

# 巨浪下的真相

## 中国网络视频独家大数据报告



# 三个问题……

1

视频+移动互联网，促使用户行为与消费习惯发生了怎样深刻的变化？

2

移动视频时代，正在发生怎样的商业模式变迁？如何改变这一行业对广告的过度依赖？

3

什么样的视频内容结构是最可持续的？如何才能兼顾内容成本与用户增长率？

01

# 我们面对着巨大的浪潮

- 视频，网络视频，移动视频。
- 如果把它们视作一种代际变迁，你会发现时代改变的速度越来越快；如果把它们视作一场互联网革命，一个令人兴奋又忧伤的现实是——曾经的革命者快速沦落为“被革命”的对象。
- 是的，移动视频的浪潮正在席卷而来。用户、内容、金钱，和数以亿计的终端，成为这场浪潮中的核心力量。
- 作为用户来说，每个人都身处浪潮之中。
- 作为商业机遇的捕捉者，我们似乎也无法置身于其外。

# 企鹅智酷+腾讯视频



为了更清楚的描述整个中国网络视频产业的现状和未来，企鹅智酷联合腾讯视频发布基于独家视频大数据和广泛样本调研的深度报告。

## 这其中包括

来自腾讯视频的独家大数据披露；

来自企鹅智酷全国网络视频用户的广泛样本调查；

对中国视频行业现状的深度分析解读；

… …以及最重要的，可能带给你的关于未来的启示。

# 爆发的行业

黄金时代开启

# 中国网络视频用户规模

4.33亿

网络视频用户规模保持增长，但用户增长速度已放缓。截止到2014年底，用户规模超过4.33亿。

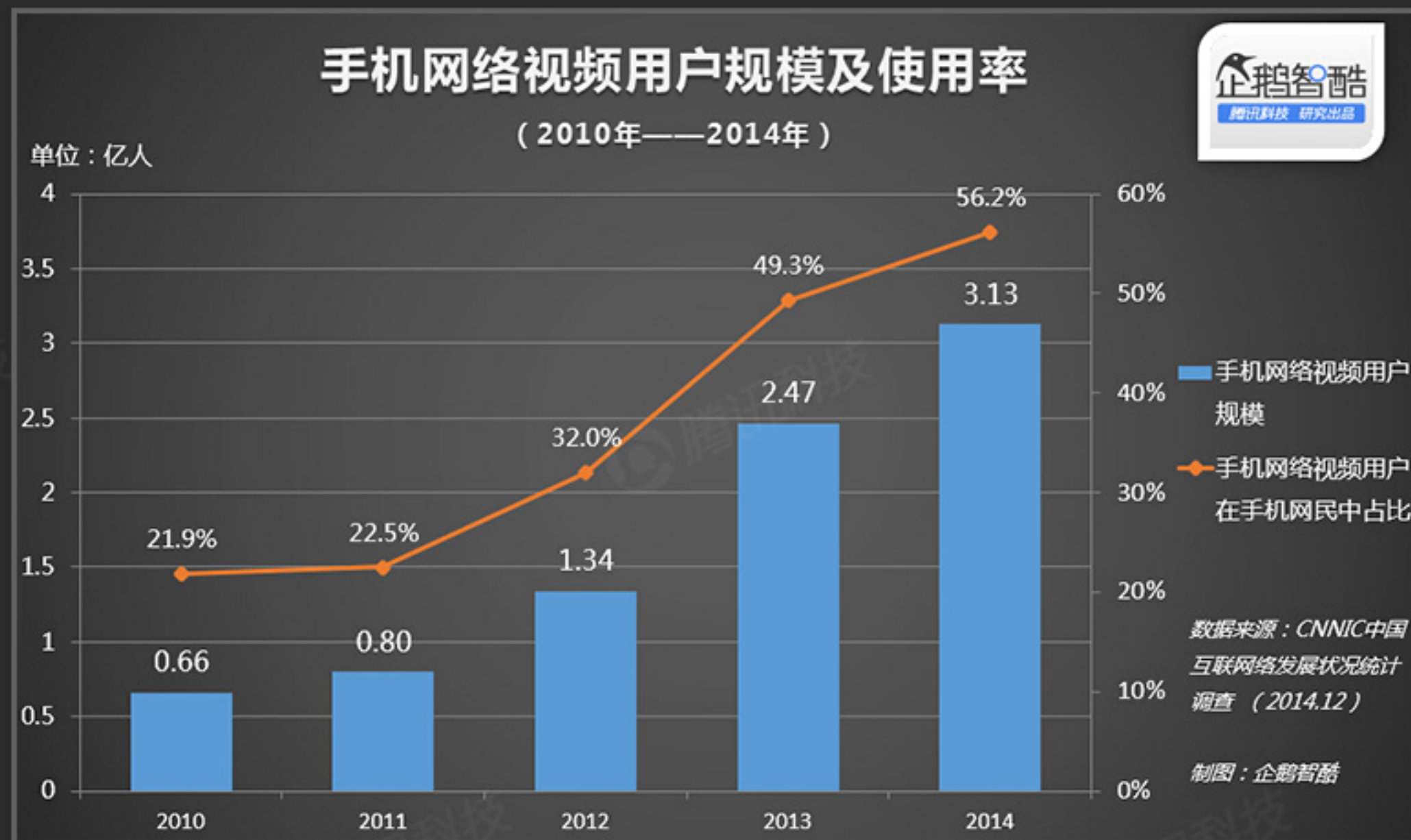
网络视频用户占我国总网民比率为66.7%。相比于2013年，出现轻微下滑。新增网民对网络视频的使用率约占50%。



# 手机网络视频用户规模

3.13亿

手机网络视频用户已达到3.13亿，在手机网民中的占比为56.2%，使用率首次超过了一半。



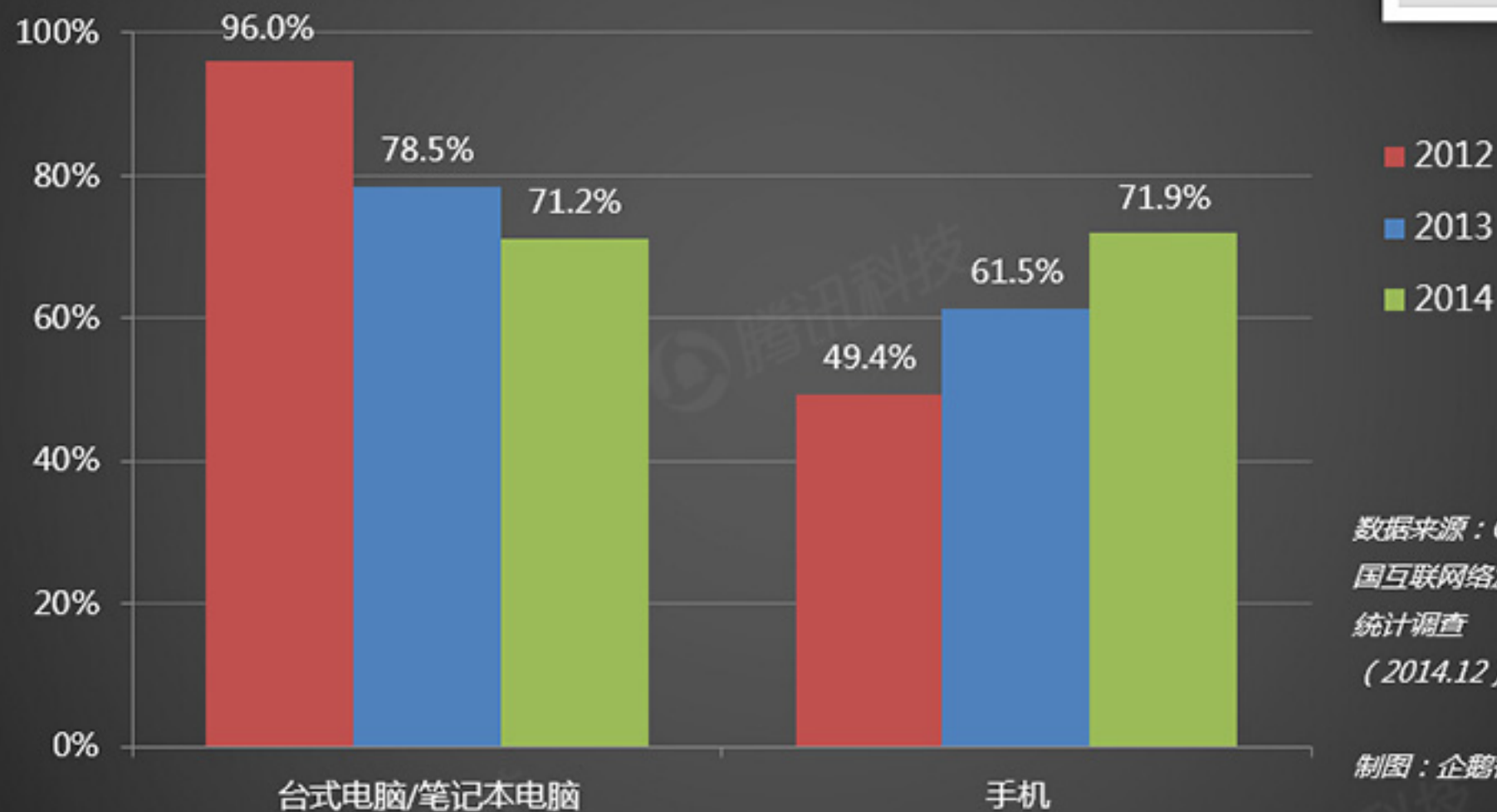
# 手机看视频比率超过PC

71.9%

网络视频已进入移动时代。用户使用PC观看网络视频的比率逐渐下降，使用手机看视频的比率则逐年上升。

到2014年，网络视频用户的手机使用率为71.9%，首次超过了PC。

## 网络视频用户终端设备使用率对比



数据来源：CNNIC中国互联网络发展状况  
统计调查  
(2014.12)

制图：企鹅智酷

#



# 改变的人群

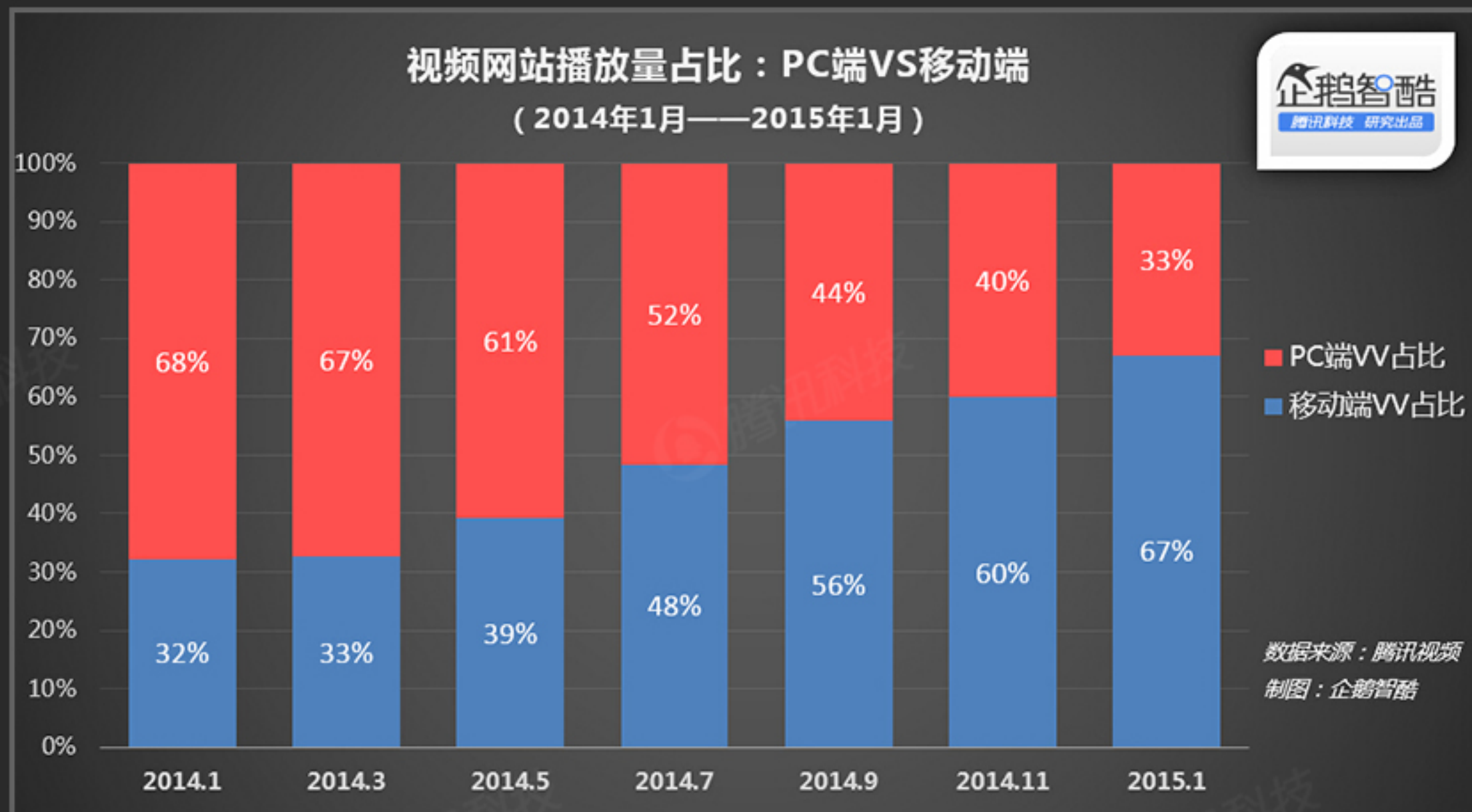
网络视频消费行为变迁

# 移动端：播放量占比逼近七成

70%

网络视频向移动端变迁的速度极快，一年时间内，移动端播放量占比就从32%上升到了67%。

预计今年移动端播放量将占比70%，PC下滑至30%。



# 移动端：播放



# 移动端：用户数占比已超一半

1

对比移动端播放量占比已接近70%时，移动端用户数的占比只有55%。这意味着移动端用户表现出更强的用户粘性，平均打开的视频次数更多。

2

相比于PC端用户多基于搜索、网站引流等方式进入视频网站，移动端基于App的渠道让用户对视频应用品牌的认知度更强。

3

用户一旦建立对某一视频应用的使用习惯，他们的流失概率会低于PC时代的视频网站。



#



# iPad人均看视频时间最长

1

从设备的性能和观看体验角度出发，iPad上的视频观看体验让用户更易保持专注度，因此平均观看时长最长。iPhone进入大屏时代后，视频观看体验也获得显著提升。

2

Android手机受机型和性能限制，视频观看的体验差异较大。尤其占比较大的众多低端Android机对用户的视频观看限制易产生不利影响。



# Android端视频用户量猛增

1

移动端Android设备用户量占比更大，这对视频网站的产品设计和开发提出了挑战。尤其当众多低端Android机安装量较大时，视频的功能设计需要为之作出优化，包括产品的启动速度、视频播放的流畅性和适配性等。

2

iOS设备的用户是广告主青睐的群体，保持iOS端用户的增长、活跃和用户忠诚度对视频网站而言也极为重要。







# 内容的偏爱

移动视频的“人以群分”



# 移动视频用户





#

# 新鲜的彩蛋

用户视频互动的潜力





































# 启示&未来

视频产业的五条新军规















# 企鵝智酷官方微信

企 鵝 智 酷 ， 未 来 即 此 处 ！

---

扫描二维码或搜索微信公众号“biznext”，你懂的…