

## 流媒体 - 中国 - 2017年11月

报告价格: £3005.20 | \$3990.00 | €3425.02

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“在线视频和音频流媒体平台拥有可观的用户基数，但它们面临着如何将免费用户转化为付费用户，最好是长期订阅用户的挑战。。对于视频网站来说，独家内容和互动功能是吸引付费用户的主要因素，而对于音乐网站，社交功能和专业推荐可能会帮助平台取胜市场。”

— 黄一鹤，研究分析师

在这篇报告中我们探讨了以下议题：

- 视频网站在热播剧之后如何留住消费者？
- 音乐网站如何在品牌传播中发挥作用？
- 如何通过整合服务吸引消费者的注意？

在线视频和音频流媒体平台拥有可观的用户基数，但它们面临着如何将免费用户转化为付费用户的挑战。订阅付费模式对平台和用户来说是种双赢。流媒体平台可通过研究用户的使用习惯和偏好来优化它们对独家内容、互动和社交功能以及新技术等方面的投顺序。

本报告对视频和音频流媒体行业进行了整体概述，重点阐述在线视频和在线音乐市场。研究的主要议题包括使用渗透率、消费者对不同流媒体服务的兴趣以及付费模式。本报告还涵盖了目前消费者为什么及如何使用在线视频和音频流媒体（包括短视频）服务。

购买  
这篇报告

地址：  
store.mintel.com

电话：  
欧洲，中东，非洲  
+44 (0) 20 7606 4533

巴西  
0800 095 9094

美洲  
+1 (312) 943 5250

中国  
+86 (21) 6032 7300

亚洲  
+61 (0) 2 8284 8100

邮件：  
reports@intel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

## 流媒体 - 中国 - 2017年11月

报告价格: £3005.20 | \$3990.00 | €3425.02

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

## 目录

## 概述

您所需要了解的

报告定义

不包括

## 综述

## 市场

在线视频和音乐流媒体市场的用户基数庞大

数据 1: 在线视频服务用户基数, 中国, 2012-2022年

数据 2: 在线音乐服务用户基数, 中国, 2012-2022年

付费用户迅猛增长, 流媒体方面的花销也持续增加

数据 3: 付费流媒体订阅用户基数, 2015-2017年

法规和流媒体使用习惯的改变推动市场增长

## 公司与品牌

流媒体 (尤其是在在线视频市场) 网站的背后是中国互联网巨头

通过专有性和满足用户的日常生活需求进行竞争

通过创新满足用户需求和保持前沿技术优势

## 消费者

短视频快速增长, 知识分享的利润前景看好

数据 4: 视频网站渗透率, 2017年8月

数据 5: 音频网站渗透率, 2017年8月

为了独家内容或独特体验而在不同平台之间转换

数据 6: 视频网站使用偏好, 2017年8月

数据 7: 音频网站使用偏好, 2017年8月

订阅计划因为简单省事而受欢迎

数据 8: 付费偏好 (按服务类型区分), 2017年8月

及时发布和社交功能被认为是视频网站的必备元素

数据 9: 在线视频使用习惯, 2017年8月

大多数消费者观看短视频是为了放松, 而年轻消费者将此视为平常的休闲活动

数据 10: 短视频使用原因, 2017年8月

专业推荐和歌单发挥重要作用

数据 11: 在线音频使用习惯, 2017年8月

## 我们的观点

## 议题与洞察

视频网站在热播剧之后如何留住消费者?

现状

启示

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 流媒体 - 中国 - 2017年11月

报告价格: £3005.20 | \$3990.00 | €3425.02

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

音乐网站如何在品牌传播中发挥作用？

现状

启示

如何通过整合服务吸引消费者的注意？

现状

启示

## 市场——您所需要了解的

不断增长的音乐网站和视频网站用户

订阅成为主要收入来源

## 市场规模与预测

得益于独家内容，在线视频服务市场呈现健康增长

数据 12: 在线视频渗透，2012-2017

数据 13: 在线在线视频服务用户基数，中国，2012-2022年

在2016年略有下滑后，音乐流媒体目前趋稳

数据 14: 在线音频渗透，2012-2017

数据 15: 音乐流媒体用户基数，中国，2012-22

付费流媒体服务正在被越来越多的消费者所接受

数据 16: 付费流媒体订阅用户基数，2015-2017年

数据 17: 付费流媒体市场销售额，2015-2017年

## 市场因素

更便宜的移动数据流量推动消费者在多种场合下使用流媒体服务

数据 18: 中国联通推出的流量无忧卡

版权保护法规可能会带来更多的付费用户

移动支付的发展简化了流媒体服务购买过程

间接地让消费者为服务付费

## 重点企业——您所需要了解的

腾讯在在线视频和音频业务领域发挥重要作用

社交、移动、差别化和生产力是企业保持竞争力的主题

未来科技创新亮点

## 市场份额

领先的视频网站来自互联网巨头BAT（百度、阿里和腾讯）

数据 19: 付费流媒体订阅用户基数（按品牌区分），百万，2015-2017年

腾讯音乐集团主导音乐流服务市场

数据 20: 付费流媒体订阅用户基数（按品牌区分），百万，2015-2017年

## 竞争策略

使流媒体成为社交生活的一部分

适合新的使用场合和需求

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 流媒体 - 中国 - 2017年11月

报告价格: £3005.20 | \$3990.00 | €3425.02

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

通过独家内容实现差异化

数据 21: 独立音乐人推广平台

利用内容推动每日产出

除了媒体内容，还有更多可待提供的产品和服务

## 谁在创新？

灵活的流媒体体验

VR的进一步发展

从竞争者手中抢夺用户

全球创新亮点

## 消费者——您所需要了解的

知识分享服务相当较新，但前景广阔

付费用户愿意交替使用不同网站

订阅模式是种双赢，但一些消费者不愿意被绑定

在收看视频时，男性用户热衷于发评论，而女性更看重即时更新内容

为了打发时间和放松而收看短视频

智能推荐和专业歌单对付费音乐用户更具吸引力

## 使用渗透率

短视频渗透率快速增长

数据 22: 视频网站渗透率，2017年8月

在线音频媒体行业看到更多服务越来越受追捧

数据 23: 音频网站渗透率，2017年8月

知识分享服务在用户转化率方面潜力较大

数据 24: 付费用户转化率（付费用户在所有用户中的占比），2017年8月

家中有无小孩和受教育水平对购买行为产生影响

数据 25: 付费视频服务的使用（按家中是否有小孩区分），2017年1月

数据 26: 付费流媒体服务的使用（按受教育程度区分），2017年8月

## 网站使用偏好

视频网站依靠内容实现差异化

数据 27: 视频网站使用偏好，2017年8月

相对而言，消费者更忠诚于音频网站，尤其是年轻人

数据 28: 音频网站使用偏好，2017年8月

数据 29: 音频网站使用偏好（按年龄区分），2017年8月

付费用户往往使用多种服务

数据 30: 视频网站使用偏好（按用户细分区分），2017年8月

数据 31: 音乐网站使用偏好（按用户细分区分），2017年8月

## 付费偏好

对于视频网站，消费者倾向于订阅付费；但对于音频网站，消费者则喜欢按需付费

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 流媒体 - 中国 - 2017年11月

报告价格: £3005.20 | \$3990.00 | €3425.02

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据 32: 付费偏好 (按服务类型区分), 2017年8月

相比包年制, 年轻一代更青睐包月制

数据 33: 视频网站付费偏好 (按年龄区分), 2017年8月

数据 34: 视频网站付费偏好 (按年龄区分), 2017年8月

按需付费可能会吸引非付费用户

数据 35: 音乐网站使用偏好 (按用户细分区分), 2017年8月

数据 36: 视频网站使用偏好 (按用户细分区分), 2017年8月

## 在线视频使用习惯

消费者渴望刷一更新就去看

数据 37: 在线视频使用习惯, 视频收看偏好, 2017年8月

很多消费者将看视频作为社交生活的一部分

数据 38: 在线视频使用习惯, 社交行为, 2017年8月

数据 39: 在线视频使用习惯, 社交行为 (留言), 2017年8月

数据 40: 在线视频使用习惯, 社交行为 (评论和分享), 2017年8月

年轻消费者更有可能下载视频内容

在线分享自制视频和收看海外内容仍然小众

数据 41: 在线视频使用习惯, 观看海外内容 (按受教育程度区分), 2017年8月

付费用户更经常使用不同的视频服务

数据 42: 在线视频使用习惯 (按消费者细分区分), 2017年8月

## 短视频使用原因

大多数用户为了打发时间观看短视频

数据 43: 短视频使用原因, 2017年8月

年轻一代喜欢将短视频看作是内容的载体

数据 44: 短视频使用原因 (好奇, 找乐子), 按年龄区分, 2017年8月

## 在线音频使用习惯

消费者积极寻找音频内容

数据 45: 在线音频使用习惯, 2017年8月

社交功能对音乐网站尤其重要

数据 46: 在线音频使用习惯, 社交, 2017年8月

数据 47: 农夫山泉联手网易云音乐, 2017年9月

音乐伴随很多消费者的生活和工作

付费用户对音乐消费更感兴趣

数据 48: 在线音频使用习惯 (按消费群体区分), 2017年8月

包月订阅用户更喜欢搜索音乐和听网站推荐的音乐

数据 49: 认为包月制是最吸引人的在线音乐付费方式的消费者占比——决策树分析——结果, 2017年8月

## 认识英敏特城市精英人群

英敏特城市精英人群积极使用新服务

数据 50: 使用不同流媒体服务的英敏特城市精英人群和非英敏特城市精英人群占比, 2017年8月

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## 流媒体 - 中国 - 2017年11月

报告价格: £3005.20 | \$3990.00 | €3425.02

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

英敏特城市精英人群为了获取内容愿意交替使用不同服务

数据 51: 流媒体使用偏好 (按消费者分类区分), 2017年8月

英敏特城市精英人群并不热衷于按需购买和积分兑换

数据 52: 流媒体付费偏好 (按消费者分类区分), 2017年8月

英敏特城市精英人群渴望在看视频时表达自己

数据 53: 在线视频使用习惯 (按消费者分类区分), 2017年8月

英敏特城市精英人群收看短视频的原因更严肃

数据 54: 短视频使用原因 (按消费者分类区分), 2017年8月

在使用音乐流媒体时, 英敏特城市精英人群更看重个性化和定制内容

数据 55: 在线音频使用习惯 (按消费者分类区分), 2017年8月

### 附录——市场规模与预测

数据 56: 中国在线在线视频市场用户数, 2012-2022年

数据 57: 中国在线在线音频市场用户数, 2012-2022年

数据 58: 付费使用视频网站的主要动因, 2017年8月

### 附录——研究方法

研究方法

扇形图预测

现在购买这篇报告

网址: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

电话: 欧洲, 中东, 非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)