

目 录

版权声明.....	1
免责声明.....	1
网络视频调查方法说明.....	2
报告相关术语说明.....	4
报告摘要.....	6
第一章 互联网网络视频概况.....	10
一、中国网络视频的发展历程.....	10
（一）网络视频在中国普及的三大驱动因素.....	10
（二）中国网络视频发展经历了三个阶段.....	11
二、宏观规模.....	13
（一）网络视频网民规模.....	13
（二）中国互联网视频投资规模.....	13
第二章 互联网视频产业现状和趋势.....	15
一、中国网络视频产业现状.....	15
（一）视频产业链.....	15
（二）视频产业链现状.....	16
二、网络视频的发展趋势.....	17
（一）多元化平台扩展.....	17
（二）网络视频应用的多元化.....	20
（三）网络视频竞争的交叉化.....	20
第三章 互联网视频用户特征概况.....	21
一、网络视频用户的基本属性.....	21
（一）调研样本的区域分布.....	21
（二）性别与年龄.....	22
（三）视频用户的学历分布.....	25
（四）视频用户的收入分布情况.....	26
二、网络视频用户上网特征概述.....	27
（一）网民使用网络视频的时长.....	27
（二）网民使用网络视频的地点.....	29
第四章 网民视频的使用习惯.....	31

一、网民的视频消费选择.....	31
二、网民不使用网络视频服务的原因.....	32
三、网民获知经常使用视频网站的途径.....	33
四、视频网民使用网络视频服务的方式.....	34
五、视频网民使用各网络视频服务的频次.....	36
(一) 使用浏览器每周看网络视频的频次.....	36
(二) 每周使用网络电视的频次.....	37
(三) 使用先下载后观看方式每周看网络视频的频次.....	38
(四) 使用边下载边观看方式每周看网络视频的频次.....	39
六、网民视频服务消费的内容.....	40
(一) 网民关注的网络视频内容.....	40
(二) 不同性别网民关注的网络视频内容.....	41
(三) 不同区域、城市级别用户关注的网络视频内容.....	42
(四) 消费不同网络视频内容用户的年龄和收入情况.....	44
第五章 视频网民的分享和转载行为.....	45
一、分享行为.....	45
(一) 分享用户比例.....	45
(二) 分享的方式.....	46
(三) 分享的原因.....	47
(四) 不分享的原因.....	48
(五) 二次分享行为.....	49
二、上传行为.....	50
(一) 上传用户比例.....	50
(二) 不上传的原因.....	51
(三) 上传改进.....	52
(四) 上传的内容.....	52

版权声明

本报告由中国互联网络信息中心制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国知识产权法律法规的保护。本报告仅供购买者个人或单位使用，不得转送、转让、转售任何第三方或以其他方式使其他第三方非法获得。除非中国互联网络信息中心书面同意，本报告的全部或部分，包括文字、图片、表格等，均不得对外披露、公布、出版、发行。

免责声明

本报告中的调研数据均采用样本调研方法获得，其数据结果受到样本的影响，部分数据未必能够完全反映真实市场情况。所以，本报告只提供给购买报告的个人或单位作为市场参考资料，本中心不承担因使用本报告而产生的法律责任。

中国互联网络信息中心

China Internet Network Information Center (CNNIC)

2008 年 4 月

网络视频调查方法说明

本项目采用电话调查的方式，在2008年4月1日至20日进行。

电话调查的目标总体是中国大陆（除港、澳、台三地）网民。CNNIC随机抽取华北、东北、华东、华南、华中、西北、西南7大区域内的一级城市三个、二级城市四个、三级城市十四个。所有调查样本根据城市所有电话局号，通过随机生成电话号码的方式，抽取住宅电话、小灵通和宿舍电话进行访问。访问对象是半年内上过网且使用网络视频的用户。

在城市级别的研究中满足在置信度为95%时，每个城市级别估计的最大允许绝对误差小于5%；在京、沪、广三地的研究中满足在置信度为95%时，估计的最大允许绝对误差小于5%；在区域研究中满足置信度95%，估计的最大允许绝对误差小于5%；在校大学生研究中满足在置信度为95%时，估计的最大允许绝对误差小于5%。

● 调查随机性和准确性控制办法

1) 分别使用各个城市的所有局号（即电话号码的前四位）随机生成电话号码进行访问。为防执行公司为了拨打的效率较高，只抽取部分使用频率较高的局号生成电话号码，造成样本的代表性有偏差，CNNIC采取由研究人员自己随机生成所有电话号码提供给执行公司。完成调查后，要求电话调查公司提供所有电话的拨打明细情况，进行抽查。

2) 为避免上班族白天上班的影响造成的偏差，采取工作日晚上18:00以后、周末全天拨打电话的方法。

3) 为避免接通率对随机性的影响，对号码无法接通的情况，采取至少拨打三遍的方式。4) 为避免访员个人观点对访问造成影响，规定不需要读出的选项一律不加以任何提示，

并追问到位。

5) 电话调查结束后对数据进行了预处理、核对了变量的取值和变量之间的逻辑关系等，对于不合格样本予以整体删除处理。

网址: www.cnnic.cn

中文域名: <http://中国互联网络信息中心.CN>

通用网址: 互联网调查

有关报告的意见和建议, 请联系: cnnic-survey@cnnic.cn 电话: 010-58813030



中国互联网络信息中心
China Internet Network Information Center

2008 年中国网络视频市场研究报告
