

中国互联网演艺平台发展研究报告

China Online Performing Platform

Industry Report

2015 年

www.iresearch.com.cn



海量行研报告免费读

iResearch
艾瑞咨询

目录

I.研究方法.....	3
II.概念定义.....	4
III.报告摘要.....	5
1. 中国互联网经济发展概述.....	7
1.1. 中国网络经济发展现状.....	7
1.2. 中国互联网用户规模.....	8
1.3. 中国互联网用户上网行为.....	9
2. 中国互联网娱乐平台发展情况.....	11
2.1. 中国互联网娱乐平台的发展背景.....	11
2.2. 中国互联网娱乐平台的市场现状.....	12
2.3. 中国互联网娱乐平台的发展趋势.....	14
3. 中国互联网演艺平台发展情况.....	15
3.1. 中国互联网演艺平台发展背景.....	15
3.2. 中国互联网演艺平台发展现状.....	15
3.2.1 中国互联网演艺平台的市场规模.....	15
3.2.2 中国互联网演艺平台的用户规模.....	16
3.2.3 中国互联网演艺平台的用户基本特征.....	17
3.3. 中国互联网演艺平台发展趋势.....	19
法律声明.....	21
公司介绍.....	21

图目录

图 1-1 2011-2018 年中国网络经济市场规模及预测.....	7
图 1-2 2011-2018 年中国整体网民规模及增长率.....	8
图 1-3 2014 年全球部分国家互联网网民普及率.....	9
图 1-4 2015.2 中国不同网络服务的月度总有效浏览时长.....	10
图 2-1 中国互联网娱乐重点产品发展简述.....	12
图 2-2 2009-2014 年中国不同互联网娱乐平台的用户规模.....	13
图 3-1 2009-2018 年中国互联网演艺平台市场规模.....	16
图 3-2 2009-2018 年中国互联网演艺平台用户规模.....	17

I.研究方法

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等定性研究方法，同时结合艾瑞自有监测数据及行业公开数据进行报告撰写。各种主要研究方法如下：

- 行业深度访谈

通过对行业专家、厂商、渠道进行深入访谈，对相关行业主要情况进行了解，并获得相应销售和市场等方面的数据。

- 桌面研究

通过对部分公开信息进行比较，最终获得行业规模的数据，以及行业发展现状及趋势等观点。

- 艾瑞监测数据

通过艾瑞咨询PC端网民行为监测系统iUserTracker及移动智能终端用户行为监测系统mUserTracker的数据进行分析，获得不同互联网演艺平台的PV、UV、时长及用户属性等数据。

- 公开信息

公开信息主要包含政府数据与信息、相关的经济数据、行业公开信息、企业财报（年报、季报）和行业资深专家公开发表的观点

II. 概念定义

互联网娱乐平台：指提供休闲、娱乐服务的网络平台。休闲娱乐指在一定物质基础上(温饱不是问题)，在自由时间内按照自己意志追求享乐性的一种活动。互联网娱乐平台主要包括网络游戏、网络视频、网络文学、网络音乐等服务。互联网演艺平台也被包含在内。

网络游戏：又称“在线游戏”，简称“网游”。指以互联网为传输媒介，以游戏运营服务器和用户计算机/手机为处理终端，以游戏客户端软件为信息交互窗口的旨在实现娱乐、休闲、交流和取得虚拟成就的具有相当可持续性的个体性多人在线游戏。

网络视频：指以流媒体为播放格式，可以实现在线直播或点播的网络服务。

网络文学：指以互联网为展示平台和传播媒介的，借助超文本连接和多媒体演绎等手段来表现的文学作品、类文学文本及含有一部分文学成分的网络艺术品，其中以网络原创作品为主。

网络音乐：指以互联网、移动通信网等各种有线和无线方式传播的音乐作品，其主要特点是形成了数字化的音乐产品制作、传播和消费模式。

互动娱乐平台：属于互联网娱乐平台的细分领域，指在提供娱乐内容的基础上，不仅包含用户与表演才艺者之间的互动外，用户之间的互动也构成了娱乐内容的一部分。

互联网演艺平台：依托于网页技术或客户端技术，为具有表演才艺(包括演唱、电台 NJ、脱口秀等)的社会个人或组织提供的即时表演创作和分享的平台，属于互联网娱乐平台范畴。其主要特征为：1. 多为视频直播；2. 用户形成“粉丝群体”；3. 用户互动构成表演内容。

O2O：本报告中 O2O 指广义的 O2O，即可以 Online To Offline (线上到线下)，也可以 Offline To online (线下到线上)。简单来讲即线上线下一体化，形成线上线下资源共享、立体互动、增加线上线下的商务价值。

III. 报告摘要

中国互联网经过了 20 多年的发展，深刻的改变了人们的生活方式和沟通方式，成为人们生活中必不可少的一项服务。随着互联网服务的不断深入，中国网络经济不断增长，网民规模持续扩大，但中国网民普及率与发达国家相比还有较大差距。未来随着中国经济水平的提升以及国家政策的指导，各地区发展不均衡现象得到改善，通讯设施进一步完善，中国网民普及率将得到较大提升。

随着国民 GDP 的提升，人们将越来越多的消费支出用于休闲娱乐，在中国网民所使用的网络服务中，在线视频、游戏服务、即时通讯、社区交友和搜索服务是浏览时长 Top5 服务。不难发现，互联网已经逐渐成为用户休闲娱乐的一种服务渠道。

1994 年，通过一条 64K 国际专线，中国全功能接入国际互联网；2002 年以前，中国互联网刚开始起步，人们对网上娱乐需求还不明显，信息获取是人们在此阶段的主要需求；2000 年的《万王之王》和 2001 年的《石器时代》开启了网络游戏时代，2002-2005 年，是中国网络游戏快速发展的阶段；2004 年乐视网的正式上线标志着专业化网络视频的开始，2005-2009 年，是中国网络视频快速发展的阶段；2009 年开始，一方面是其他娱乐方式的继续发展，如秀场、K 歌平台等，另一方面是移动互联网大潮袭来，各企业纷纷布局移动互联网。中国互联网休闲娱乐正是在这样的背景下不断发展，不断迭代。

网络视频、网络游戏、网络音乐、网络文学是中国互联网的四大主要休闲娱乐服务，但四种服务的用户规模增长逐渐趋于饱和，并且网络视频、网络游戏和网络文学已形成了成熟的商业模式。然而，网民需要更多的休闲娱乐服务来满足不断增长的娱乐化需求，随着用户对娱乐的互动性和社交性需求增多，互动娱乐成为中国互联网休闲娱乐的新战场，众多互动娱乐产品进入人们视线，逐渐成为娱乐主流。同时，在互联网+领域的发展推动下，中国互联网娱乐产业融合发展，“互联网+娱乐”成为行业热点。

随着国民经济水平不断提高、用户需求多元化和企业打造全娱乐产业链，催生了中国互联网演艺平台，其主要有三种渠道发展而来：一是传统网络聊天室，二是部分视频网站社区化转型，三是由站内即时通讯发展而来。2005 年，天鸽旗下的 9158 聚乐网正式上线，2008 年呱呱视频互动社区开始公司化运作，2009 年六间房开始转型互联网演艺平台，2010 年我秀正式上线，2012 年 YY 推出视频互动服务功能，KK 唱响正式成立，2013 年开始，仍有新的互联网演艺平台不断加入，中国互联网演艺平台步入了快速发展期。

从市场规模看，2014 年中国互联网演艺平台的市场规模达到 54.3 亿元，同比增长 49.2%，未来 5 年内仍将保持在 30% 以上的增速。

从用户规模看，2014 年中国互联网演艺平台的用户规模达到 1.79 亿人，同比增长 29.5%，未来 5 年内仍将保持在 20% 以上的增速。

未来，随着用户需求的多元化以及各家对自身演艺生态链的深入布局，中国互联网演艺平台的主要发展趋势表现在两方面：一是内容上更加多样化与差异化；二是互联网演艺平台线上线下一体化，甚至重构传统演艺产业链，为企业未来商业模式的衍生以及长尾市场的消费带来了丰富的想象空间。

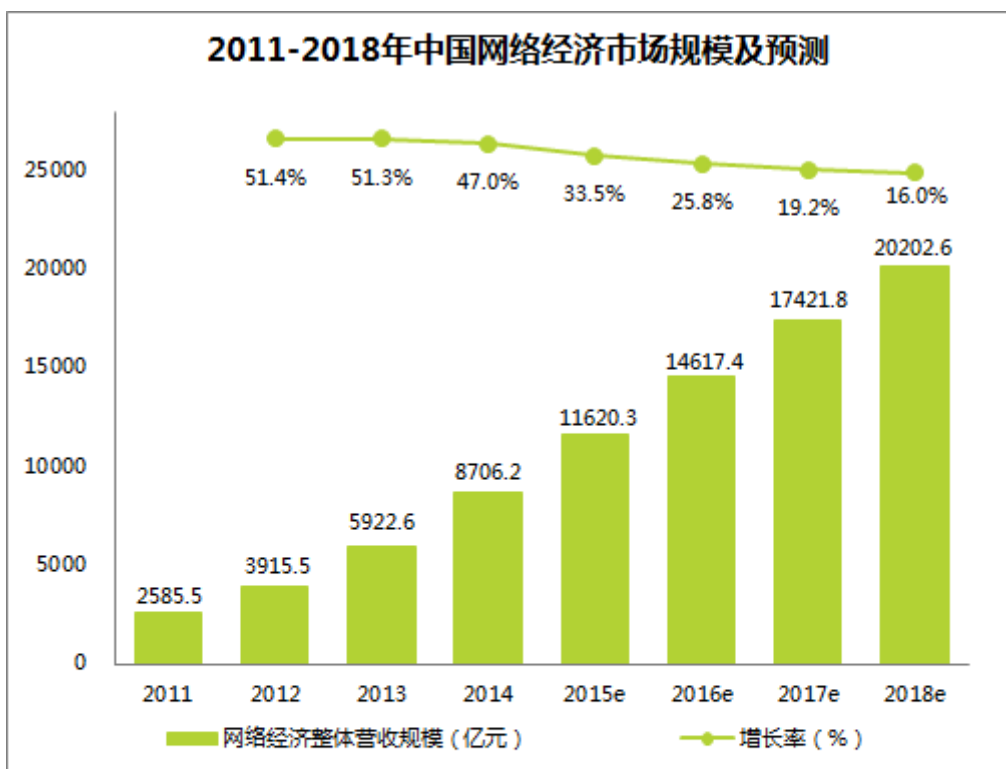
1. 中国互联网经济发展概述

1.1. 中国网络经济发展现状

近年来，中国整体国民经济稳步发展，GDP 屡创新高，2010 年超越日本成为世界第二大经济体，2014 年突破 60 万亿元，成为继美国之后又一个“10 万亿美元俱乐部”成员，这为国民进行更多的休闲及娱乐活动提供了经济保障。

同时，随着互联网技术的提高，人们对互联网的需求已不再仅限于获取信息，还包含了娱乐、互动、生活服务等多种需求，多元化的需求推动了新型互联网产品的诞生，进而衍生出多种商业模式，助力中国网络经济增长。

2014 年，中国网络经济营收规模达 8706.2 亿元，相比去年增长 47.0%，预计 2015 年会突破万亿，未来 3 年仍会保持 20%左右的增长速率。



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_21766

