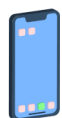




# 2018 移动视频暑期市场报告



## 移动视频

5.8亿用户规模

占网络视频95.1%

随着移动互联网的发展  
移动视频逐渐成为主要播放方式

本报告研究范围

## 网络视频



6.1亿 用户规模

根据播放渠道的差异，网络视频可以分为  
PC端视频和移动视频。

1

# Part One

---

## 移动视频市场现状

发展历程

用户规模

行业图谱

竞争格局

# 发展历程

## 从Copy to China演变到内容自制、生态创新，且看视频行业风起云涌时

### ■ 免费时代

YouTube风靡国外，优酷等视频先驱将UGC模式复刻到中国

2004-2009



### ■ 版权大战

腾讯、爱奇艺入场，开启烧钱的版权大战；直播蓄力储备用户

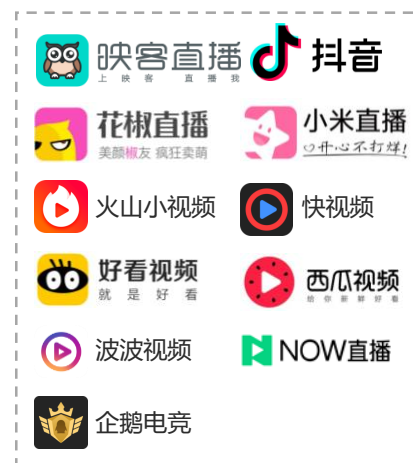
2010-2014



### ■ 付费时代

综合视频用户养成付费习惯，直播大起大落，短视频脱颖而出

2015-2018



### 未来趋势

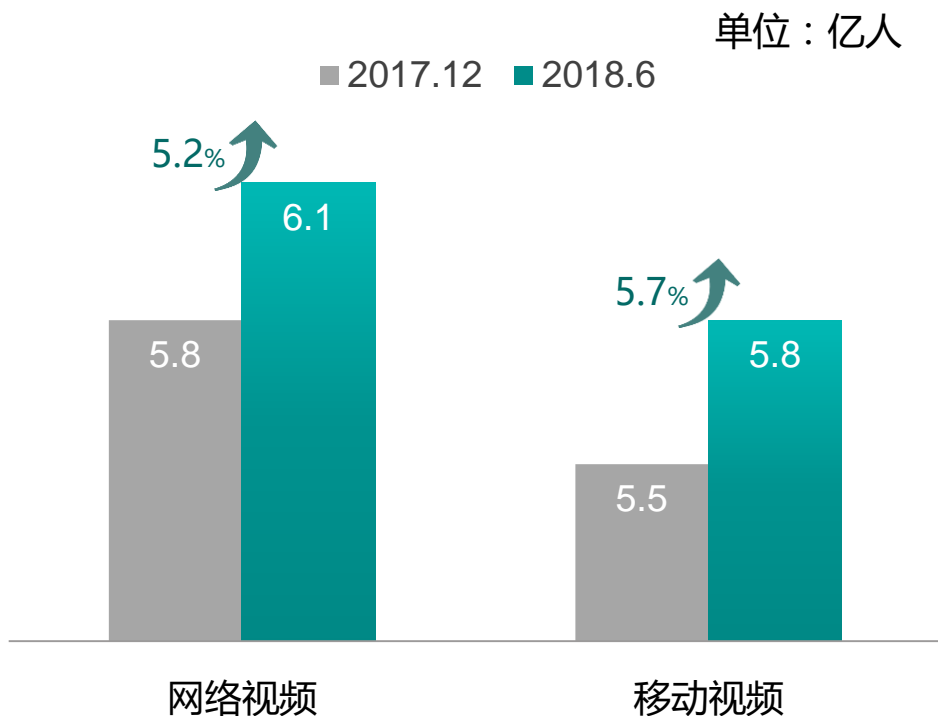


- 生态间的角逐 综合视频？直播？短视频？
- 体系间的抗衡 BAT系？新势力？
- 内容必是基石 版权购买？自制内容？
- 监管趋于严格 下架？封杀？防沉迷
- 技术趋于发达 5G？智能设备？

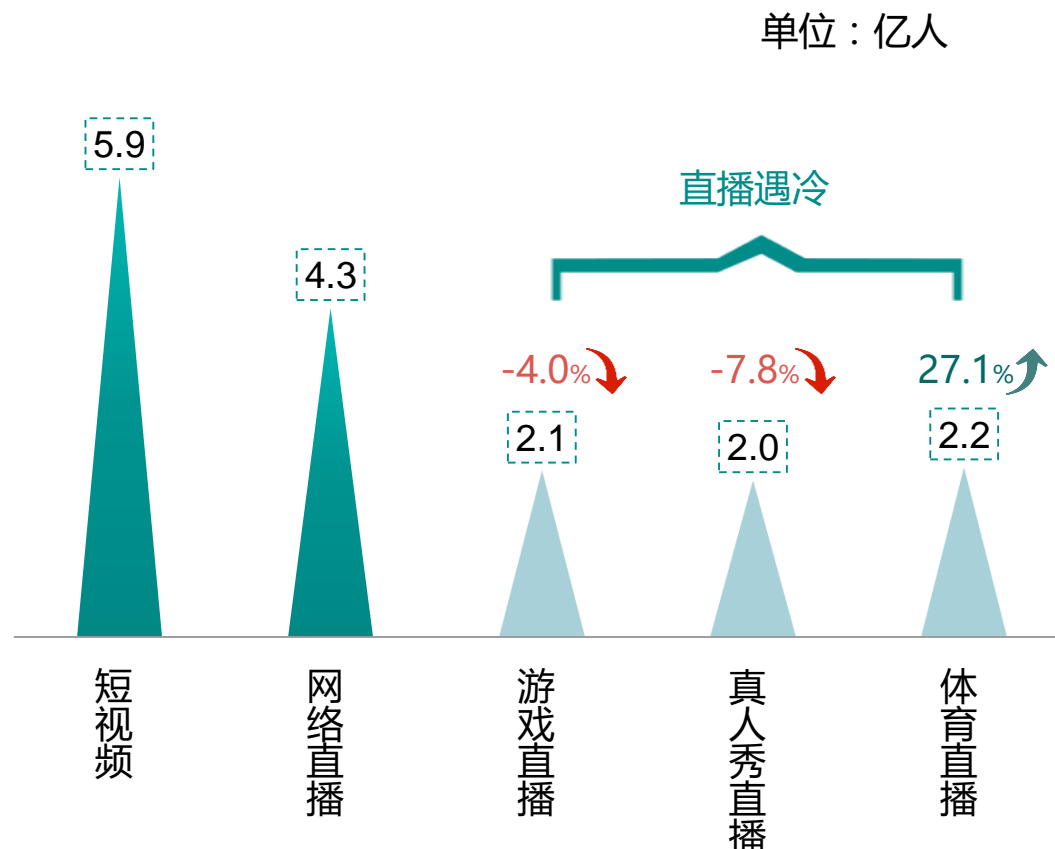
# 用户规模

## 网络视频突破6亿用户，移动端增速较快；直播遇冷，短视频备受瞩目

### 移动视频用户规模



### 细分平台用户规模

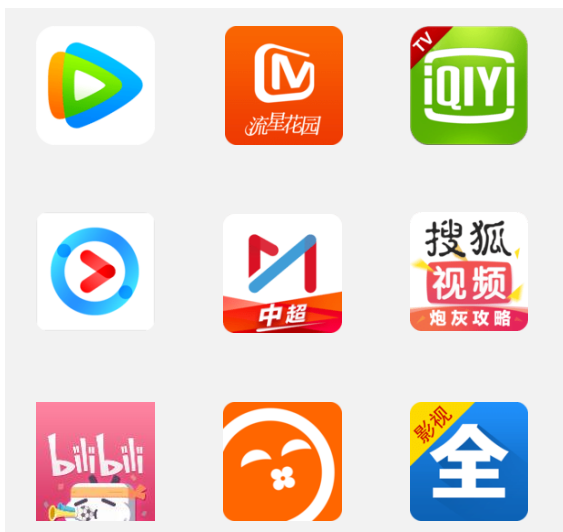


## 移动视频根据播放方式差异，通常分为以下三类

1

### 综合视频

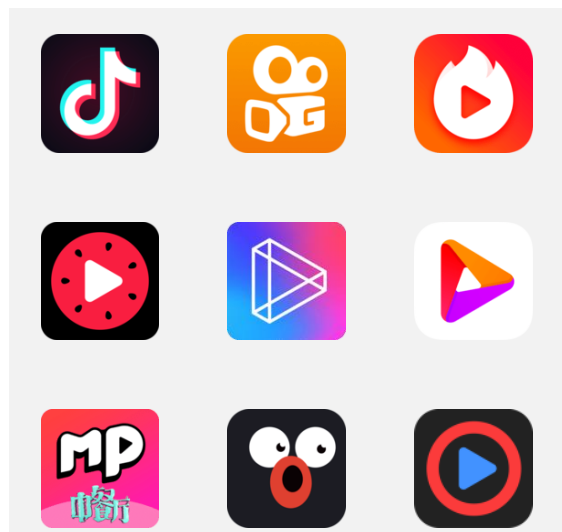
综合视频占据主流地位，以用户付费和广告营收为主要营收，通过自制内容降低成本。



2

### 短视频

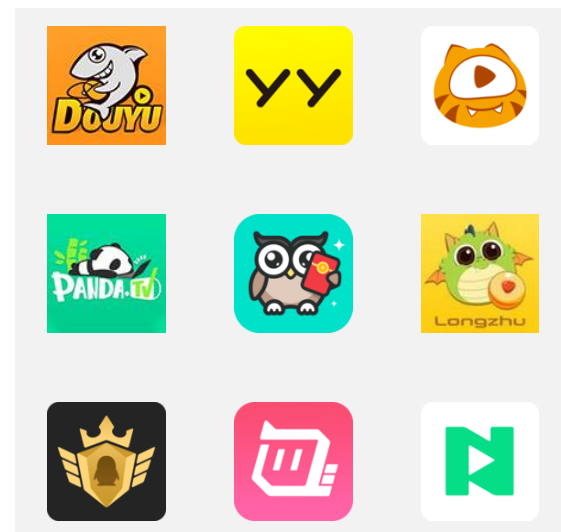
短视频以其短小精悍，满足了用户的碎片化观看需求，因而获得巨大流量，深受资本青睐。



3

### 直播视频

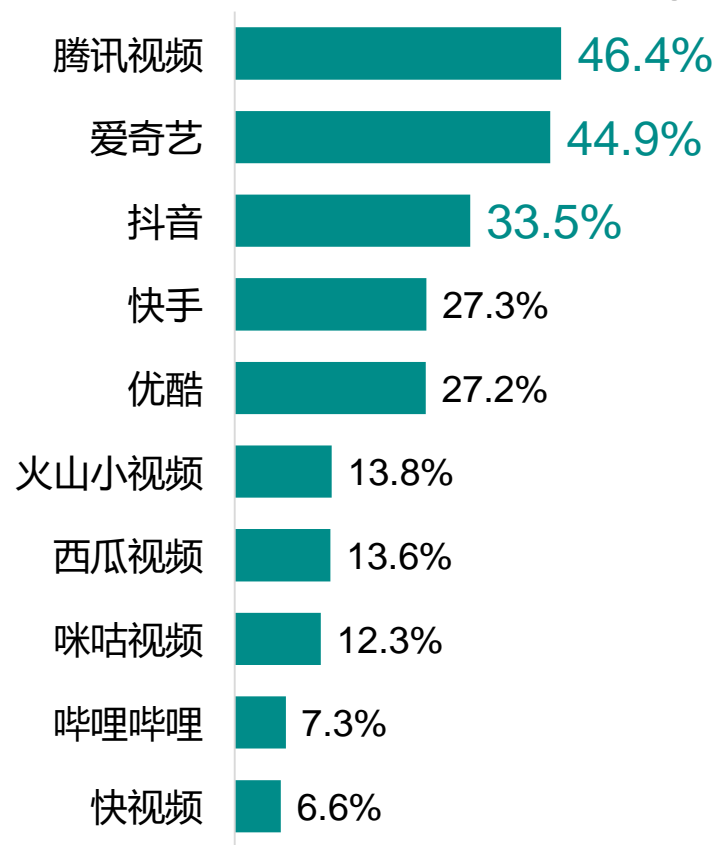
直播分为游戏直播和娱乐直播，主播与用户互动性较强，随着监管趋严，娱乐直播遇冷。



# 竞争格局——整体

## 腾讯爱奇艺稳坐冠亚，抖音快手后来居上，直播平台不复去年火热

### 移动视频覆盖率 Top 1-10



综合视频

9 款App

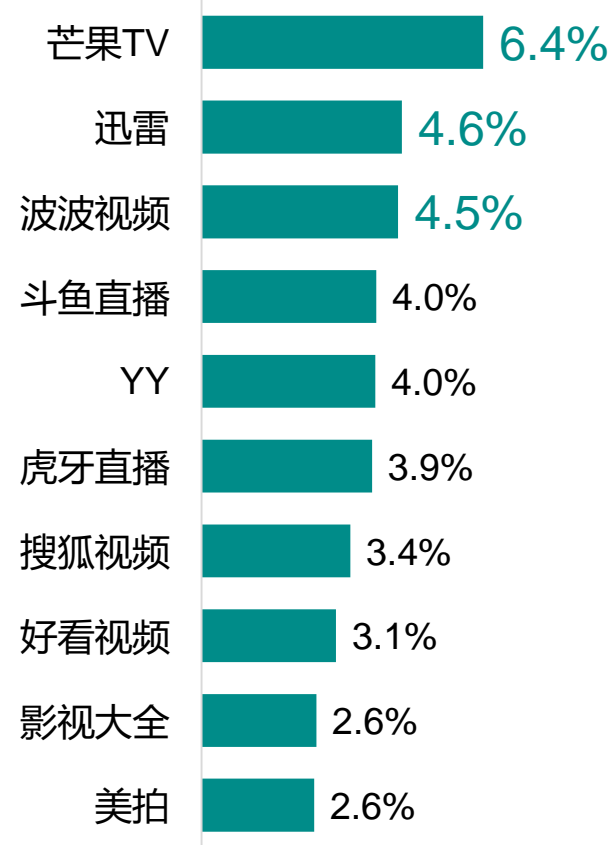
短视频

8 款App

直播视频

3 款App

### 移动视频覆盖率 Top 11-20



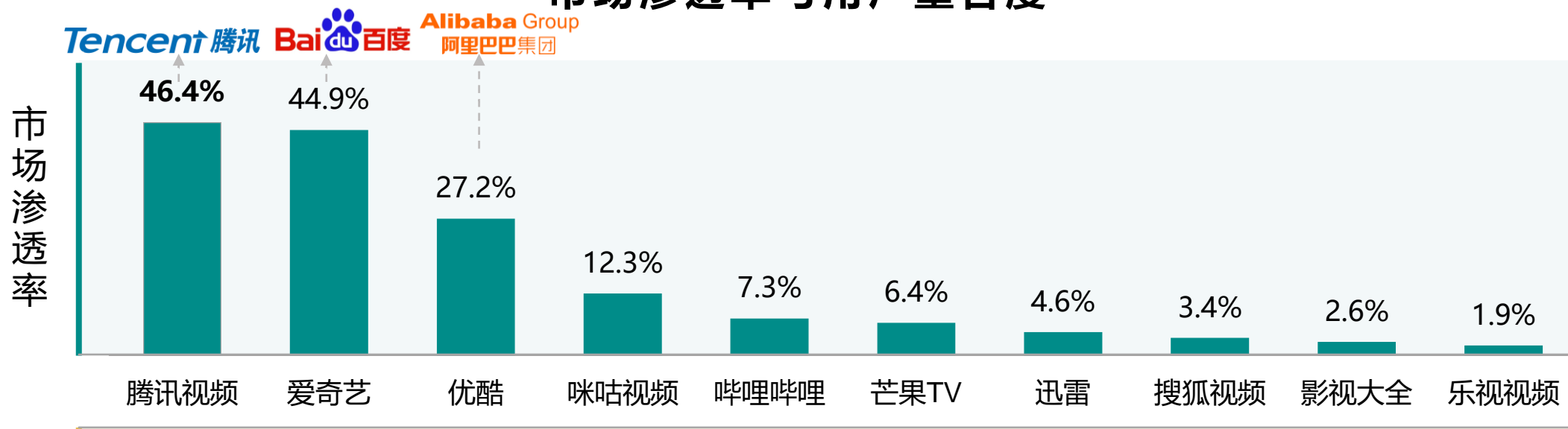
注释：占比为市场渗透率，即所选时间内装载该APP的设备数占有所有设备数的比例

Source：MobData研究院，2018年6-7月

# 竞争格局——综合视频

BAT巨头固守视频流量入口，综合视频用户重合度较高，B站扩张二次元市场

## 综合视频 市场渗透率与用户重合度



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\\_38145](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_38145)

