

2013Q3中国手机视频市场季度监测报告

China Mobile Video Market Research Report

（内部版）



报告目录

研究方法

概念定义

核心观点

分析点评

报告正文

1. 2013Q3中国手机视频市场规模
2. 2013Q3中国手机视频用户规模
3. 2013Q3中国手机视频客户端使用分布
4. 2013Q3中国第三方手机视频播放器使用分布
5. 中国手机视频用户选择视频客户端的考虑因素
6. 2013Q3中国手机视频用户喜爱的视频节目类型
7. 2013Q3中国手机视频用户付费情况与对待广告的态度
8. 中国手机视频用户观看手机视频的主要顾虑
9. 中国手机视频用户观看手机视频的时长和次数
10. 2013Q3中国主流手机视频客户端用户满意度调查

法律声明

关于艾媒

研究方法

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统。

- 通过对行业专家、运营商、手机视频服务商、渠道等进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库和草莓派调研社区平台的相关数据分析。

概念定义

- **手机视频**

是指用户通过包括手机、平板电脑在内的移动通信终端，通过视频点播或下载等方式将视频内容服务商提供的视频文件传送到本地终端设备进行观看的活动。

- **手机视频客户端**

是指手机视频服务商向用户推出的基于流媒体视频技术的服务，通过智能手机应用集中向用户展现流媒体视频节目。用户可以通过手机进行视频图文信息的浏览、视频内容的点播和下载，也可以观看电视直播等。

- **第三方手机视频播放器**

是指主要为用户提供本地视频文件播放的手机应用，部分第三方手机视频播放器也有加入视频图文浏览、播放、下载等服务。

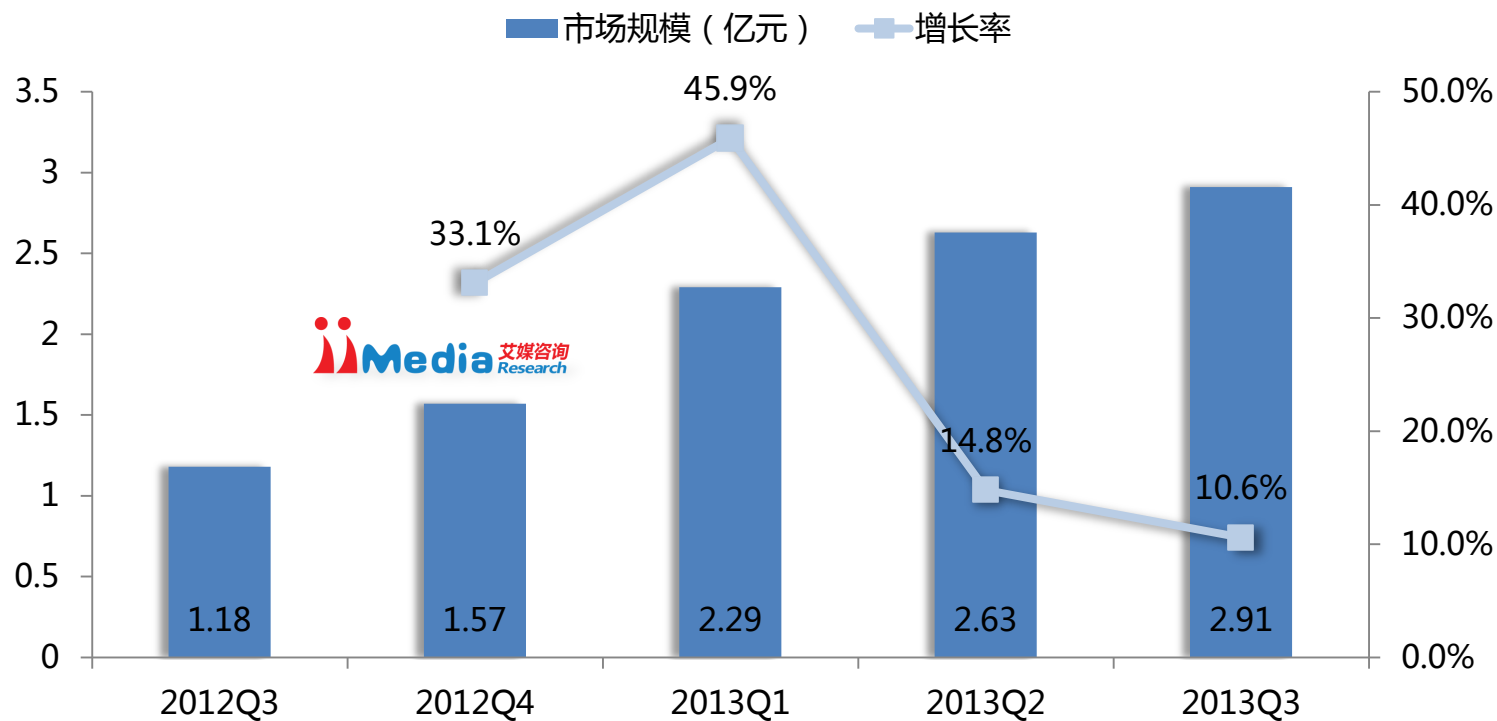
核心观点

- 艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 2013年第三季度中国手机视频市场规模达2.91亿元, 环比增长10.6%, 同比增长209.0%。中国手机视频用户规模达2.33亿, 环比增长9.9%。
- 艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 在中国手机视频客户端使用分布方面, 优酷视频以20.1%的市场份额暂时领先其他竞争对手, 爱奇艺紧随其后, 用户占比为15.2%。搜狐视频借助本季度“中国好声音”的热播吸引了大批用户, 表现抢眼, 目前处于第三位。
- 艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 中国手机视频用户在选择视频客户端时, 69.9%的用户希望视频播放流畅、速度快, 52.7%的用户要求内容、频道丰富, 强调客户端功能丰富和界面美观的用户分别有47.3%和40.8%。
- 艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 2013Q3中国主流手机视频客户端用户满意度方面, 土豆视频和百度视频分居一、二位, 满意度分别为8.7和8.6, 土豆视频尽管市场份额较低, 但用户满意度较高。腾讯视频占据第三位, PPTV、搜狐视频和爱奇艺等紧随其后。优酷视频市场份额高, 但客户端仍需改进。乐视影视满意度最低, 仅为7.5。

分析点评

- 2013年中国手机视频市场开始了规模性商业化，手机视频流量、装机量和营收均呈现加速增长态势。截至2013第三季度，中国手机视频市场基本完成了用户积累，未来手机视频市场在视频内容、用户服务等方面的竞争将非常激烈。
- 视频市场强调“内容为王”，传统互联网视频服务商凭借多年积累基本上已经将市场瓜分完毕，在这一市场上鲜有新进竞争者加入。
- 2013Q3中国第三方手机视频播放器使用分布上，暴风影音、快播和QQ影音联合占据了70%以上的市场。由于用户对本地视频播放效果要求降低，手机系统自带播放器已经能满足一般的视频播放要求，目前专注做纯视频播放器的软件厂商已经不多。
- 2013Q3中国手机视频用户观看视频的主要顾虑包括流量消耗大和网络速度慢，这两大因素严重打击了用户观看手机视频的热情。手机存储有限和屏幕小也是部分用户考虑的因素，随着未来手机硬件升级和大屏化趋势的发展，未来对观看手机视频的影响程度将会减小。

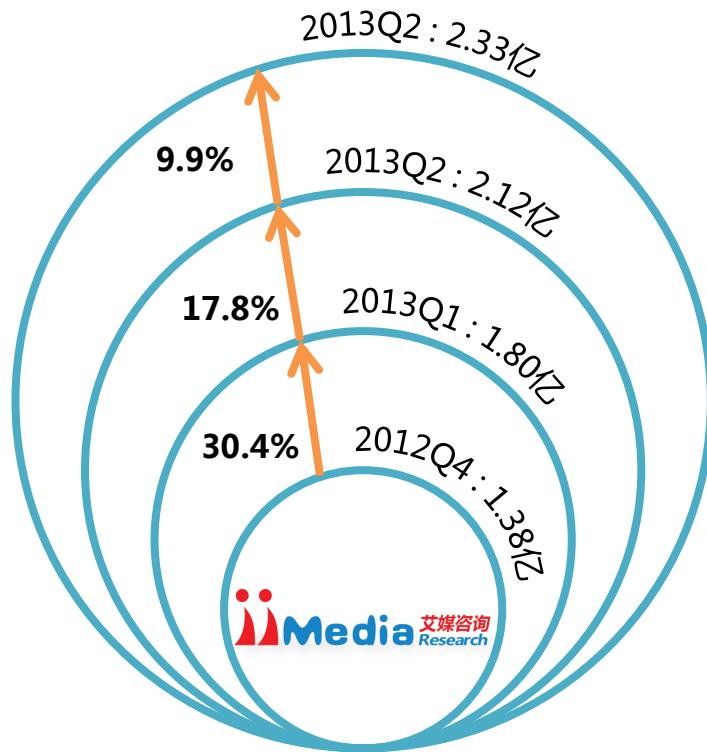
2013Q3中国手机视频市场规模



艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 2013年第三季度中国手机视频市场规模达2.91亿元, 环比增长10.6%, 同比增长209.0%。

艾媒咨询 (iiMedia Research) 分析认为, 2013年中国手机视频市场开始了规模性商业化, 手机视频流量、装机量和营收均呈现加速增长态势。

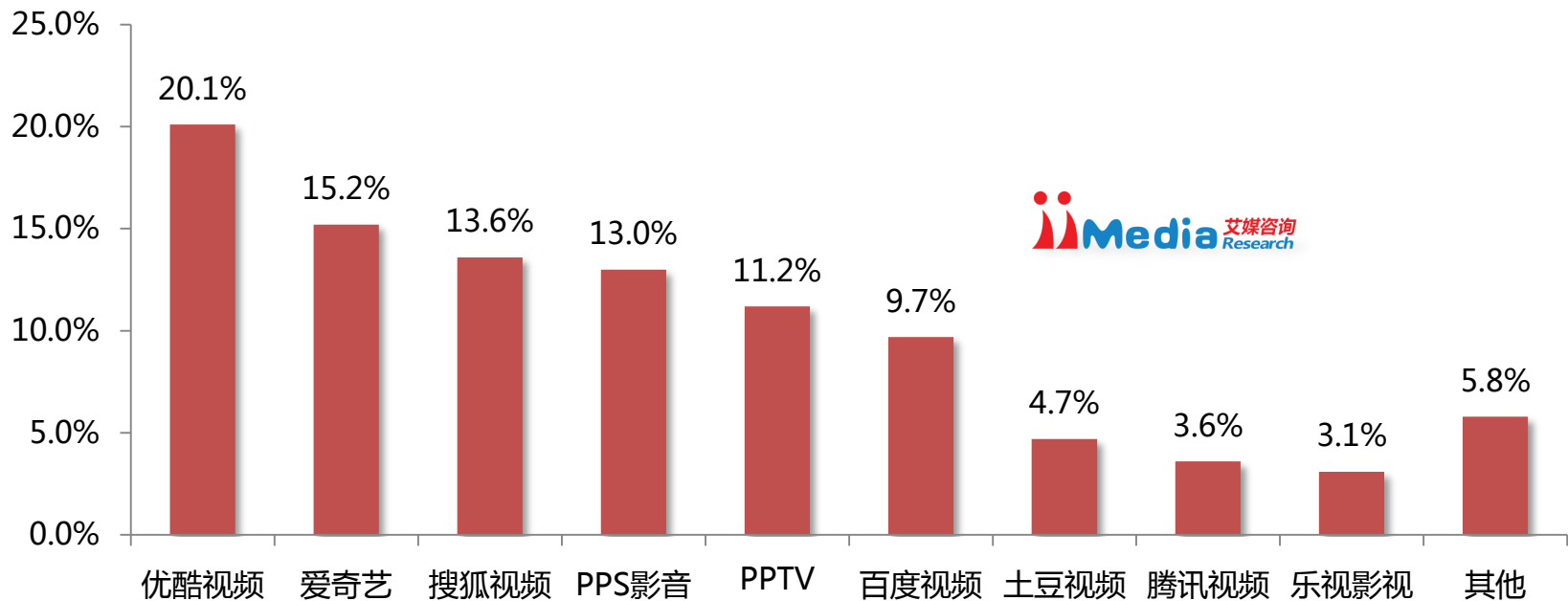
2013Q3中国手机视频用户规模



艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 2013第三季度中国手机视频用户规模达2.33亿, 环比增长9.9%。

艾媒咨询 (iiMedia Research) 分析认为, 截至2013第三季度, 中国手机视频市场基本完成了用户积累, 未来手机视频市场在视频内容、用户服务等方面的竞争将非常激烈。

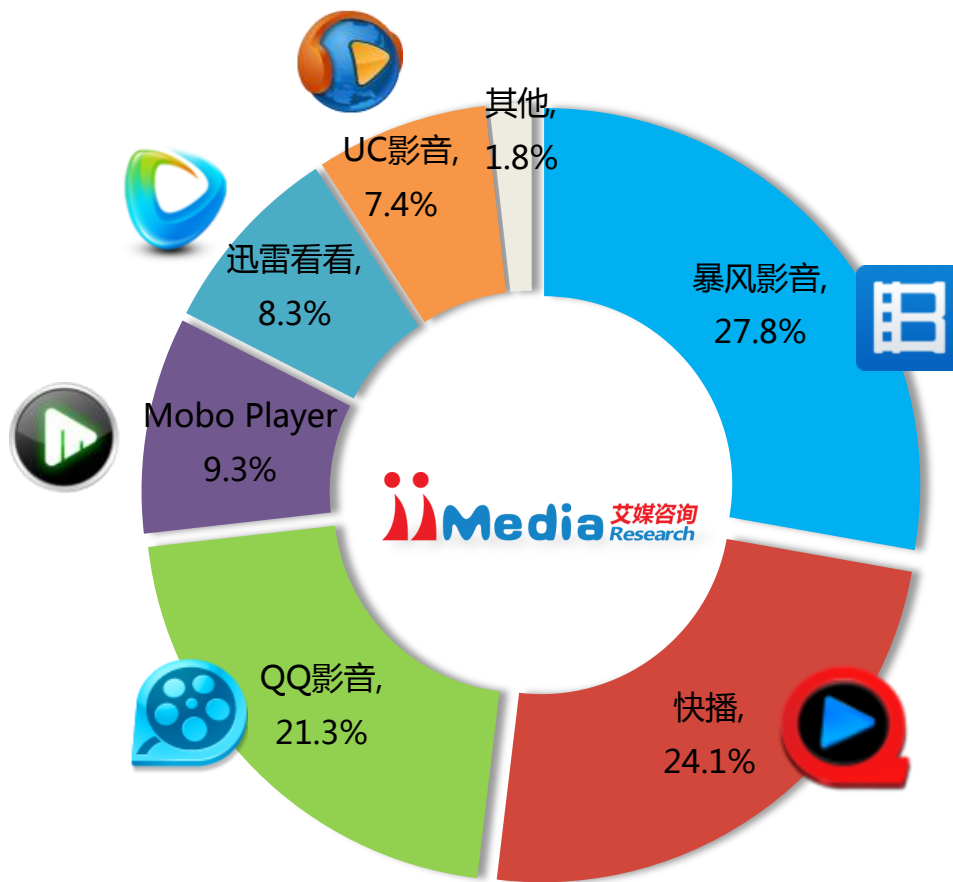
2013Q3中国手机视频客户端使用分布



艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 在中国手机视频客户端使用分布方面, 优酷视频以20.1%的市场份额暂时领先其他竞争对手, 爱奇艺紧随其后, 用户占比为15.2%。搜狐视频借助本季度“中国好声音”的热播吸引了大批用户, 表现抢眼, 目前处于第三位。

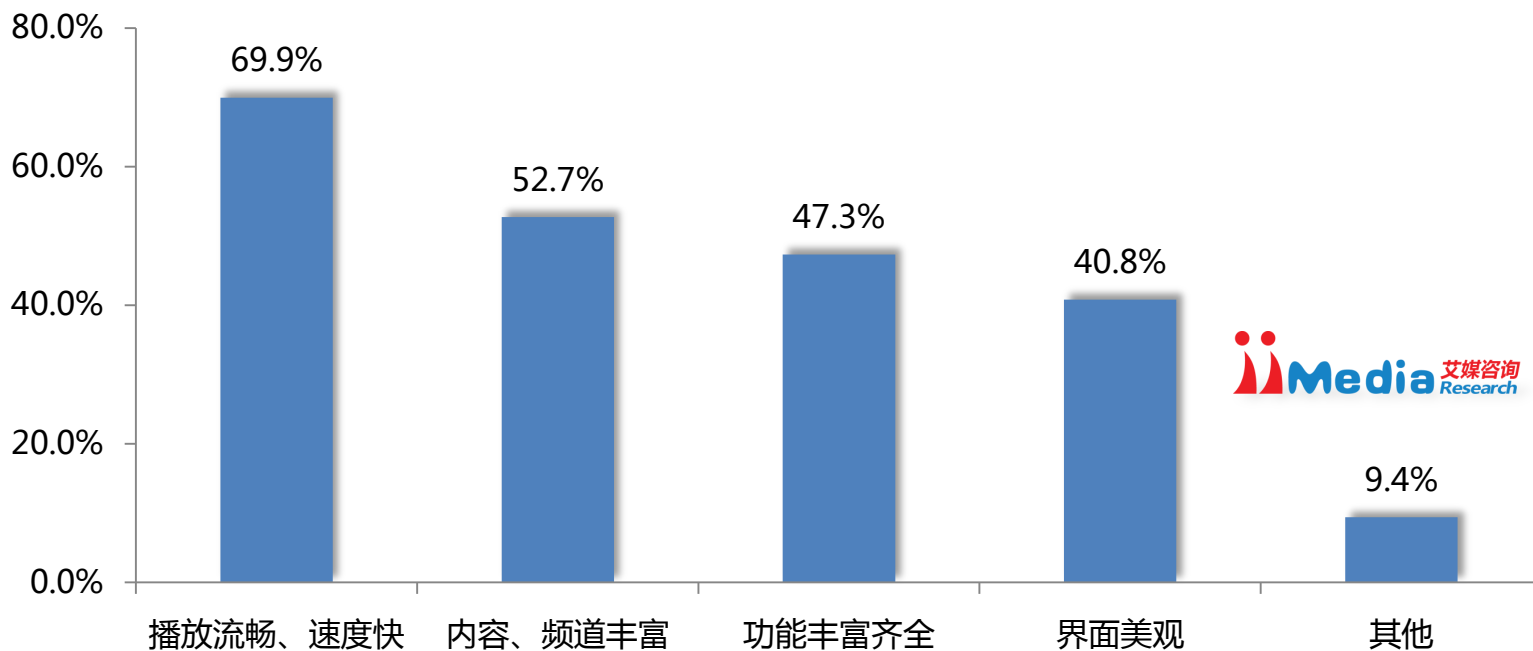
艾媒咨询 (iiMedia Research) 分析认为, 视频市场强调“内容为王”, 传统互联网视频服务商凭借多年积累基本上已经将市场瓜分完毕, 在这一市场上鲜有新进竞争者加入。

2013Q3中国第三方手机视频播放器使用分布



艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 2013Q3中国第三方手机视频播放器使用分布上, 暴风影音、快播和QQ影音联合占据了70%以上的市场。由于用户对本地视频播放效果要求降低, 手机系统自带播放器已经能满足一般的视频播放要求, 目前专注做纯视频播放器的软件厂商已经不多。

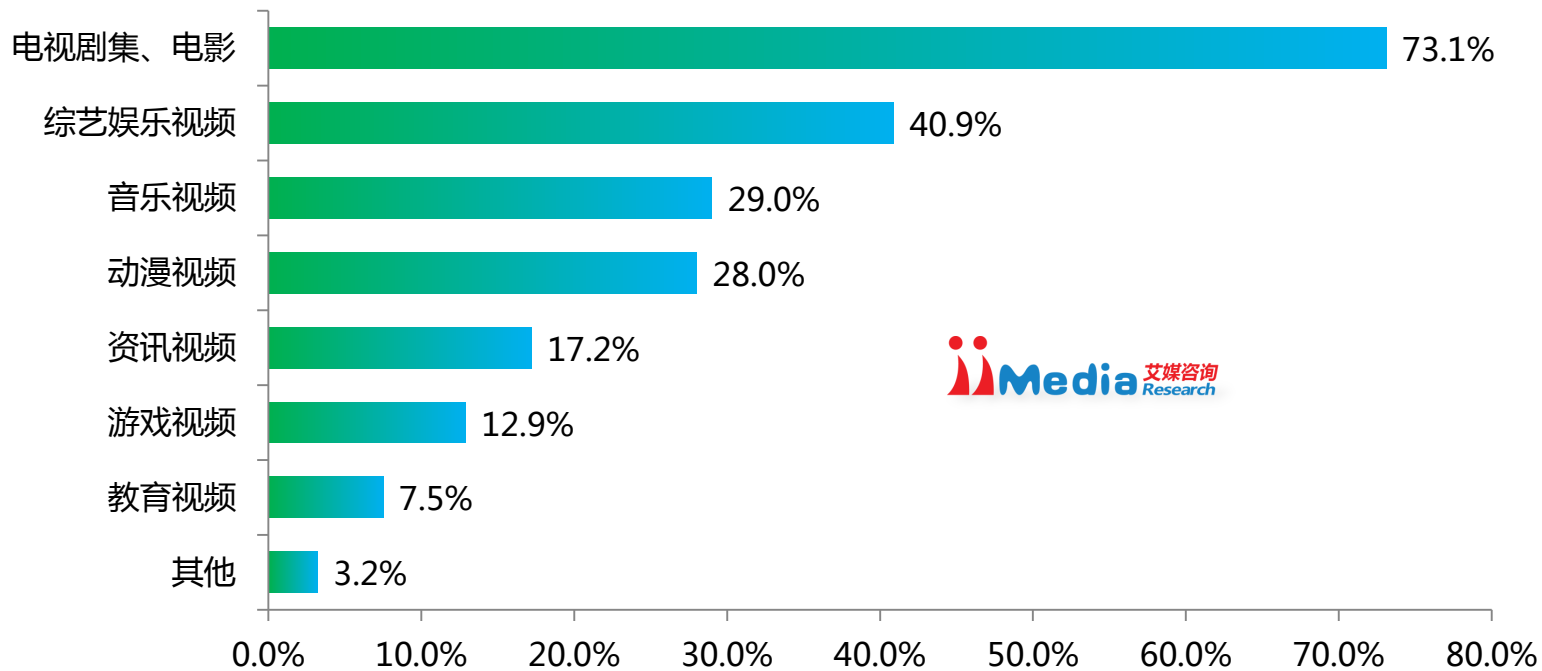
中国手机视频用户选择视频客户端的考虑因素



艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 中国手机视频用户在选择视频客户端时, 69.9%的用户希望视频播放流畅、速度快, 52.7%的用户要求内容、频道丰富, 强调客户端功能丰富和界面美观的用户分别有47.3%和40.8%。

艾媒咨询 (iiMedia Research) 分析认为, 在移动网络下, 视频播放流畅程度和视频缓冲速度是用户最在意的点, 而视频内容和视频频道则是除开网络因素后用户的最关注的方面。

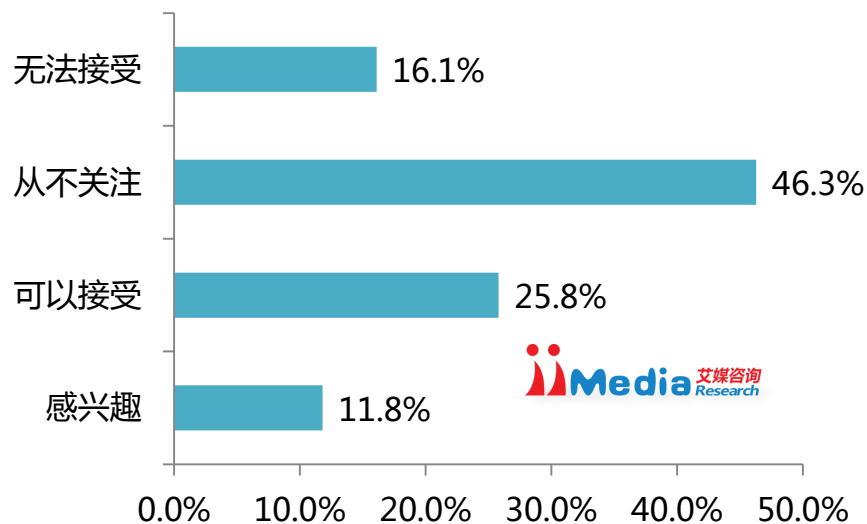
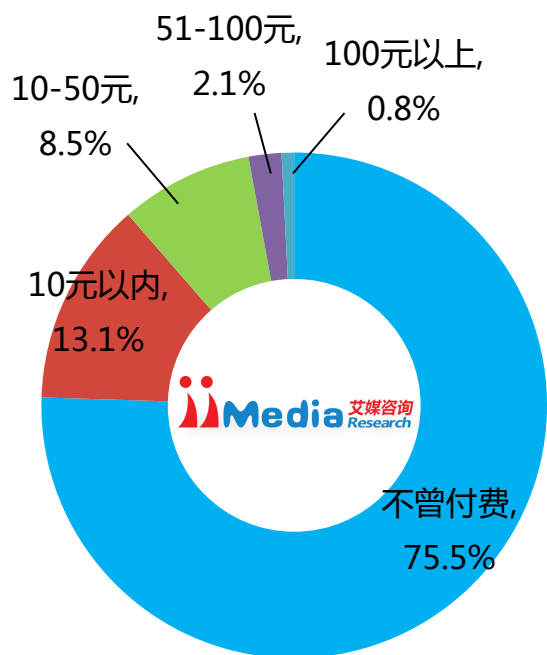
2013Q3中国手机视频用户喜爱的视频节目类型



艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 中国手机视频用户最喜爱的视频节目类型为电视剧集、电影, 用户比例遥遥领先其他视频类型。综艺娱乐视频也受到较多用户喜爱。

艾媒咨询 (iiMedia Research) 分析认为, 用户观看手机视频的主要目的是休闲娱乐, 与在PC端上观看的视频类型差别不大。

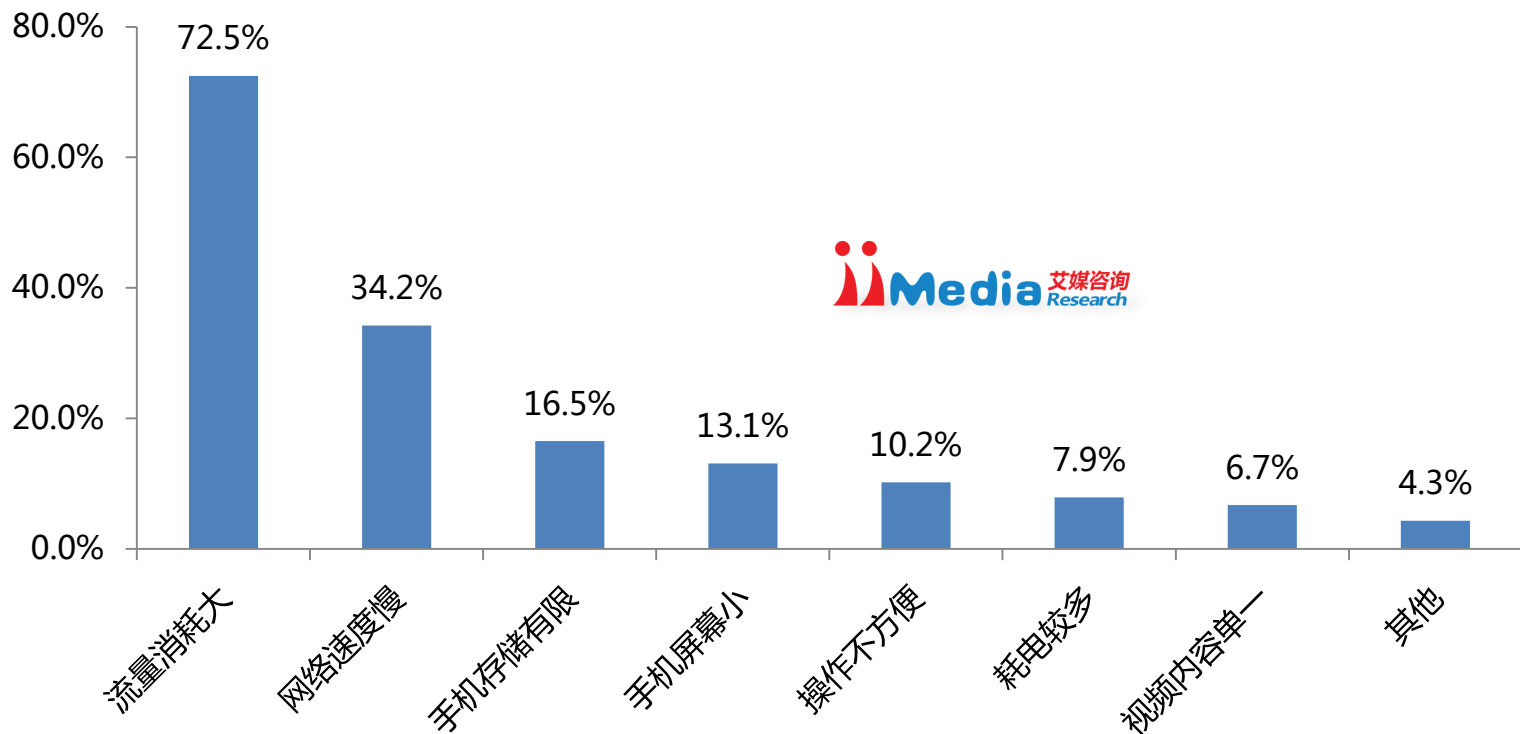
2013Q3中国手机视频用户付费情况与对待广告的态度



艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 2013第三季度中国手机视频用户付费比例为24.5%, 其中13.1%的用户付费额在10元以内, 8.5%的用户付费额在10-50元, 50元以上的付费用户仅有2.9%。用户在手机视频上的付费意愿与其他应用类似均较低。

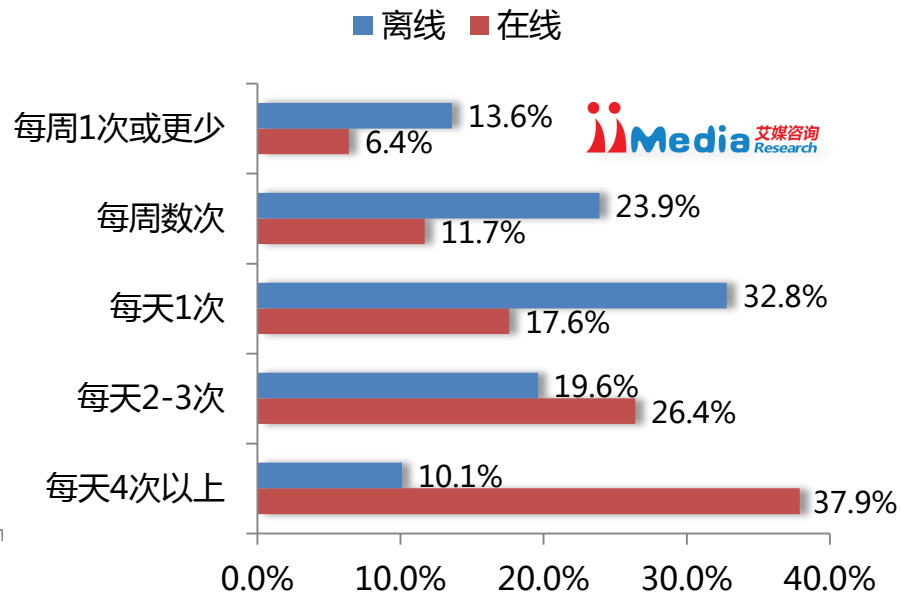
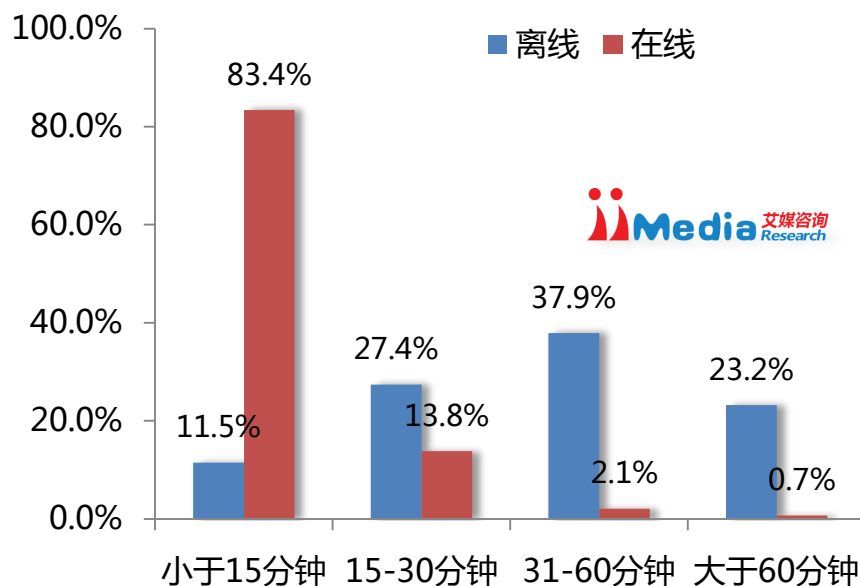
艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 对于手机视频上出现的广告, 16.1%的用户表示无法接受, 46.3%的用户表示从不关注, 对广告感兴趣的用户仅为11.8%。手机视频服务商在广告投放的针对性方面需要继续改善。

中国手机视频用户观看手机视频的主要顾虑



艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示，中国手机视频用户观看视频的主要顾虑包括流量消耗大和网络速度慢，这两大因素严重打击了用户观看手机视频的热情。手机存储有限和屏幕小也是部分用户考虑的因素，随着未来手机硬件升级和大屏化趋势的发展，未来对观看手机视频的影响程度将会减小。

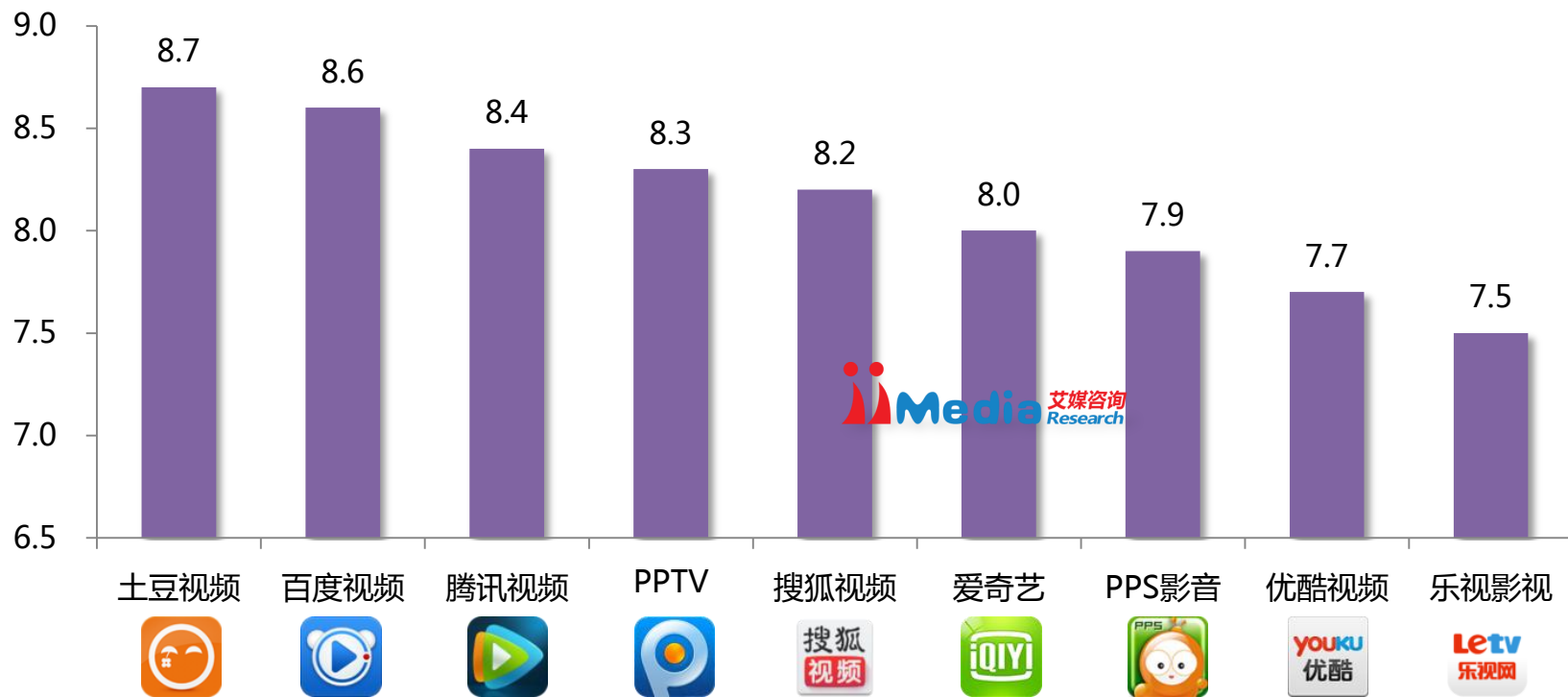
中国手机视频用户观看手机视频的时长和次数



艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 中国手机视频用户观看在线视频的时长绝大多数集中在15分钟, 占比83.4%。观看离线视频的时长则分布平均。另外, 用户观看在线视频的次数较频繁, 每天至少观看1次在线视频的用户占到81.9%, 观看离线视频的相对少很多。

艾媒咨询 (iiMedia Research) 分析认为, 用户观看在线视频由于受流量和网速限制, 多倾向于短、平、快的新闻资讯类视频, 利用乘车、休息等碎片时间进行观看。离线视频则多被安排在空闲时间较多的时候观看。

2013Q3中国主流手机视频客户端用户满意度调查



艾媒咨询 (iiMedia Research) 数据显示, 2013Q3中国主流手机视频客户端用户满意度方面, 土豆视频和百度视频分居一、二位, 满意度分别为8.7和8.6, 土豆视频尽管市场份额较低, 但用户满意度较高。腾讯视频占据第三位, PPTV、搜狐视频和爱奇艺等紧随其后。优酷视频市场份额高, 但客户端仍需改进。乐视影视满意度最低, 仅为7.5。

法律声明

本报告由艾媒咨询调查和制作，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，任何非商业性质的报道、摘录、以及引用请务必注明版权来源；艾媒咨询会向国家相关政府决策机构、知名新闻媒体和行业研究机构提供部分数据引用，但拒绝向一切侵犯艾媒著作权的商业研究提供免费引用。

本报告中的调研数据均采用行业深度访谈、用户调研、桌面研究得到，部分数据未经相关运营商直接认可；同时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，部分数据可能未必能够完全反映真实市场情况。因此，本报告仅供个人或单位作为市场参考资料，本公司不承担因使用本报告而产生的法律责任。在未接受本声明前，请不要阅读本报告。

关于艾媒

艾媒咨询 (iiMedia Research) 是全球移动互联网领域著名的研究机构，也是中国首家专注于智能手机和移动互联网产业研究的权威机构。2007年艾媒品牌正式启用，2012年艾媒咨询正式成为CAMIR唯一专注于移动互联网行业市场信息调研的成员单位。

艾媒咨询为包括国家工业和信息化部、广东省人民政府等各级政府部门，各电信运营商和设备提供商提供数据研究和决策参考服务。

艾媒旗下艾媒网 (www.iimedia.cn) 是中国最早的移动互联网领域行业数据发布平台，致力于传播无线互联网行业的服务理念，为行业横向交流打造坚实平台。

2010年，艾媒与日本日经BP社、CBI Group开展战略合作，双方相互在日本和中国的市场营销及市场研究领域互为合作伙伴。


艾媒每年刊发的研究报告以及分析成果数百份，在业界具有很好的影响力，一直被全球各大主流平面和网络媒体追捧和引用；每年举办多场全国或国际的高层次移动互联网高峰论坛得到行业和媒体、政府的认可和支持。

iiMedia Research研究报告指定发布平台：魔部网 (www.moobuu.com)、艾媒网 (www.iimedia.cn)

iiMedia Research官网：<http://www.iimedia.com.cn>

官方邮箱：research@iimedia.cn

VIP服务热线：400 702 6383

 @艾媒咨询

 艾媒网

本报告由艾媒咨询集团控股有限公司 (中国香港) 出品

因为专注，所以专业！

Since 2007 ,

We focus on mobile Internet!

