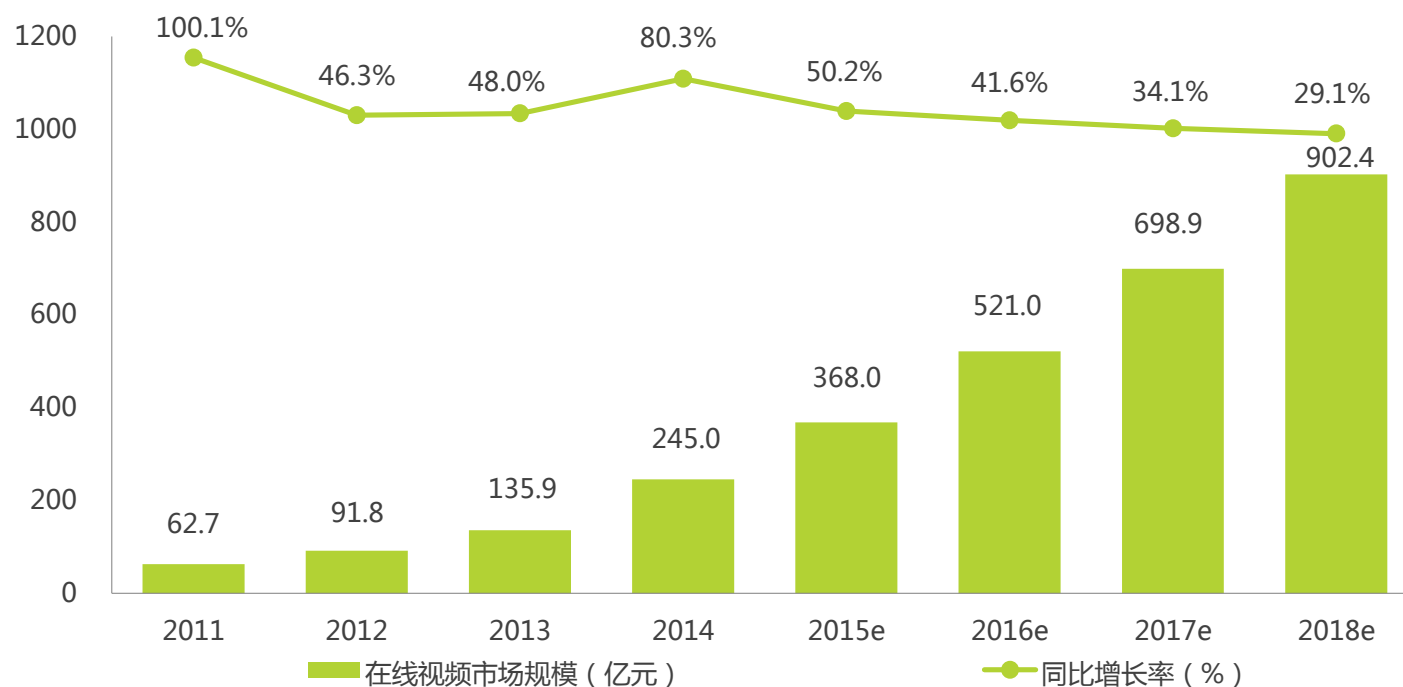
中国在线视频行业发展趋势

中国在线视频年度市场规模

2014年在线视频市场规模为245.0亿元，增速提升

2014年，中国在线视频市场规模为245.0亿元，同比增长80.3%，高于2013年的48.0%，主要原因在于其他业务收入的迅速增长，2014年其他业务收入为56.2亿元，同比增长高达192.0%。2014年中国在线视频市场规模同比增长的109.1亿元中，广告收入、其他业务收入的贡献率（该业务市场规模同比增量/在线视频整体市场规模同比增量）分别为49.3%和33.9%，广告仍然是在线视频市场的核心增长动力，而其他业务中的终端销售收入、游戏联运（包括移动游戏联运）收入也是部分在线视频企业营收增长的重要推动力。

2011-2018年中国在线视频行业市场规模



注释：由于百度仅收购了PPS的视频业务而未收购其游戏业务，PPS的游戏业务成为独立的公司，且不属于在线视频行业的范畴，故2013Q3开始在线视频行业市场规模不再统计PPS游戏业务营收。

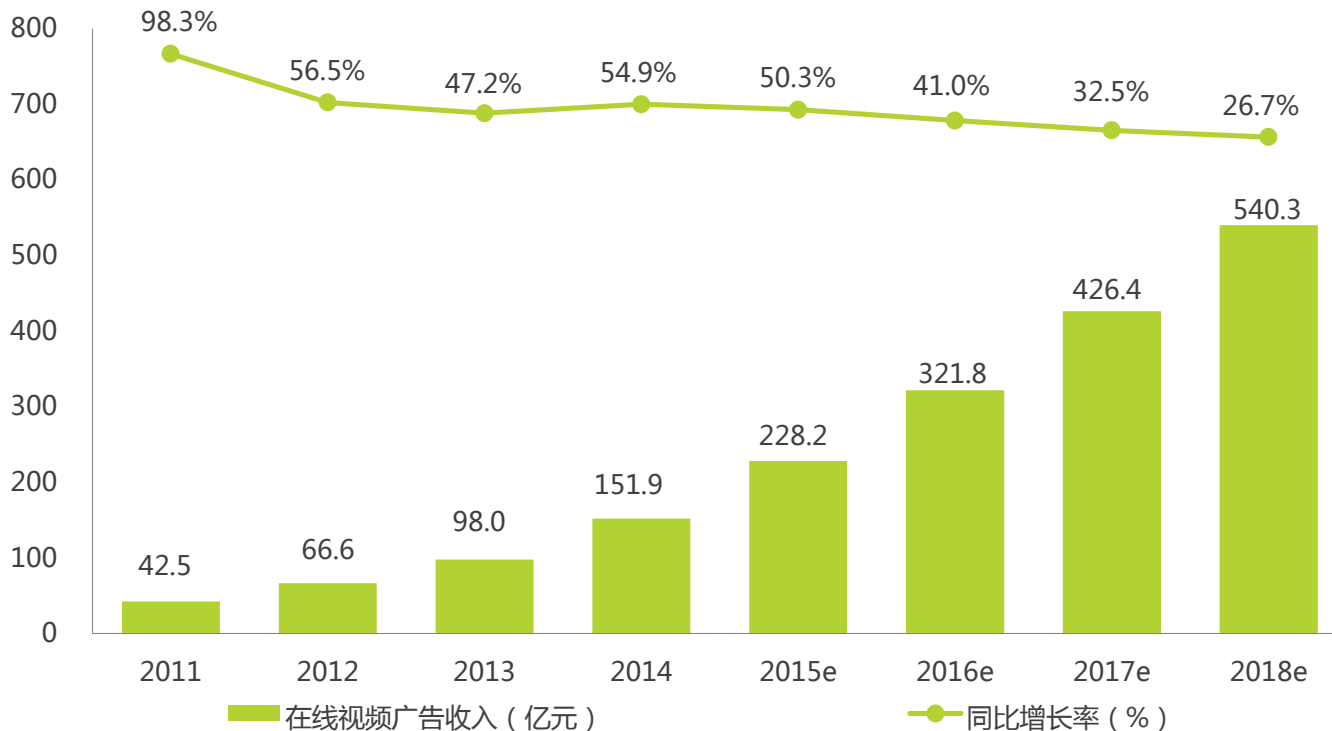
来源：综合企业财报及专家访谈，根据艾瑞统计模型核算，仅供参考。

中国在线视频年度广告市场规模

2014年视频广告市场规模超过150亿

2014年，中国在线视频广告市场规模为151.9亿元，同比增长54.9%，高于2013年的47.2%，主要得益于巴西世界杯及热门综艺（《我是歌手》第2季、《爸爸去哪儿》第2季、《中国好声音》第3季等）等热门资源所贡献的广告收入。艾瑞分析认为，在线视频企业广告收入目前最主要由外购版权电视剧与综艺节目所贡献；而随着在线视频企业自制内容业务的深入发展与移动端商业化的进一步深入，未来这两块业务所贡献的广告收入也将成为在线视频广告市场发展的重要推动力。

2011-2018年中国在线视频行业广告市场规模



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。

1

中国在线视频行业热点盘点

2

中国在线视频行业市场概况

3

中国在线视频行业用户分析

4

中国在线视频行业内容分析

5

中国在线视频行业广告分析

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_21735

