



中国移动付费视频用户白皮书

艾瑞与咪咕视频联合发布
2016Q3

www.iresearch.cn



海量行研报告免费读



视频行业层面

- 在线视频行业收入构成中，用户付费比例增长至18.2%，其比例不断上升，用户付费习惯逐渐养成。

2016里约奥运会用户观看特点

- 用户更偏爱于奥运直播的形式，同时移动化观看趋势明显。
- 现阶段，业内参与企业纷纷布局直播内容、重视移动端产品。为迎合用户观看行为的特点，咪咕布局丰富的直播内容、聚焦移动端产品，吸引更多的用户。

2016里约奥运会特点分析

- 奥运会更加娱乐化，各网络媒体报道内容日益丰富
- 咪咕视频结合了电视和网络媒体的双重优势，有内容有互动；围绕热点赛事及奥运话题，咪咕快速反应，推出实时海报，引发用户情感共鸣

来源：艾瑞咨询研究院自主研究。

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2016Q3中国移动付费视频市场现状和用户视频观看行为，并详细了解用户对奥运会的观看行为、各平台在奥运会上的布局特点以及本届奥运会的特点。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	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	- 样本来源：艾瑞iClick在线调研平台 - 调研时间：2016年10月 - 样本条件 ✓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：1103份
艾瑞数据产品	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。



在线视频行业发展情况分析

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

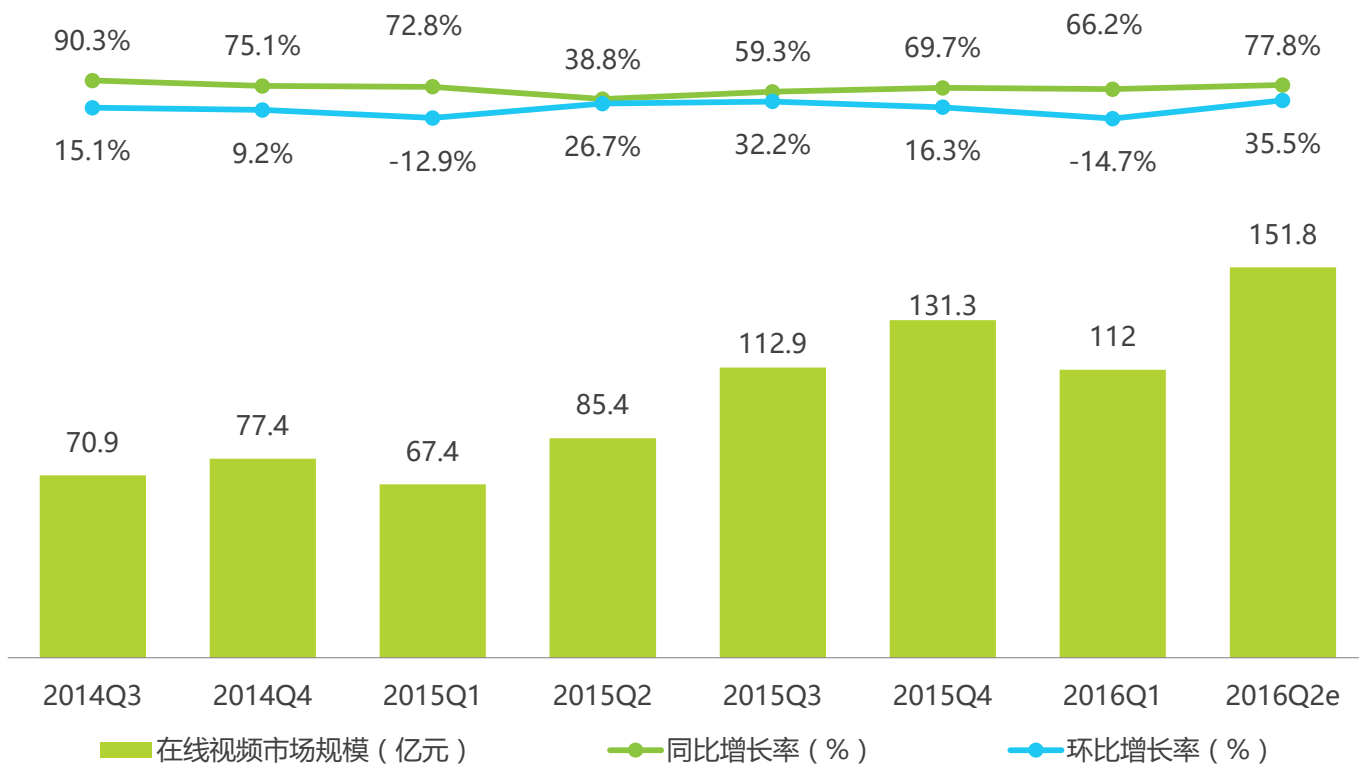
在线视频季度市场规模



2016Q2，受益于季节性上涨和终端销售的扩大，增速快

2016Q2，中国在线视频季度市场规模为151.8亿元，同比增长77%，环比上涨35.5%。艾瑞分析认为，整体市场除了季节性规律上涨外，部分视频企业终端的销售规模的迅速扩大，也带来较大的营收增长。

2014Q3-2016Q2中国在线视频行业季度市场规模



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。

在线视频季度市场规模结构

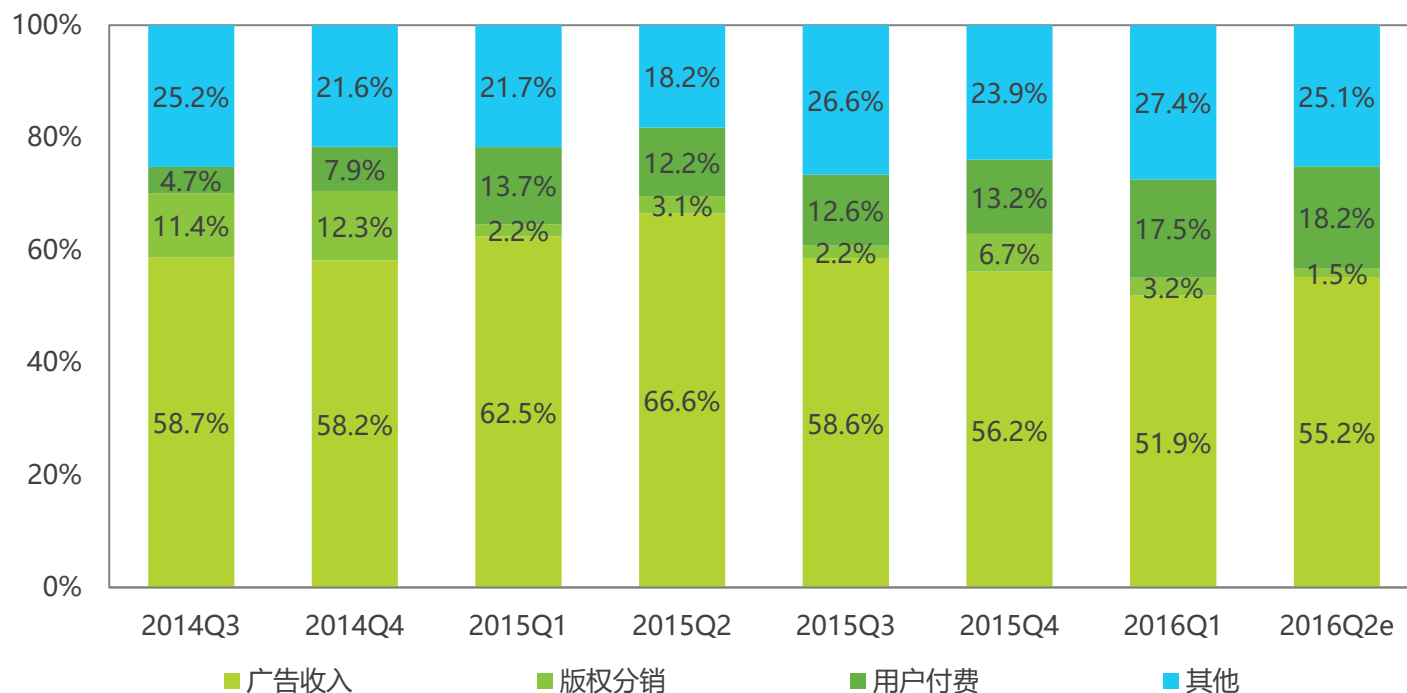
用户付费习惯逐渐养成，其比例不断增长



2016Q2，广告收入依然为在线视频行业最主要的收入方式，优质内容为视频网站吸引用户的最主要因素，对视频网站的广告收入带来较大提升。

同时，用户付费比例增长至18.2%，用户付费习惯逐渐养成。

2014Q3-2016Q2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、技术服务等业务收入以及终端销售收入；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。

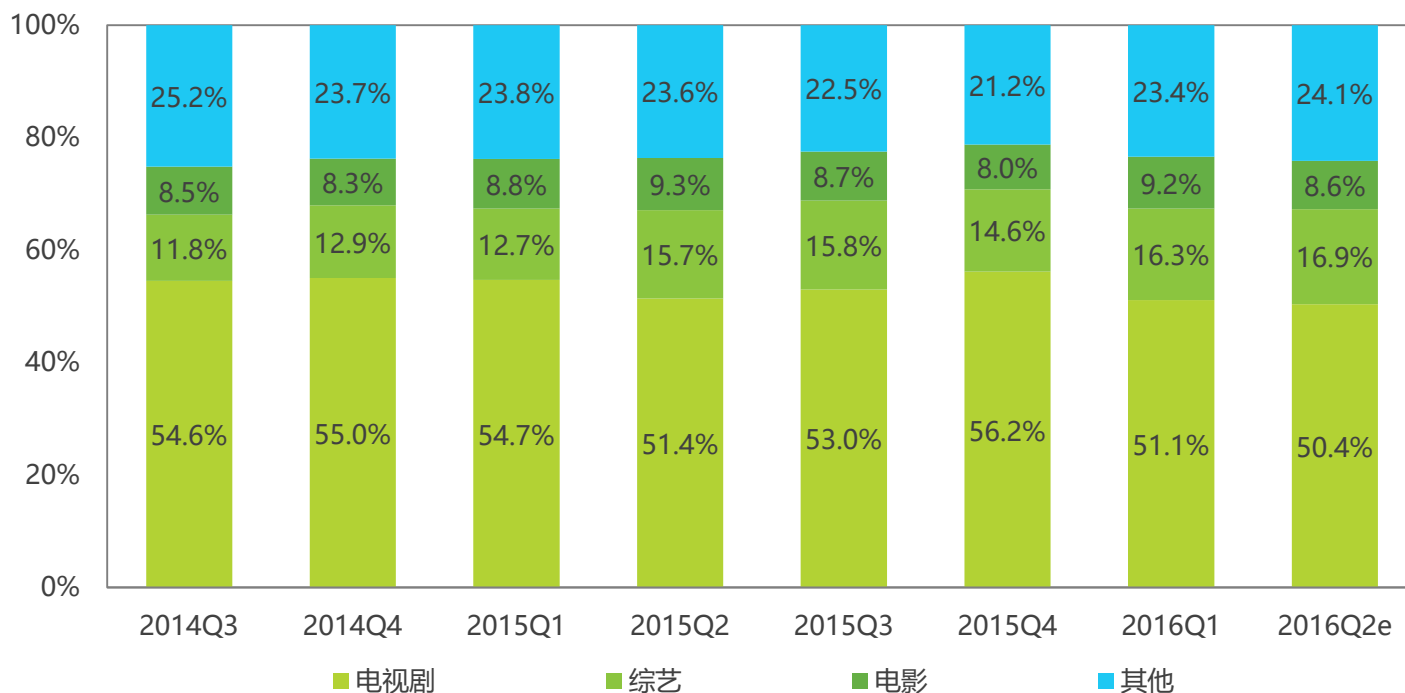
各类视频内容播放时长份额对比



综艺类视频，保持平稳增长的态势

2016Q2，综艺及其他视频内容步步占据电视剧的收视份额，电视剧、电影时长份额均有所降低，本季度占比分别为50.4%和8.6%。综艺类小幅增长至16.9%，保持较平稳的增长态势。

iVideoTracker-2014Q3-2016Q2中国各类在线视频内容有效播放时长份额



注释：由于四舍五入的原因，各部分加总值不等于100%。

来源：iVideoTracker，2016.6，基于40万名家庭及办公（不含公共上网地点）样本网络视频行为的长期监测数据获得。



在线视频行业发展情况分析

1

移动付费视频用户行为分析

2

- ➔ 1. 视频内容分析
- 2. 用户对奥运会的观看行为分析
- 3. 各平台对奥运会的布局特点分析
- 4. 奥运会特点分析

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_21522

