

# 中国视频用户行为研究报告（简版）

艾瑞市场咨询有限公司

北京市朝阳区金桐西路10号远洋光华国际AB座5层, 100022

电话: 010-51283899

传真: 010-85806810

网址: [www.iresearch.com.cn](http://www.iresearch.com.cn)

# 研究背景

## 行业背景

- 网络视频本质上是视频业务在网络中的呈现，用户可以选择任何可用的渠道消费视频内容。从用户的体验来看，网络视频可以根据其具体使用的方式划分为：通过IE、遨游等浏览器观看，通过播放器软件观看，利用下载软件先下载后观看，边下载边看等。
- 目前，通过播放器和视频网站来观看视频的用户量级相当，都拥有一定的重合及独立用户；而播放器和视频网站也存在诸多品牌，比如播放器领域（主要有）有暴风影音、迅雷看看播放器和PPStream影音播放器；而视频网站中有（主要有）优酷、土豆、酷6等等。

## 行业现状

- 网络视频本质上是视频业务在网络中的呈现，用户可以选择任何可用的渠道消费视频内容。从用户的体验来看，网络视频可以根据其具体使用的方式划分为：通过IE、遨游等浏览器观看，通过网络电视软件(播放器)观看，利用下载软件先下载后观看，边下载边看等。
- 上市、盈利、涉足新领域.....2010年是我国网络视频行业真正走上商业化、市场化和正规化的一年。网络视频行业的一派繁荣为新一年该行业的继续发展奠定了基础。在这种良好势头的影响下，2011年我国网络视频行业还将迎来一个发展高潮。

# 研究方法

调查方法：

iClick社区大样本调研。

调查时间：

2010年10月7日-2010年11月7日

调查对象：

互联网/影音视频用户

调查样本量：

收集调查样本4,885份；其中有效样本量为2,841份



用户样本甄别条件：非互联网视频行业从业人士；其他市场调查常规规避条件；使用播放器/视频网站观看互联网/影音视频在3个月以上（含）；过去一周内使用过播放器/视频网站观看互联网/影音视频。

# 主要研究发现

## 视频观看方式的行为选择：

- ✦ 根据艾瑞本次调研发现，经常通过视频网站观看视频的用户占比为28.1%，经常使用播放器观看视频的用户占比为38.9%，而两类用户的重合区域为32.9%。



中国视频用户观看方式多样化

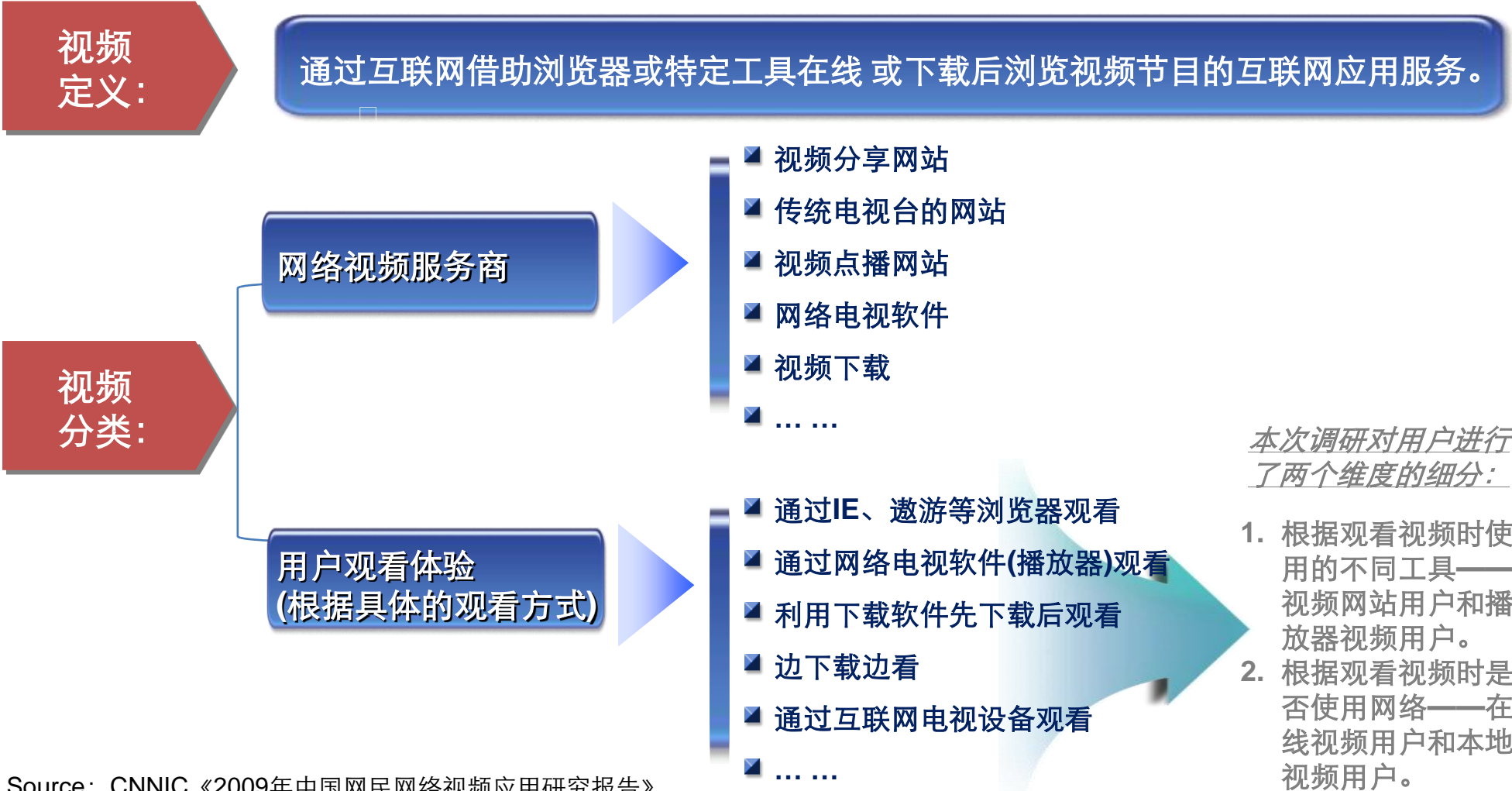
## 视频行业的市场规模：

- ✦ 依据CNNIC报告的网络视频用户规模的占比可以推算出，在整个中国的网络视频用户中，经常通过视频网站观看视频的用户约为7446.5万（74,465,000），经常使用播放器观看视频的用户为10308.5万（103,085,000），而8718.5万（87,185,000）的视频用户为两者都经常使用。



中国视频用户拥有庞大的规模

# 视频的定义及分类



Source: CNNIC 《2009年中国网民网络视频应用研究报告》

# 视频市场的现状及用户规模

- 艾瑞本次调研根据视频用户观看时使用不同的工具，将目前整个视频市场可以分为两大类：通过视频网站观看视频的用户和使用播放器观看视频的用户。在整个视频市场中，采用不同观看方式的视频用户间既有重合又有非重合的部分。
- 根据CNNIC《2009年中国网民网络视频应用研究报告》显示，目前中国的网民人数达到了4.2亿，其中网络视频用户规模达到2.65亿，可见网络视频用户的规模占整个网民的63.1%。。
- 根据艾瑞本次调研发现，经常通过视频网站观看视频的用户占比为28.1%，经常使用播放器观看视频的用户占比为38.9%，而两类用户的重合区域为32.9%；依据CNNIC报告的网络视频用户规模的占比可以推算出，在整个中国的网络视频用户中，经常通过视频网站观看视频的用户约为7446.5万（74,465,000），经常使用播放器观看视频的用户为10308.5万（103,085,000），而8718.5万（87,185,000）的视频用户为两者都经常使用。

# 视频用户播放器选择的品牌排名

- 根据艾瑞本次调研数据显示，视频用户经常使用的播放器品牌分别为暴风影音（含暴风影音在线视频）、迅雷看看播放器和PPStream影音播放器，占比分别为77.3%、55.1%和44.8%。



# 目录



## ◆ 研究背景与目标

## ◆ 研究方法与思路

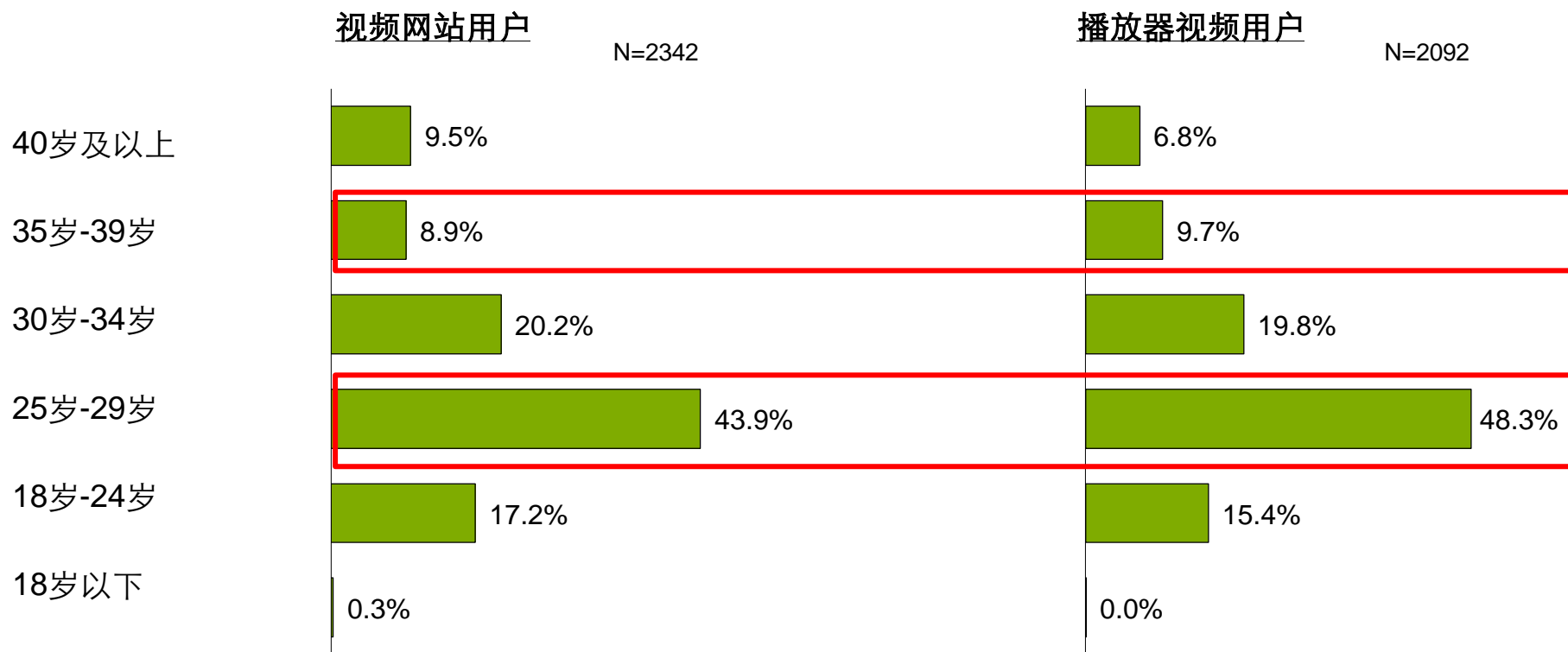
## ◆ 主要研究发现

- 中国视频市场现状
- 视频网站&播放器用户的研究
- ➡
  1. 两类视频用户的基本属性
  2. 两类视频用户的观看行为
- 在线&本地视频用户的研究



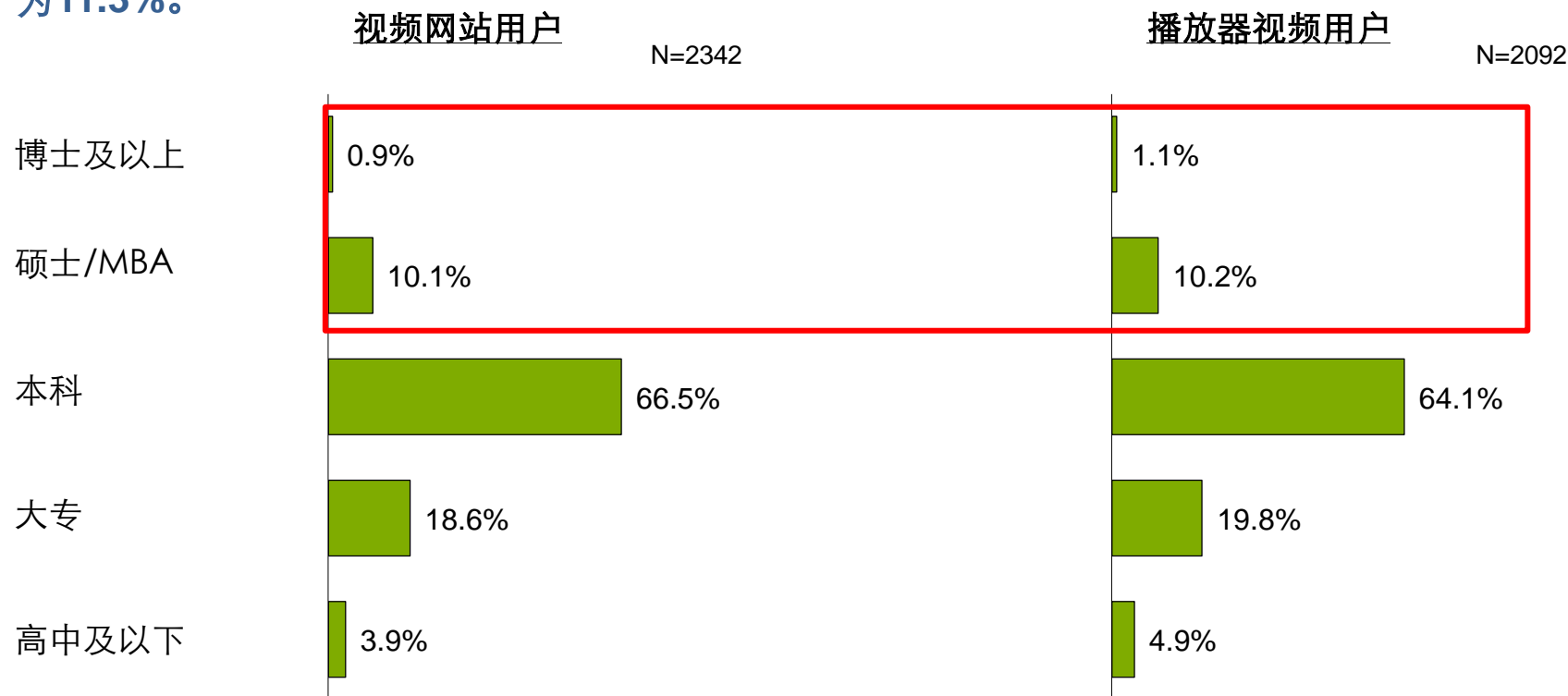
# 年龄分布

- 根据艾瑞本次调研数据显示，视频网站用户和播放器视频用户的年龄分布相似，都主要集中在**25-39**岁这个年龄段；
- 与视频网站用户相比，播放器视频用户相对更集中于**25-29岁**和**35-39岁**这两个年龄段中。



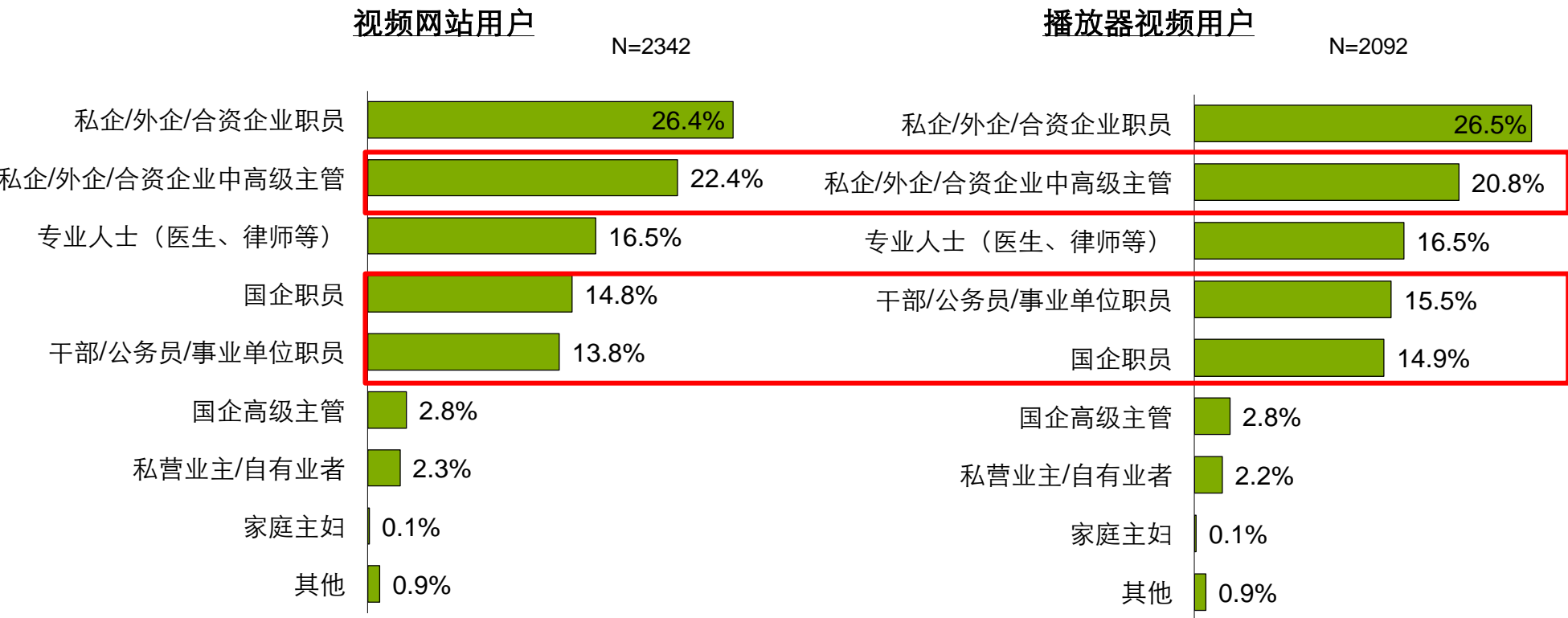
# 教育水平

- 根据艾瑞本次调研数据显示，视频网站用户和播放器视频用户的教育水平都较高，本科及本科以上的用户占比都接近8成，分别为77.5%和75.4%；
- 视频网站用户中本科学历以上的用户占比为11.0%，而播放器视频用户中本科学历以上的用户占比为11.3%。



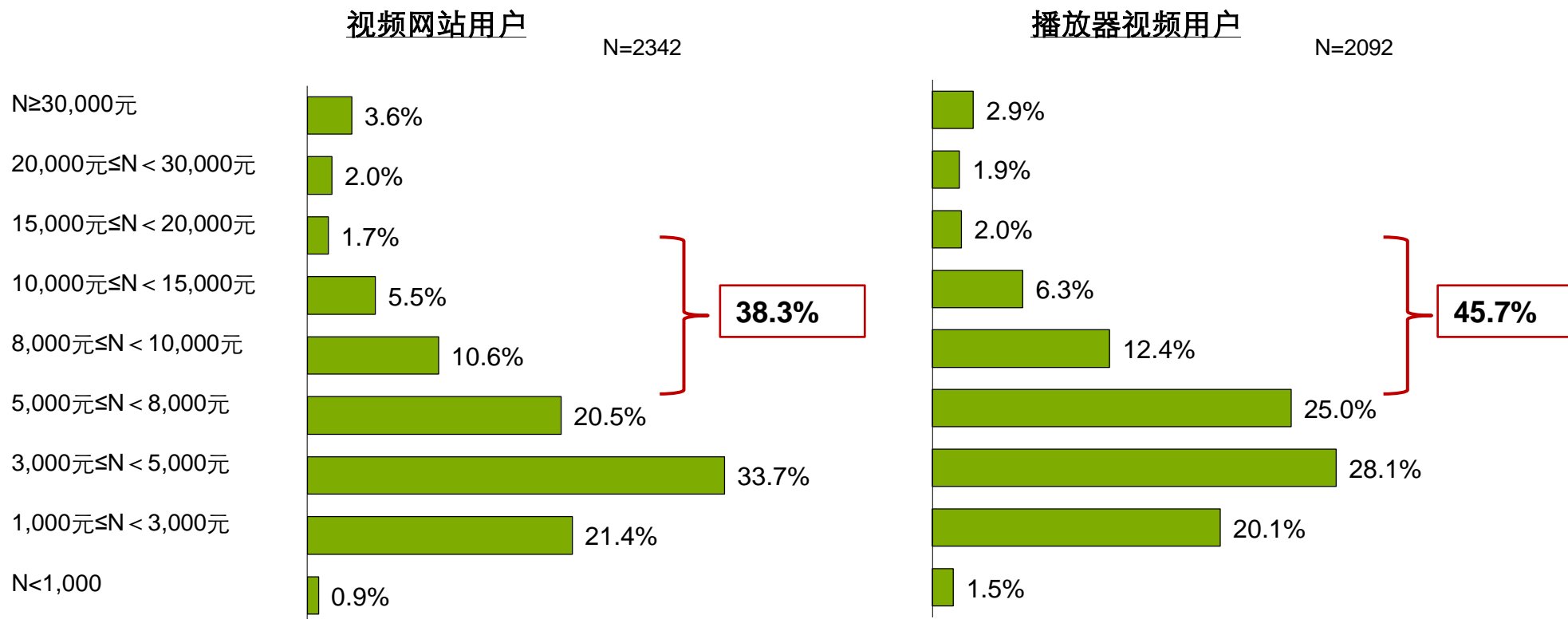
# 职位分布

- 根据艾瑞本次调研数据显示，视频网站用户和播放器视频用户行业较为分散，覆盖各行各业人群；
- 其中私企/外企/合资企业中高级主管用户中视频网站用户的比例要大于播放器视频用户的比例，干部/公务员/事业单位职员与此相同，而国企职工却与此相反，播放器视频用户的占比要高于视频网站用户。



# 个人月平均收入

- 根据艾瑞本次调研数据显示，视频网站用户和播放器视频用户的经济实力较为雄厚，个人平均收入在**3000元**以上的用户占比都接近**8成**，分别为**77.7%**和**78.4%**；
- 其中，播放器视频用户在**5000-20000元**的收入段较为集中，占比高达**45.7%**。



# 目录



## ◆ 研究背景与目标

## ◆ 研究方法与思路

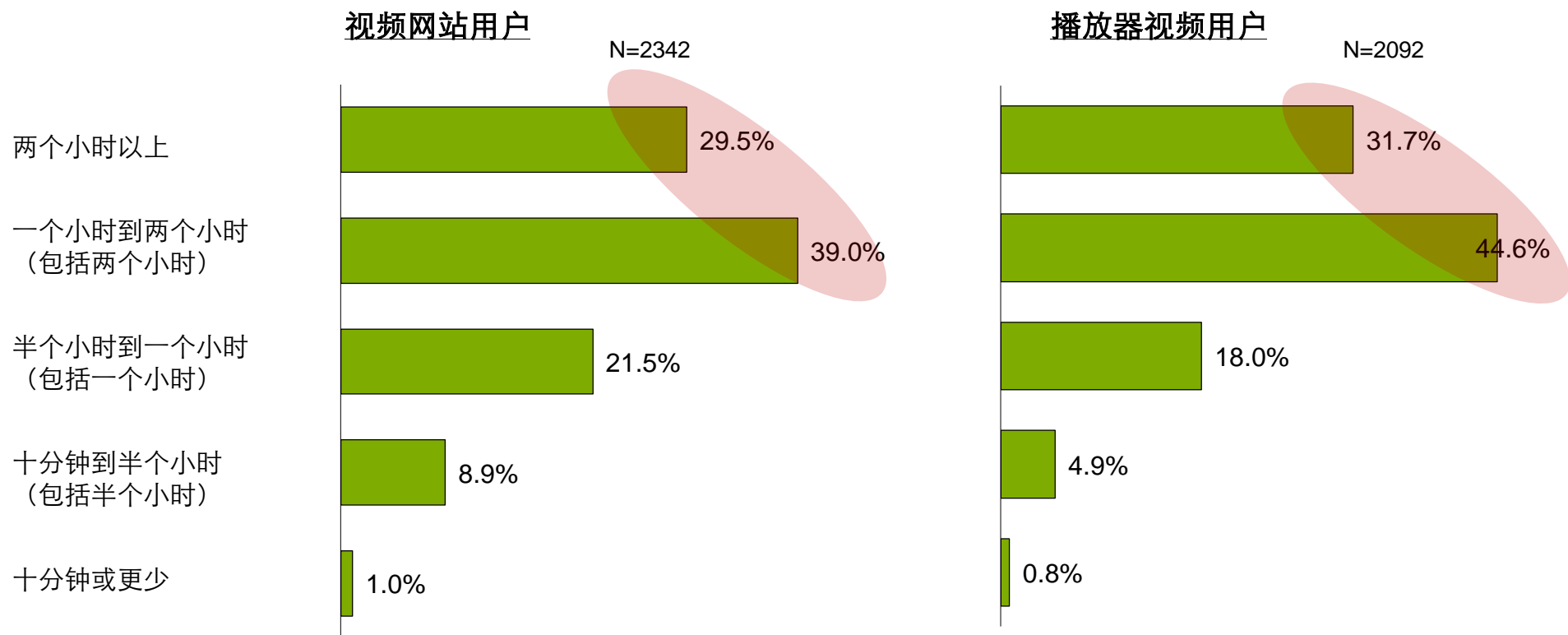
## ◆ 主要研究发现

- 中国视频市场现状
- 视频网站&播放器用户的研究
  1. 两类视频用户的基本属性
  - 2. 两类视频用户的观看行为**
- 在线&本地视频用户的研究



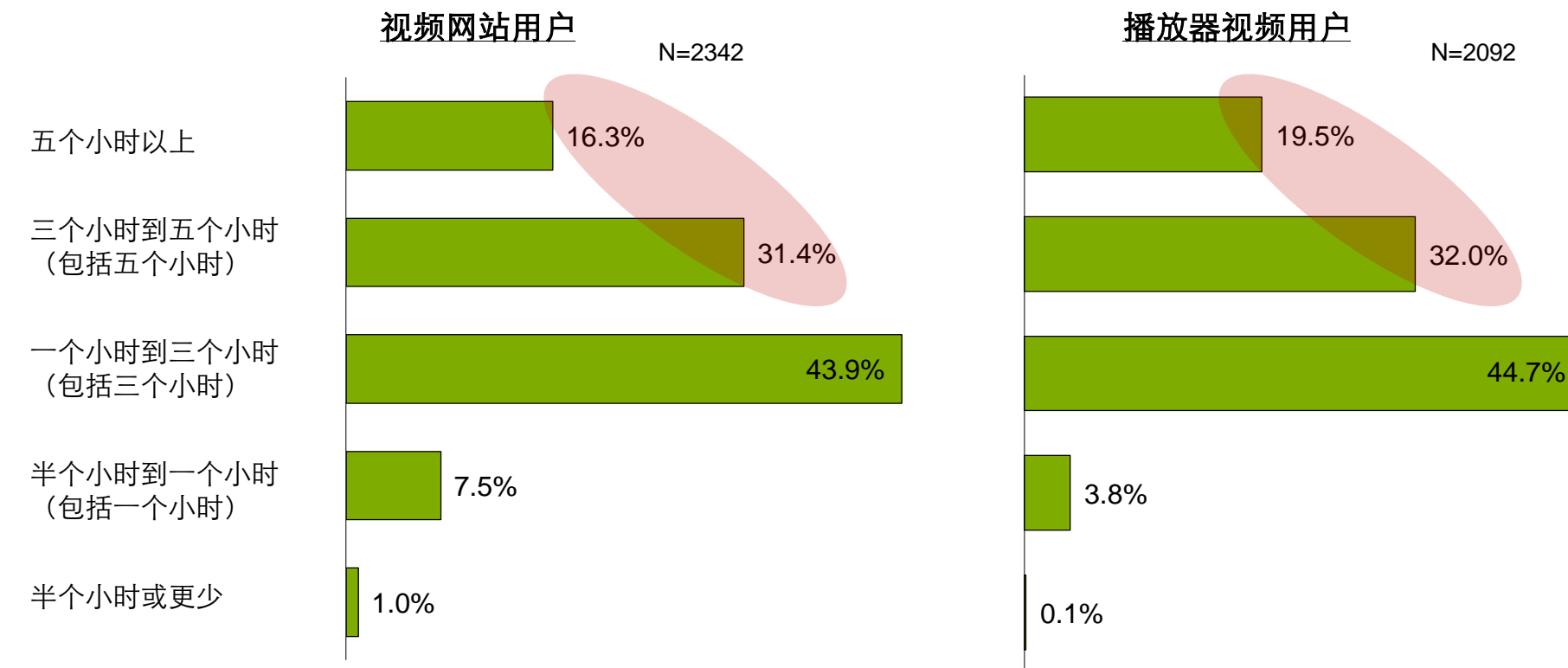
# 工作日的视频观看时长

- 工作日，视频网站用户和播放器视频用户观看视频的时间较长，观看时间在1个小时及以上的视频网站用户的比例达到**68.5%**，播放器视频用户的占比高达**78.3%**。
- 观看时间时长为一个小时到两个小时的两类用户的差异最为明显。



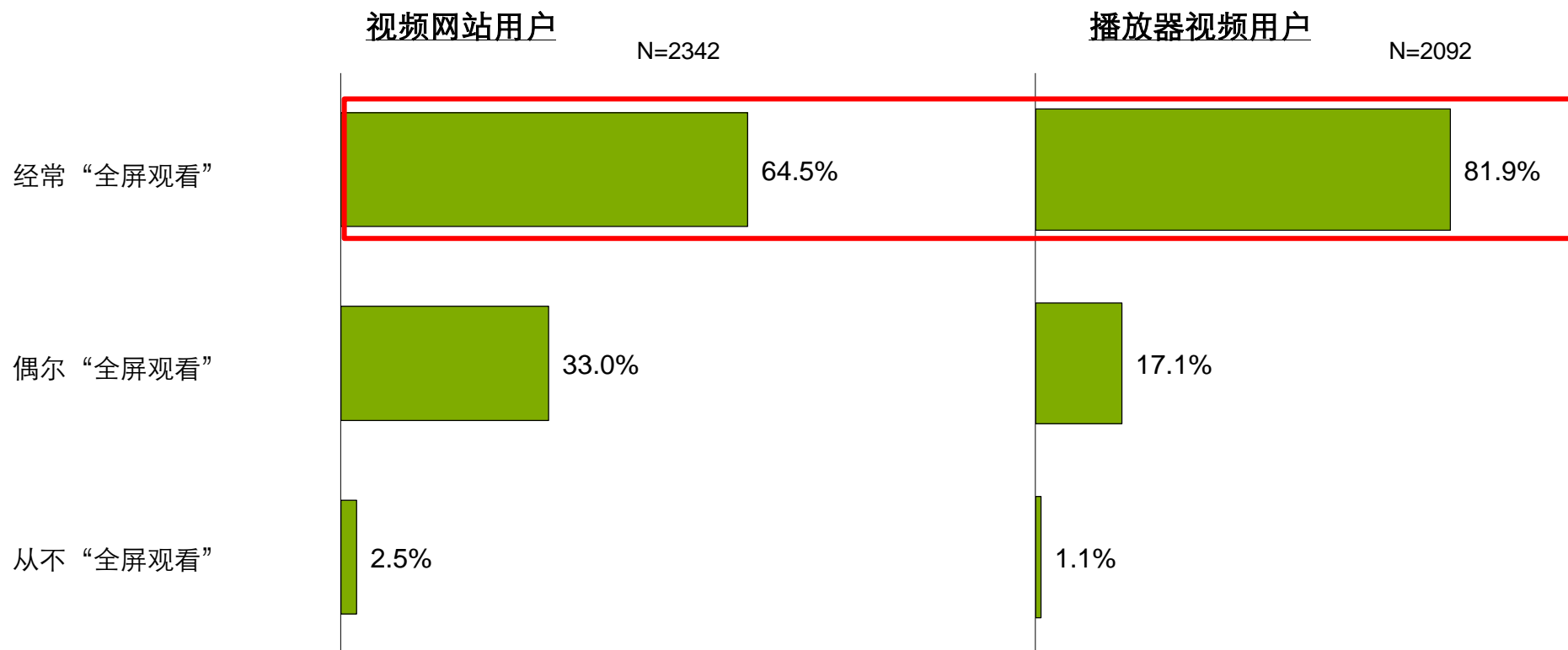
# 周末/节假日的频观看时长

- 周末/节假日是用户们观看视频的主要的时间段。其中在这个时间段观看视频在3个小时及以上的视  
频网站用户的比例接近5成，比例为47.7%，而播放器视频用户的占比更是高达52.5%。



# “全屏观看” 频率

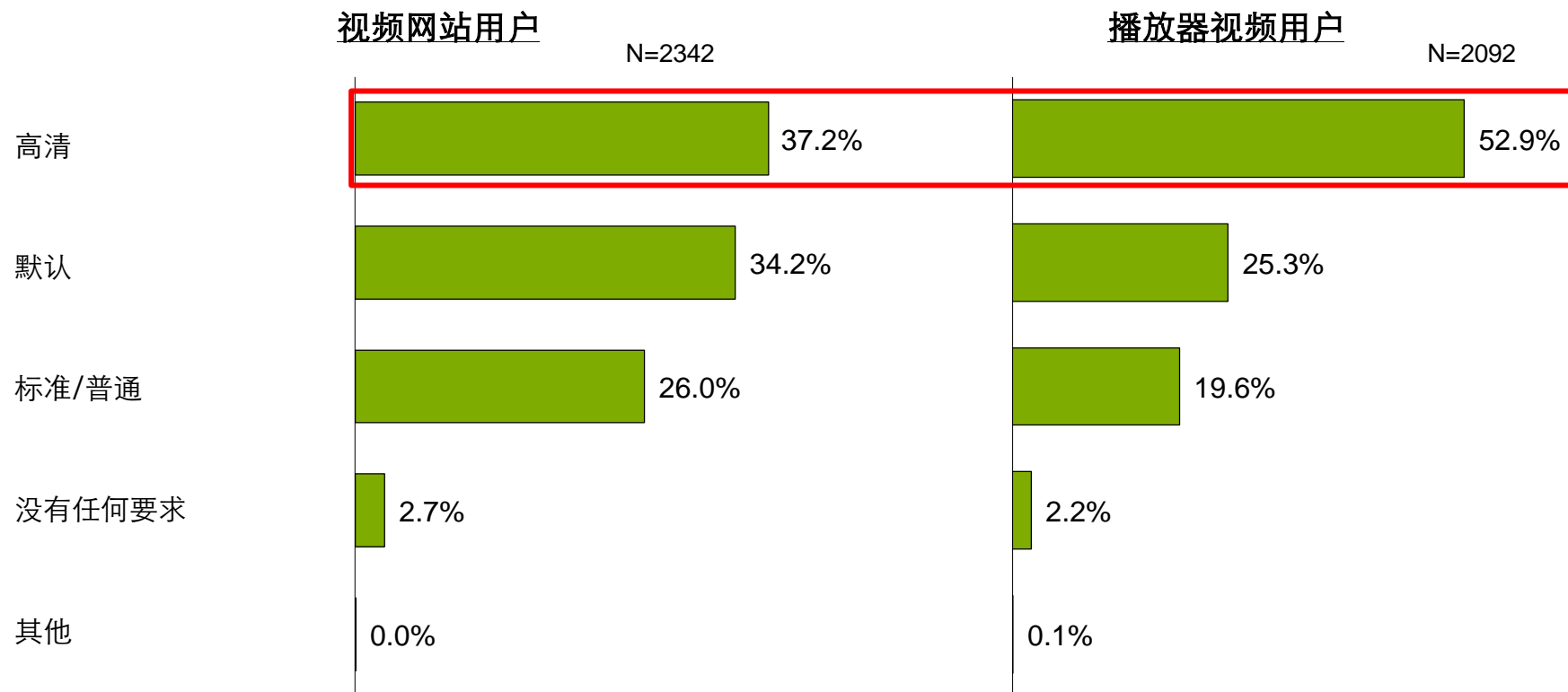
- 用户经常选择全屏观看视频的频率较高；
- 相比较而言，经常选择全屏观看视频的播放器视频用户的比例较高，占比为**81.9%**,视频网站用户的比例为**64.5%**。





# 视频观看清晰度要求

- 根据艾瑞本次调研数据显示，播放器视频用观看视频时对清晰度要求较高，选择高清的此类用户的比例超过了5成；
- 相比之下，视频网站用户对清晰度的要求不是很高。



# 目录



## ◆ 研究背景与目标

## ◆ 研究方法与思路

## ◆ 主要研究发现

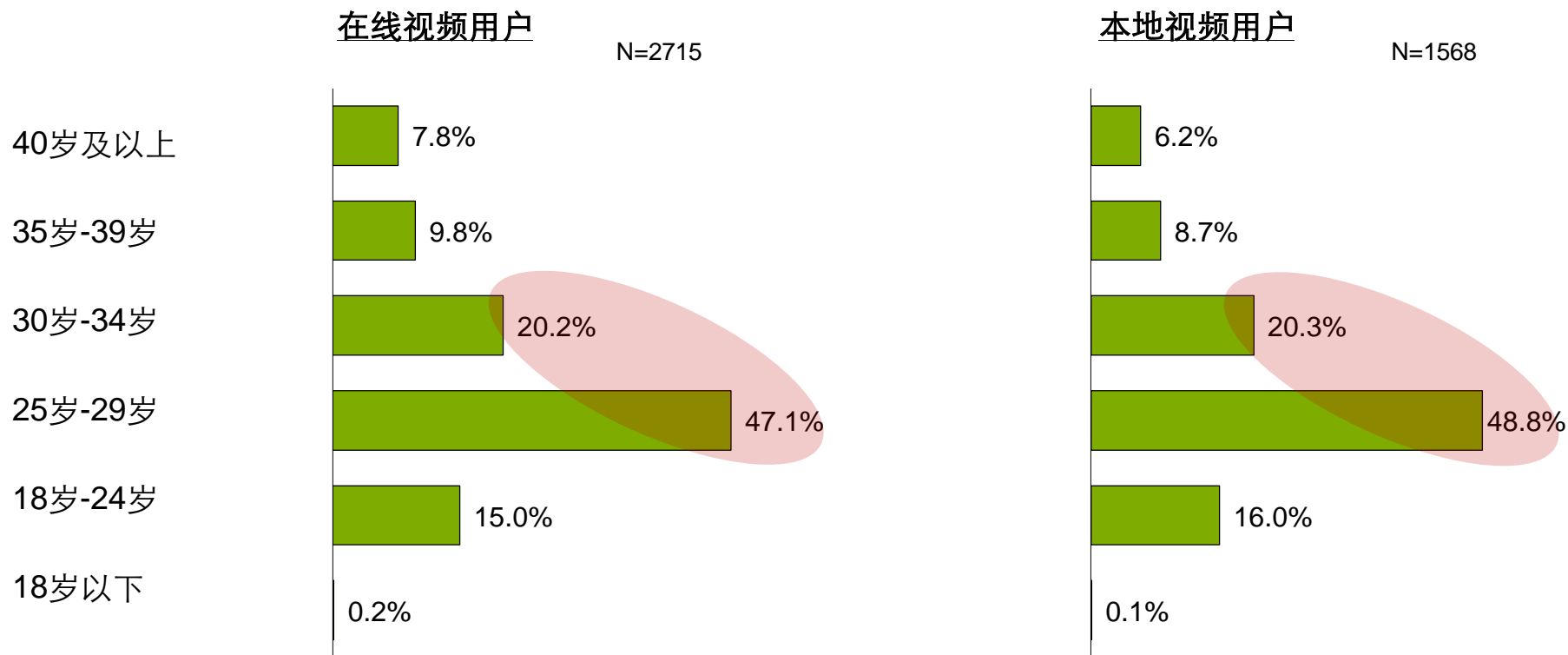
- 中国视频市场现状
- 视频网站&播放器用户的研究
- 在线&本地视频用户的研究



1. 两类视频用户的基本属性
2. 两类视频用户的观看行为

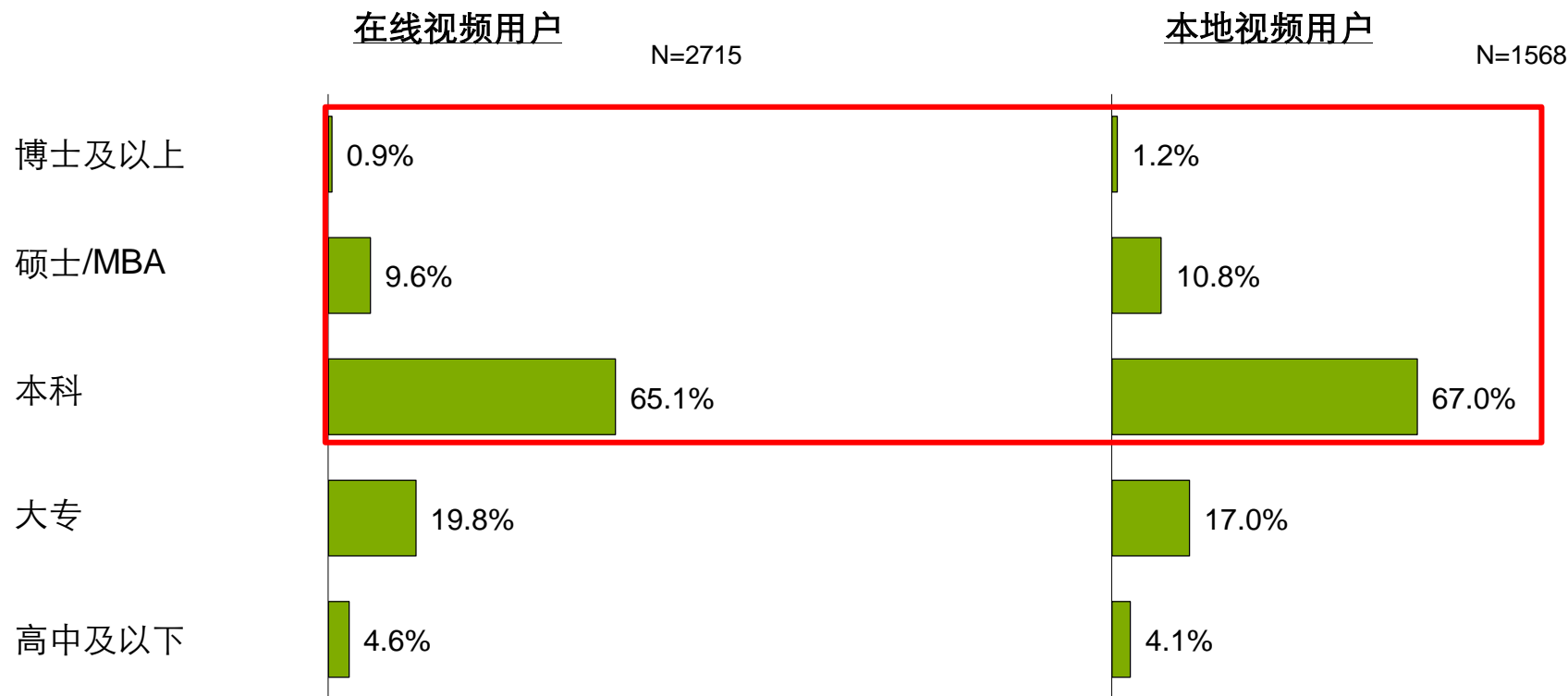
# 年龄分布

- 根据艾瑞本次调研数据显示，在线视频用户和本地视频用户的年龄分布相似，都主要集中在**25-39岁**这个年龄段。



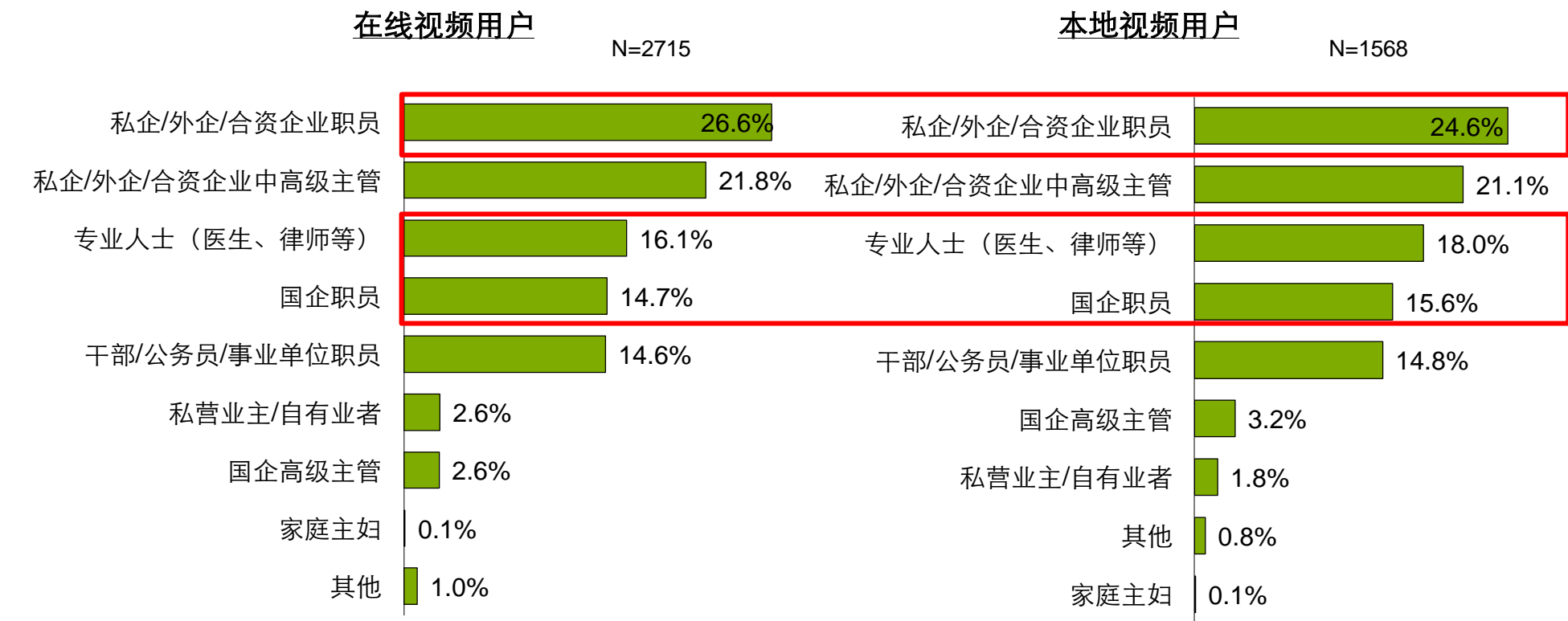
# 教育水平

- 根据艾瑞本次调研数据显示，在线视频用户和本地视频用户的教育水平较高，学历在本科及以上的用户占比均接近8成，分别为**75.6%**和**79.0%**；
- 其中，本地视频用户的学历水平相对偏高。



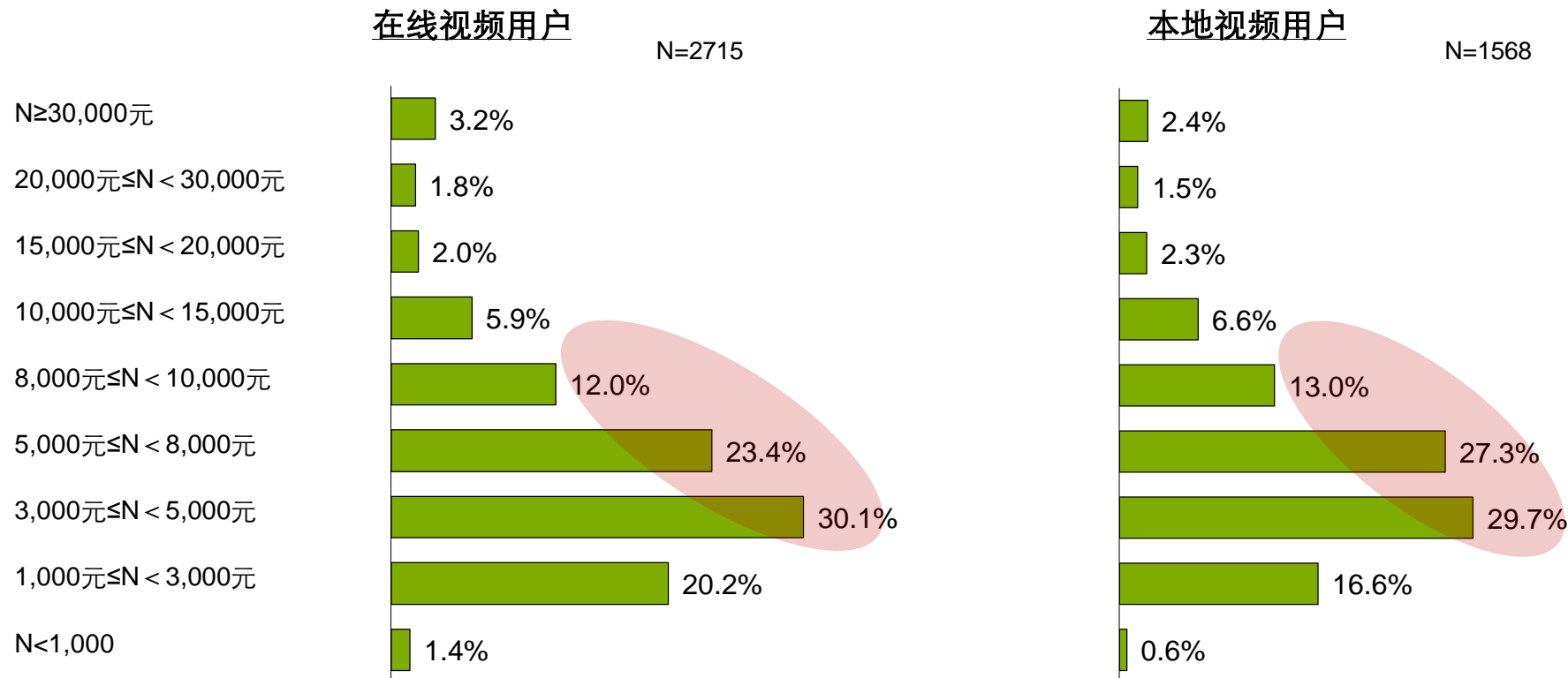
# 职位分布

- 根据艾瑞本次调研数据显示，在线视频用户和本地视频用户行业较为分散，覆盖各行各业人群；
- 其中私企/外企/合资企业中高级主管用户中在线视频用户的比例要大于本地视频用户的比例；而专业人士和国企职员却与此相反，本地视频用户的占比要高于在线视频用户。



# 个人平均收入

- 根据艾瑞本次调研数据显示，在线视频用户和本地视频用户的经济实力较为雄厚；
- 其中个人平均收入在3000元以上的用户中，在线视频用户的比例为78.4%，本地视频用户的占比接近9成，高达82.8%。



# 目录



## ◆ 研究背景与目标

## ◆ 研究方法与思路

## ◆ 主要研究发现

- 中国视频市场现状
- 视频网站&播放器用户的研究
- 在线&本地视频用户的研究

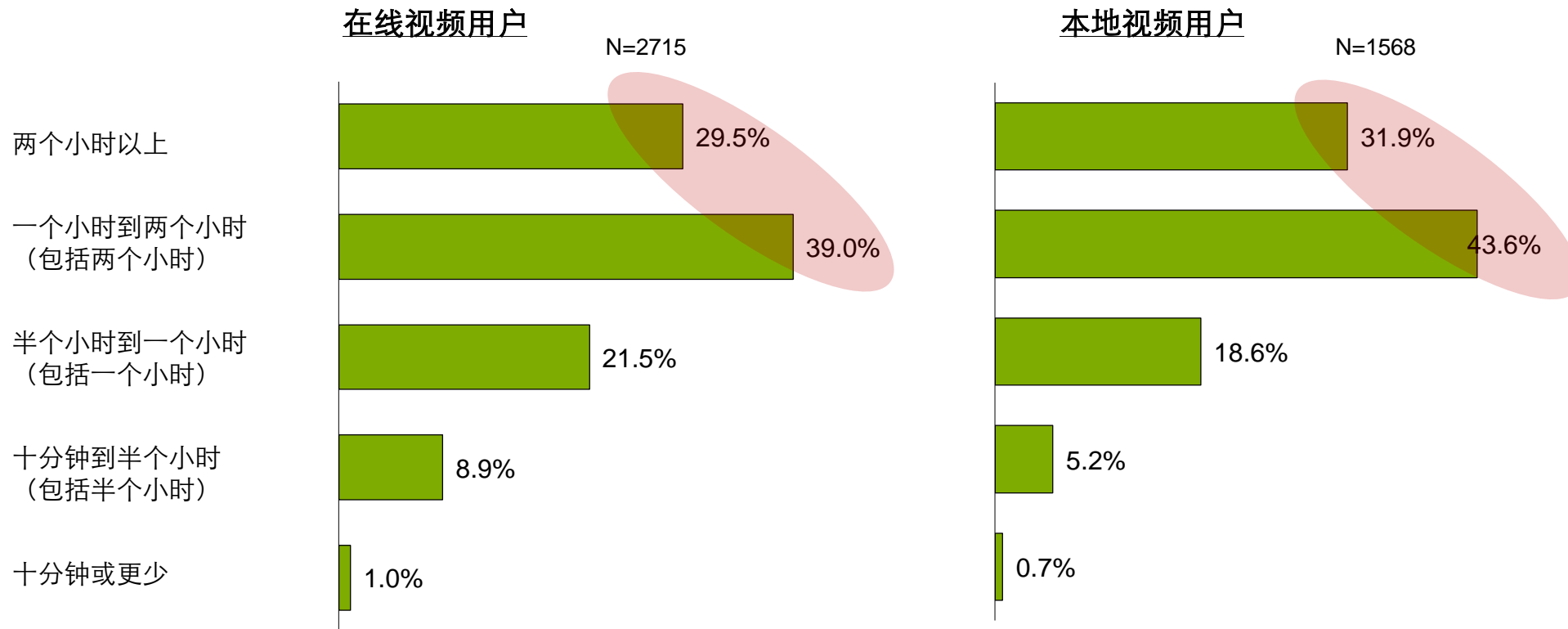
1. 两类视频用户的基本属性

2. 两类视频用户的观看行为



# 工作日的视频观看时长

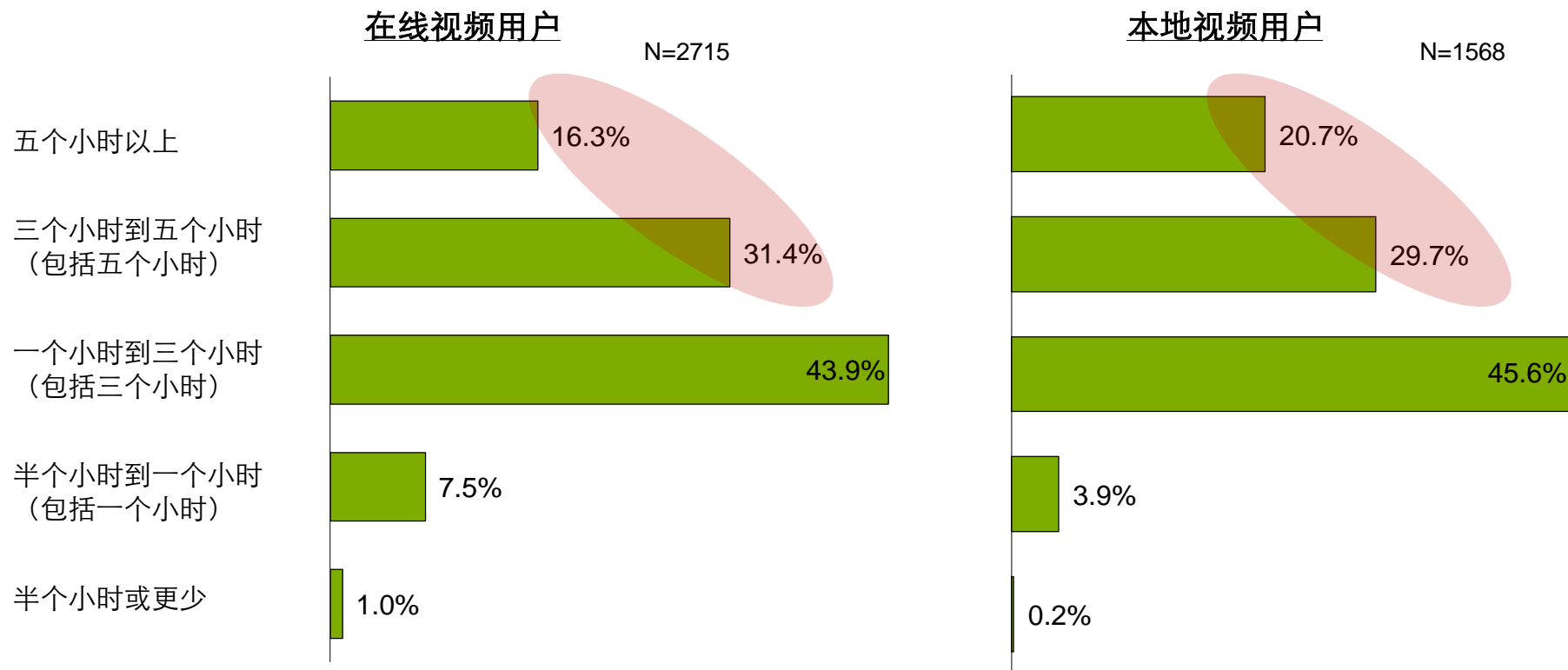
- 工作日，在线视频用户和本地视频用户观看视频的时间较长，观看时间在1个小时及以上的在线视频用户的比例达到**68.5%**，本地视频用户的占比高达**85.5%**。
- 本地视频用户的观看时长相对较高。





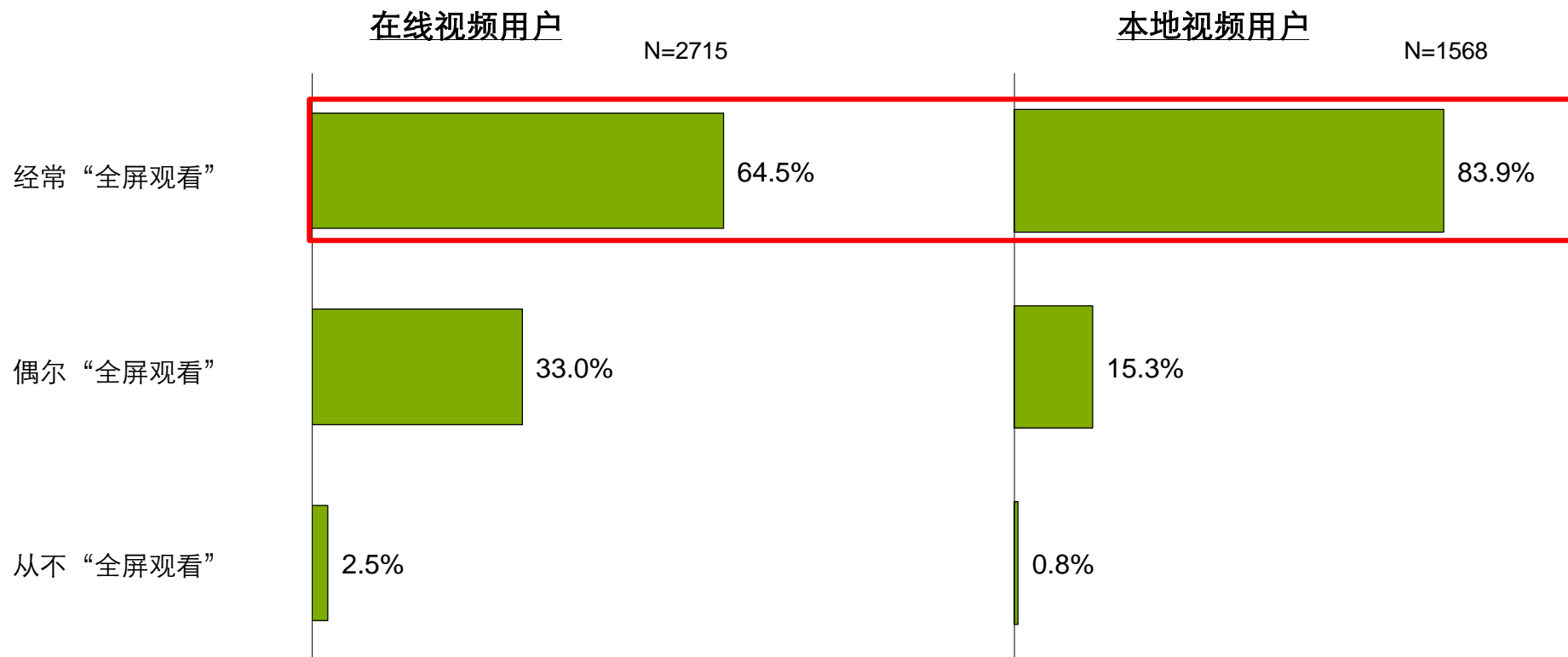
# 周末/节假日的视频观看时长

- 周末/节假日是用户们观看视频的主要的时间段。
- 其中在这个时间段观看视频在3个小时及以上的在线视频用户的比例接近5成，比例为47.7%，而本地视频用户的占比更是高达52.5%。



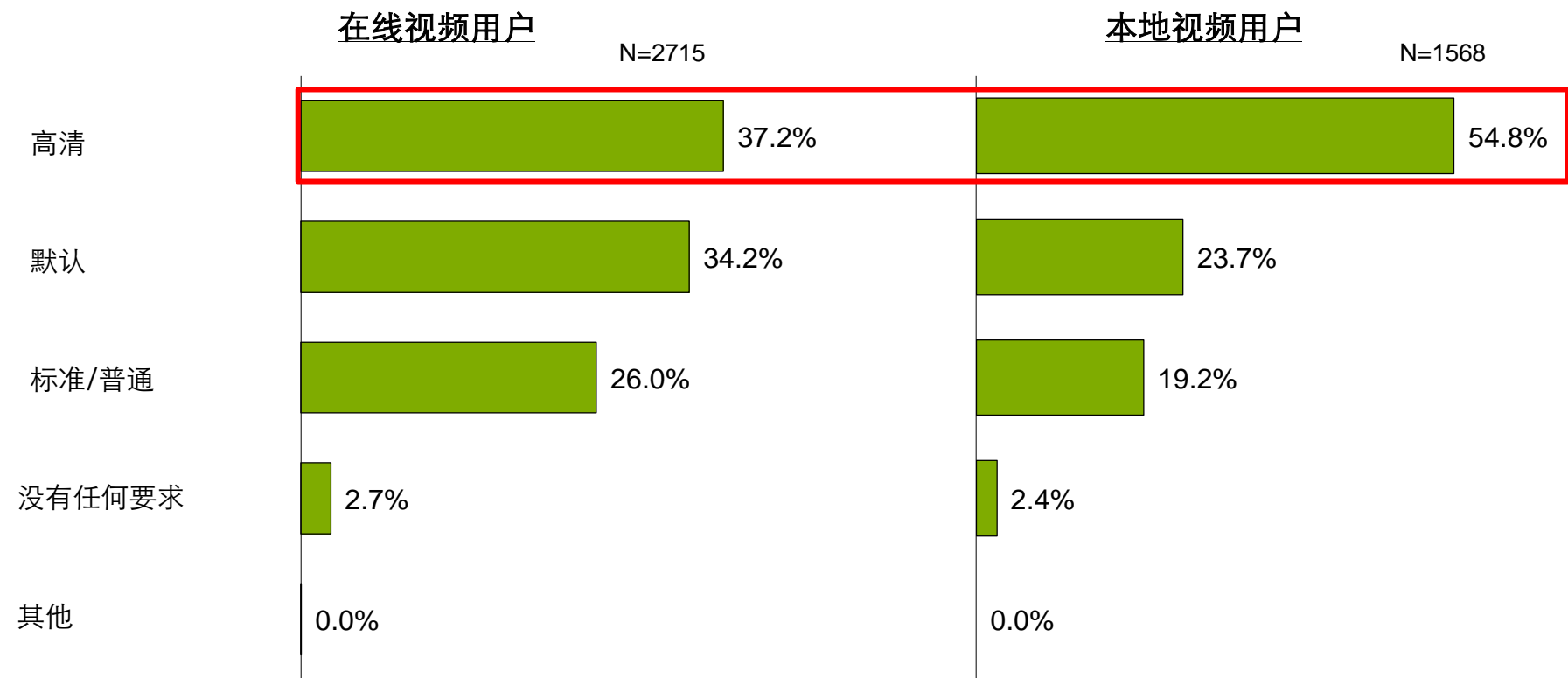
# “全屏观看” 频率

- 用户经常选择全屏观看视频的频率较高；
- 相比较而言，经常选择全屏观看视频的本地视频用户的比例较明显，占比为**81.9%**，在线视频用户的比例为**64.5%**。



# 视频观看清晰度要求

- 根据艾瑞本次调研数据显示，两类视频用户对视频的清晰度都有较高的要求；
- 在线视频用户对高清视频的需求为**37.2%**，而本地视频用户则更重视视频的清晰度，其中对高清视频的需求占比超过了5成，达到**54.8%**。



艾瑞咨询集团 iResearch Consulting Group



艾瑞咨询集团：做中国最杰出的网络新经济信息服务机构

中国领先的互联网商业数据产品供应商

中国专注于互联网领域研究的领先研究服务商

中国专注于网络广告及营销的领先研究服务商

