



# 2018中国视频内容付费产业观察

—— 把握付费大势，掌握娱乐未来

# 蜜蜂学堂

 每天给你3份前沿资讯报告

 HRD资源交流互换



扫码回复【报告】  
拉你进【HRD前沿资讯群】

# 中国在线娱乐高速发展新引擎——视频付费

在移动设备数日趋饱和、人均GDP逐年递增的宏观背景下，聚拢流量之上的商业模式和变现能力成为市场更加关注的平台竞争力。付费成为继人口红利之后，拉动中国在线娱乐产业高速发展的新引擎。

虽然中国内容产业仍将继续受到政策、资本、市场等不稳定因素的影响，但无论是视频平台还是制作方都早已意识到，内容付费是获取更高商业价值、形成健康可持续商业模式和规模盈利能力的关键。身处其中的用户、平台、内容方、甚至技术提供商，都不会错过这个以付费获得更高效率、获取美好生活的大时代。

2015年，自中国出现首个会员规模突破500万的平台开始，影视内容付费产业像一列急驰的列车，搭载着最优内容产能和用户最直接的需求一路向前。2018年，剧王《延禧攻略》登顶Google全球热搜电视剧榜首；头部网络大电影分账票房早已突破4500万；《偶像练习生》《创造101》《中国新说唱》等超级网综，为会员特权和付费衍生内容带来了试水空间；付费内容在瞄准年轻人的同时，也进入到更加低幼并对内容有着高要求的儿童领域。中国在线娱乐平台爱奇艺成功登陆纳斯达克，也证明了拥有清晰商业模式，并在付费领域保持稳步扩张的公司，越来越受到资本市场的看好。

可以预见，随着影视产业泡沫加速挤压、内容制作水准不断提升、智能算法带来更强分发能力和更大想象空间，中国视频付费市场将继续创造令人惊喜的成长，头部平台和影视公司也将获得更多机会。

## □ Part1 视频付费是拉动中国娱乐内容付费的最大引擎

- ✓ 视频会员规模增速远超中国网民增速，增长空间广阔
- ✓ 2018年中国视频会员规模超2.3亿
- ✓ 国内外典型平台比较：中国视频付费市场保持高增速

## □ Part2 剧影搭建付费基础，综漫打破付费边界

- ✓ 会员内容多元化布局，影剧占比超9成
- ✓ 会员剧数量稳中有升，网剧数量反超版权剧
- ✓ 好内容是拉升付费的硬通货
- ✓ 剧集规模储备丰富，运营优化、创新排播成为重中之重
- ✓ 分账网剧形成由用户主导内容的新商业模式
- ✓ 付费红利夯实网大发展基础，分账票房连年攀升
- ✓ 片库优质电影供给丰富，用户消费需求增强
- ✓ 衍生节目成为头部综艺的付费探索方向
- ✓ 以内容入口撬动少儿付费生态布局
- ✓ 自制动漫提振泛次元用户付费

## □ Part3 IP生态与跨界合作，提升平台商业价值

- ✓ 打通跨界会员体系，增强平台商业价值
- ✓ 中国视频会员享有“超值”服务体验
- ✓ 优质IP全产业链开发，加强货币化能力

## □ Part4 中国视频付费产业的发展趋势

- ✓ 影剧继续推动内容付费增长，头部平台主导产业发展
- ✓ 创新运营提升付费内容分发效率，深度挖掘排播价值
- ✓ AI智能算法提供更强大分发能力，赋能产业巨大想象空间
- ✓ 中美扩张战略不同，中国视频平台持续提升付费率和IP多元消费

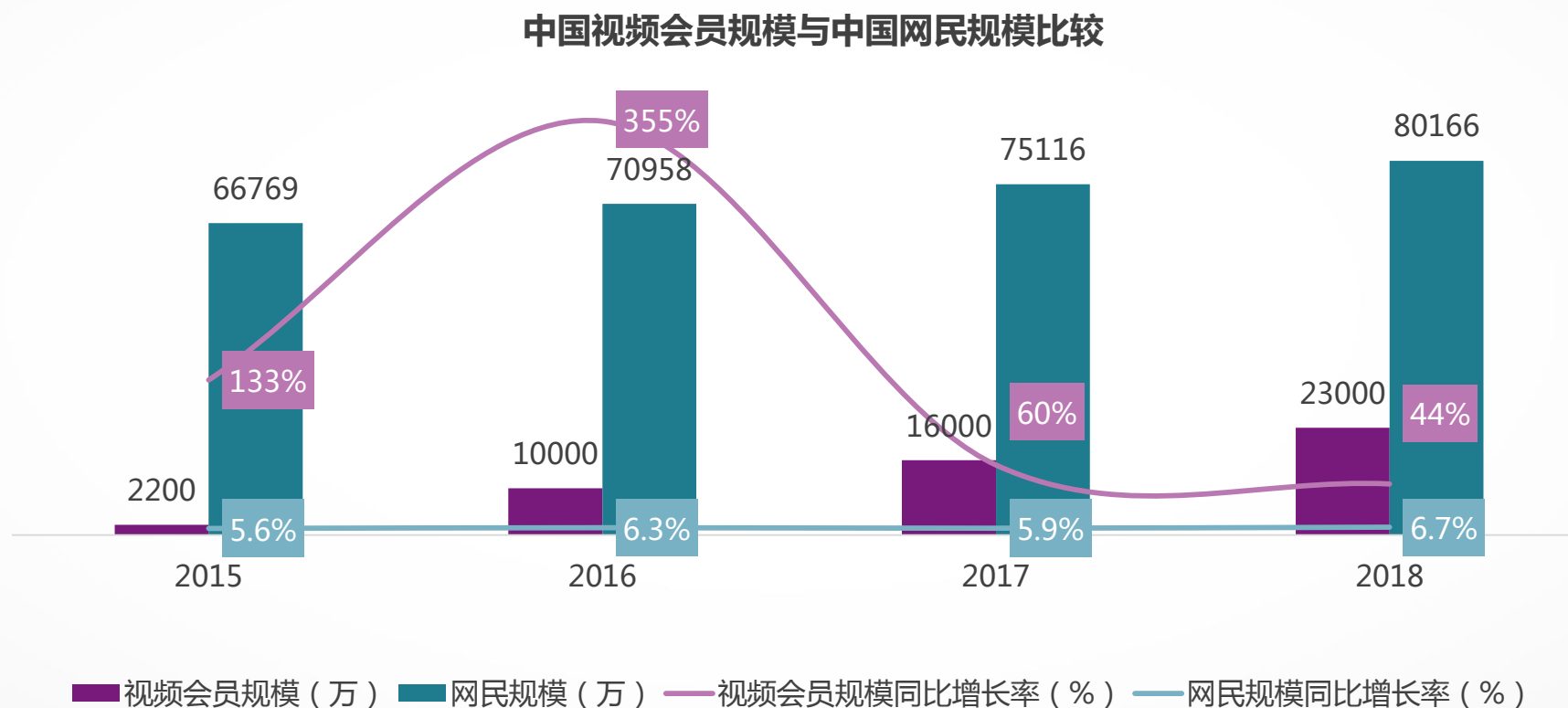


# Part 1

## 视频付费是拉动 中国娱乐内容付费的最大引擎

# 视频会员规模增速远超中国网民增速，增长空间广阔

- **中国视频会员规模近三年复合增长率远超中国网民规模增速。**截至2018年12月底，中国视频会员规模超过2.3亿，近三年复合增长率达119%。远高于中国网民规模近三年6.28%的复合增长率。同时，在已达8亿的中国网民总规模中，视频付费用户有着广泛的市场基础和巨大的增长空间。

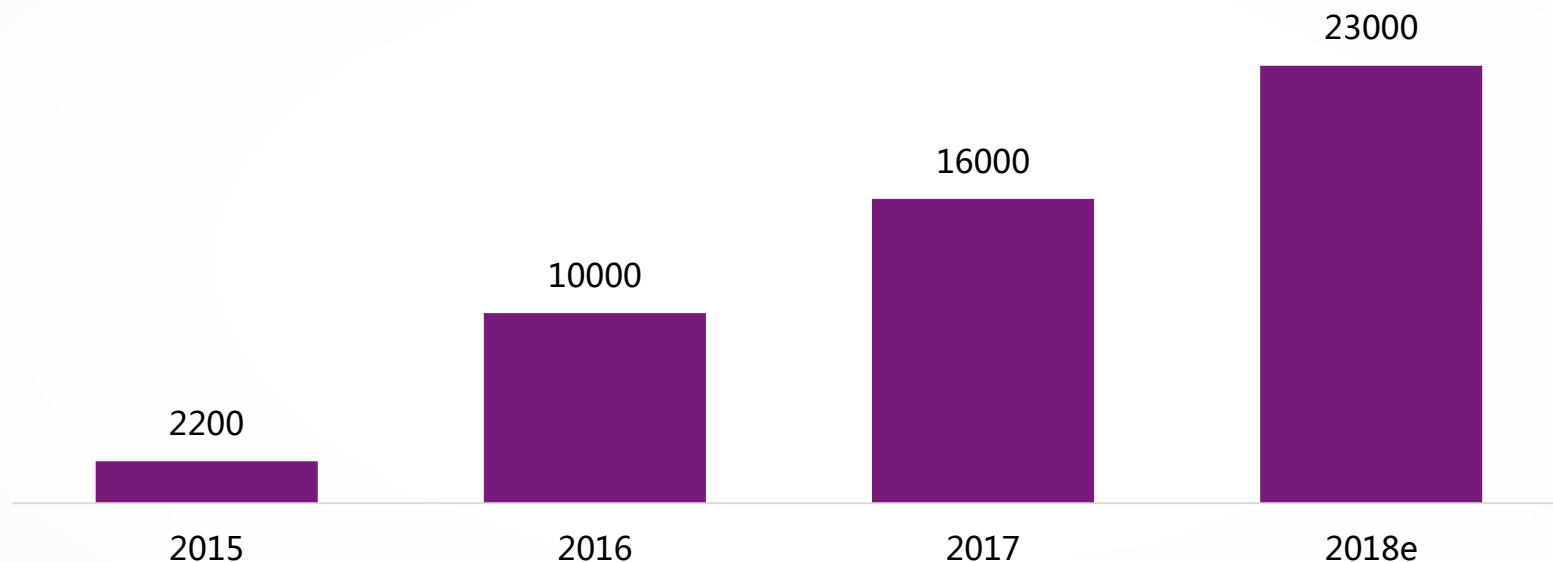




# 2018年中国视频会员规模超2.3亿

- **2019年中国视频会员规模将达3亿。**截至2018年12月底，中国视频会员规模超2.3亿，预计未来仍处于高位增长阶段，2019年视频会员规模将突破3亿。以《延禧攻略》《偶像练习生》等内容验证了具有爆款制造能力的爱奇艺等视频平台，将继续成为该市场增长的核心拉动者。

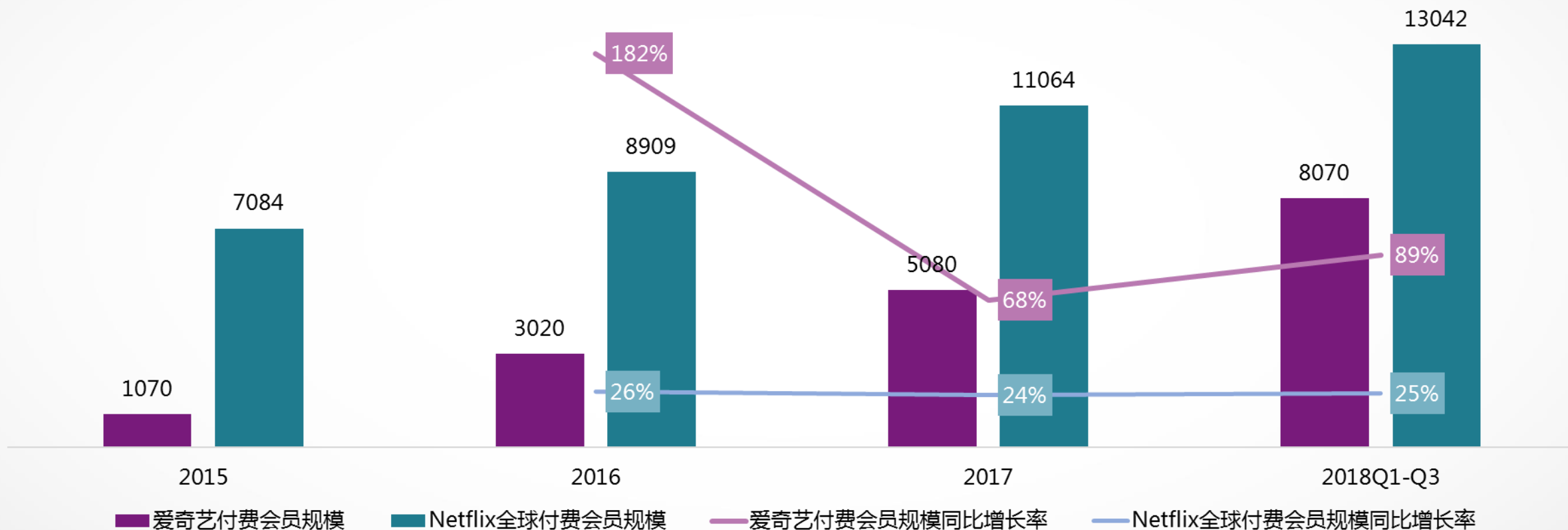
2015-2018年中国视频会员规模（万人）



# 国内外典型平台比较：中国视频付费市场保持高增速

- **中美出现亿级规模上下的超级会员平台。** 视频付费在全球范围内保持高位增长，取得了巨大的阶段性成功。中美在线视频行业的主要玩家都在持续通过内容和模式创新，驱动付费会员数增长、构筑竞争壁垒。美国和中国分别出现Netflix和爱奇艺两个亿级规模上下的超级会员平台。Netflix会员规模稳中有升，爱奇艺会员规模发展增速超Netflix，中国视频付费市场将持续升温。

爱奇艺 VS Netflix付费会员规模比较（万人）





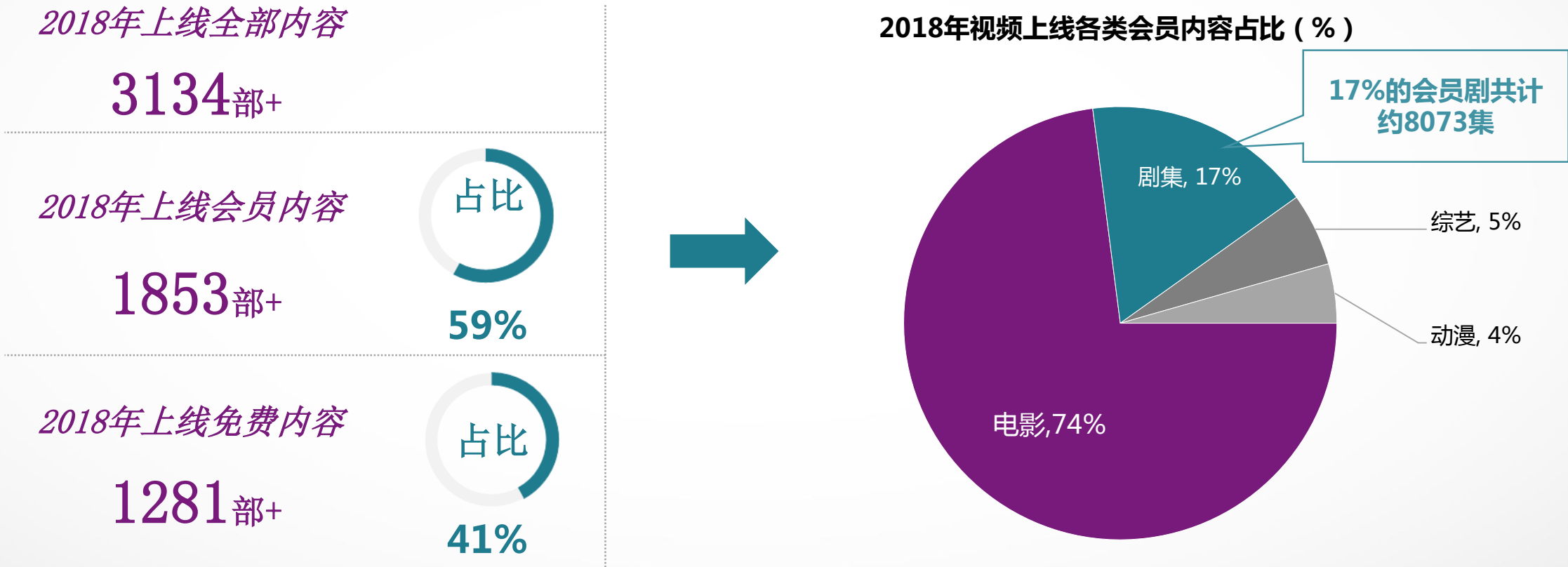


## Part 2

**剧影搭建付费基础  
综漫打破付费边界**

# 会员内容多元化布局，影剧占比超9成

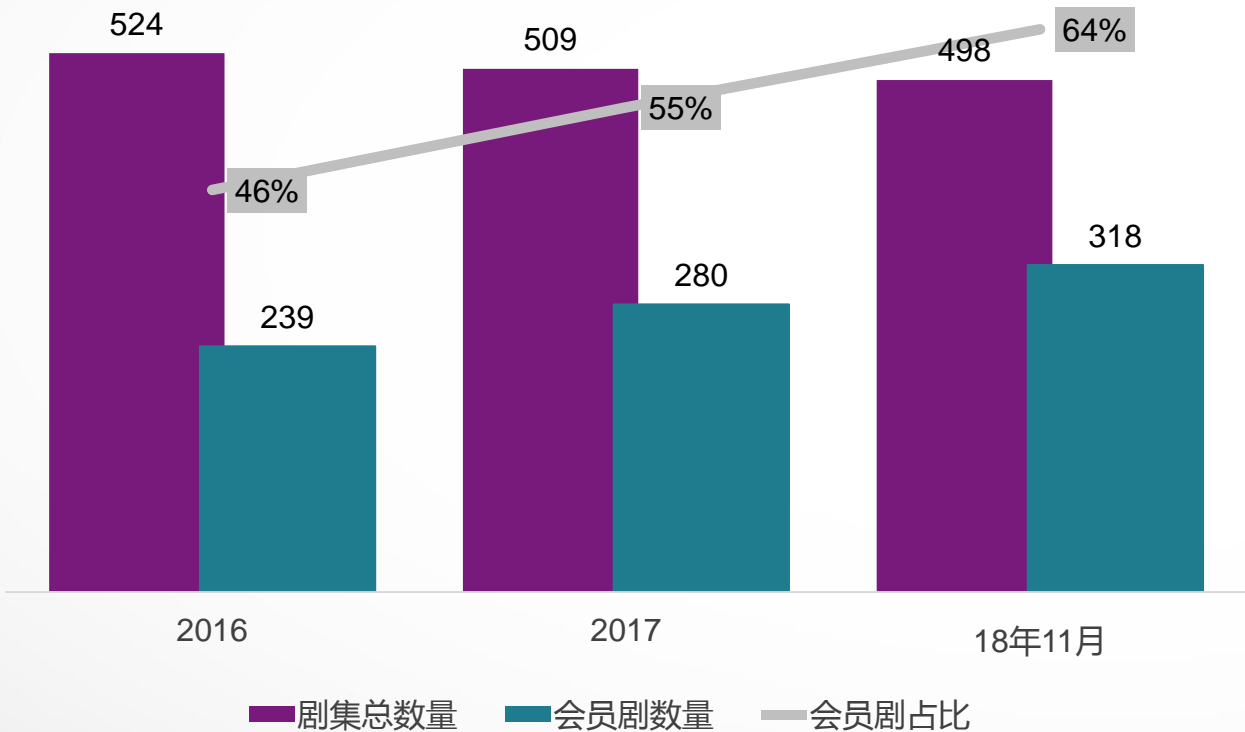
- 59%的视频为会员观看内容。**以爱腾优为代表的视频网站，2018年共计上线超3134部内容，其中会员内容为1853部以上。除剧影外，在综艺和动漫等领域开展付费模式，如爱奇艺、腾讯视频都开发了《偶像练习生》《创造101》等头部网综的衍生节目，会员内容呈现多元化发展。
- 剧集和电影占比会员内容高达91%。**2018年上线的会员电影超1800部，占比74%，会员剧达318部，占比17%。会员剧凭借较高的用户粘性及其超8000集的庞大数量，是目前拉动用户付费观看的最主要因素。



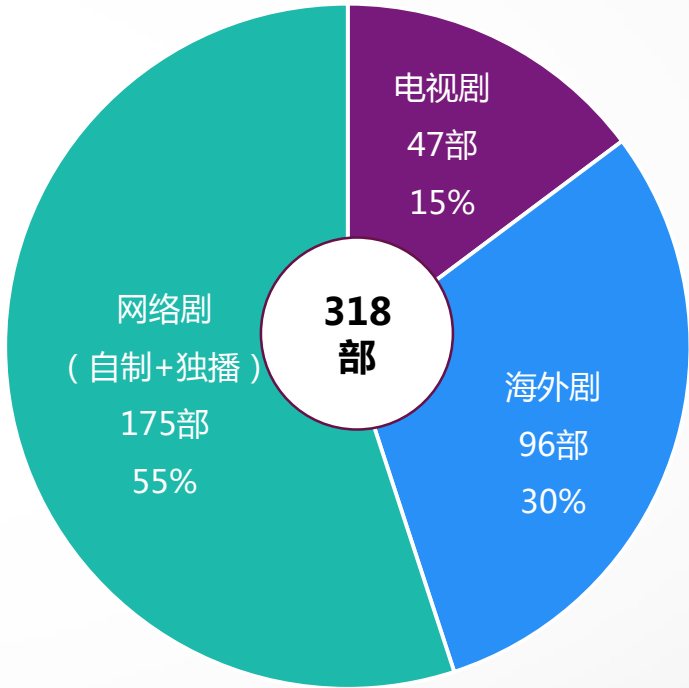
# 会员剧数量稳中有升，网剧数量反超版权剧

- **会员剧数量占剧集总量达64%**。近三年的剧集总量逐渐企稳，维持在500部上下。其中2018年会员剧318部，占总剧集64%，较2017年增长9%，越来越多剧集选择付费模式在线播出，付费成为版权剧积极拓展收益的新晋形式。
- **视频网站逐步建立更高话语权**。2018年上线的网络剧达175部，包括自制剧和大多数独家剧。视频平台由于非线性排播优势，参与和提供的剧集更为丰富，目前通过付费形式呈现给用户的剧集已成为标配，视频平台也成为行业发展的重要推手。

2016-2018年会员剧数量（部）及增长变化（%）

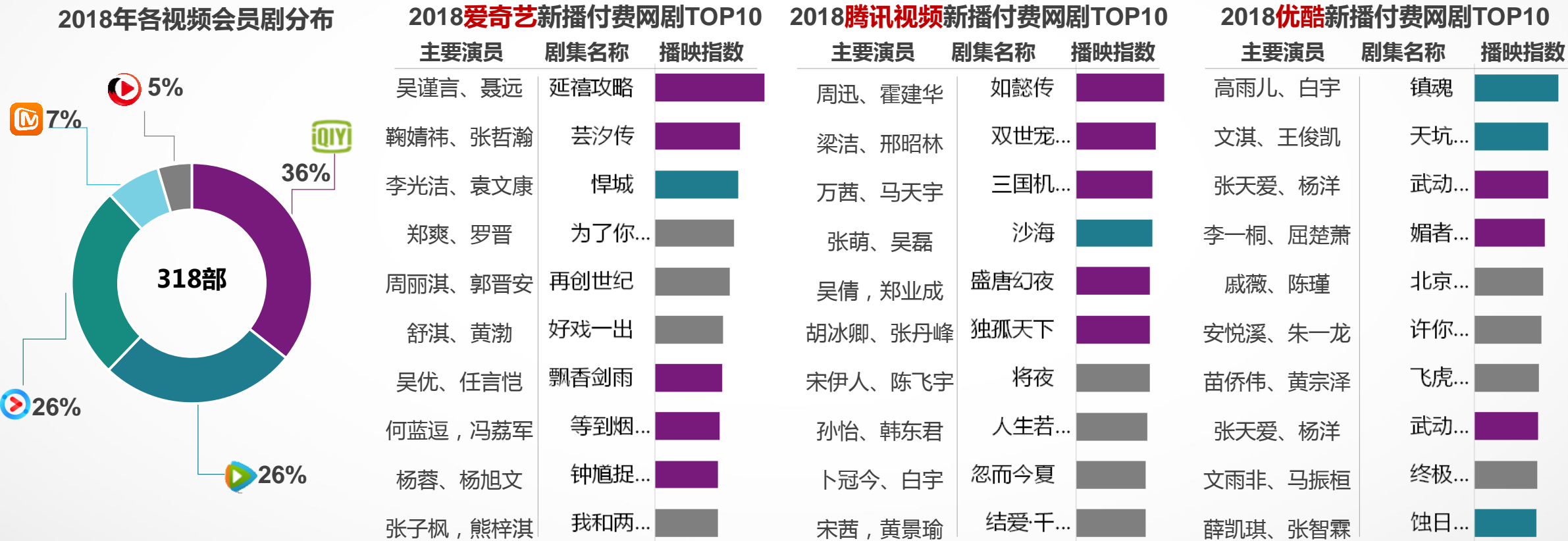


2018年会员剧来源分布（部，%）



# 好内容是拉升付费的硬通货

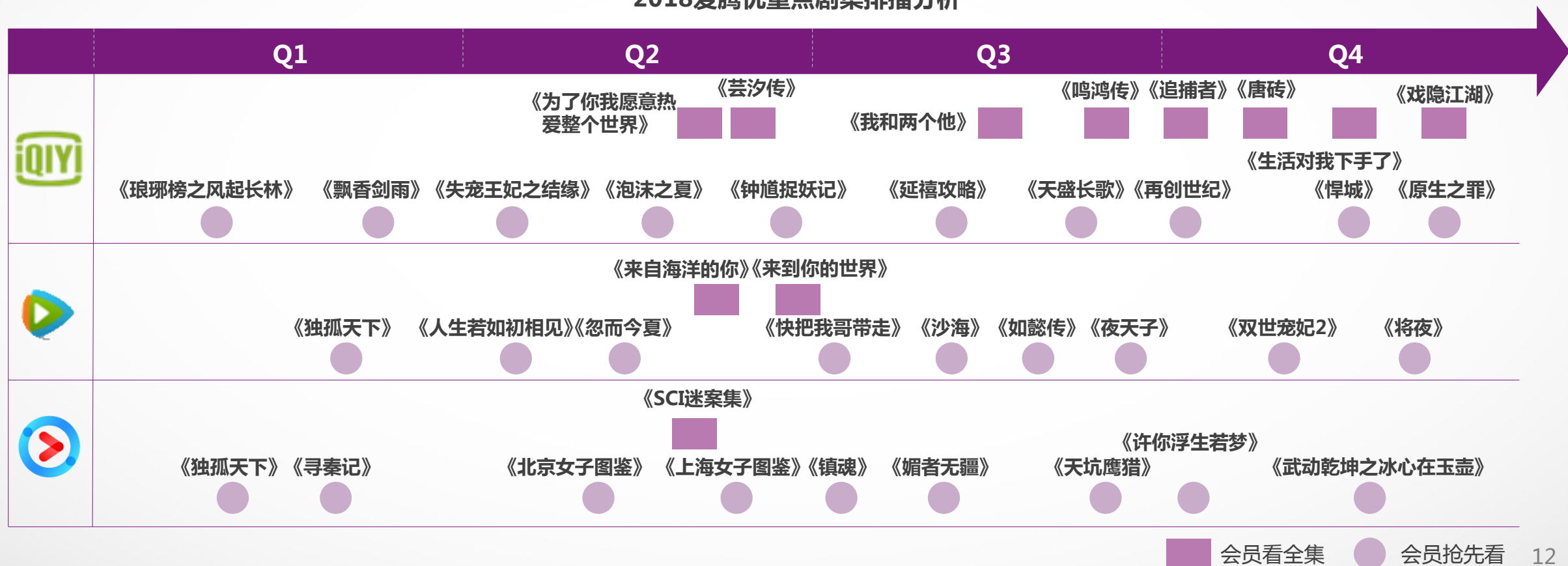
- 内容创新和高品质制作共同构筑用户付费产品力。** 2018年剧王《延禧攻略》有效拉动了爱奇艺付费会员的增长，也成功登顶谷歌全球热搜电视剧榜首，成为全球用户关注的现象级内容。《延禧攻略》的成功证明了用户愿意为优秀的演员和高质量的作品买单。
- 电影人“回流”小荧幕，网剧阵容增强。** 《如懿传》《天盛长歌》等剧集分别由周迅、倪妮、陈坤等电影量级卡司担任主演，《原生之罪》韩三平监制、叶伟民导演，《同学两亿岁》徐静蕾监制。电影人的回流，印证了中国网剧产业发展迅速，助于提高网剧的整体质量，也为电影人提供了广阔的发挥空间。



# 剧集规模储备丰富，运营优化、创新排播成为重中之重

- 平台制作、分发价值双重强化，运营优化降低边际成本。** 除头部爆款迅速形成巨大流量和口碑效应，对内容的优化组合是吸引用户付费和降低平台边际成本的有效举措。2018年，爱腾优在各自平台剧集题材和内容长度上调控，也看整体播放市场做档期调控。
- 内容规模储备丰富，“全集模式”探索付费“嗨点”。** 除对剧集内容侧的供给把握，对用户需求侧的有效挖掘，也是释放内容价值的重中之重。2018年，爱奇艺超18部剧集采用“VIP会员看全集”模式播出，腾讯视频和优酷分别有1-2部剧集的尝试。全集模式的规模化，有助于迅速聚拢核心受众，并产生衍生话题效应，建立更为清晰的品牌辨识度。

2018爱腾优重点剧集排播分析



# 分账网剧形成由用户主导内容的新商业模式

- **网剧分账模式加速To C 模式的盈利收割。** 视频网站正在通过分账模式建立新的商业模式：由用户买单的付费剧集市场。让内容回归用户价值，产出更多用户喜爱的精美、垂直领域的优质内容，丰富剧集内容储备，拉动用户付费增长与留存，形成健康良性的付费生态。2018年，爱奇艺的《等到烟暖雨收》跟播期分账金额突破3000万，更加鼓励优质制作公司进入该市场。

## 分账网剧行业价值

### 1 对影视市场的价值

- 视频网站以分账政策为调控支点，推动中小投资剧集精品化
- 从上游入手，加速内容制作优胜劣汰，形成健康的视频付费生态

### 2 对视频网站的价值

- 降低内容投入成本
- 提升腰部网剧的量与质，持续完善多级剧集内容生态，提供良性内容补给

### 3 对制作公司的价值

- 主要盈利模式由2B转向2C
- 回款周期短，减轻资金压力
- 类型更加细分，精准定位用户需求
- 积压剧有更多机会浮出水面

## 视频网站分账网剧布局

2016

2017

2018



- 2016年5月推出分账网剧政策
- 上线分账网剧30部
- 《妖出长安》分账金额达2000万

- 上线分账网剧77部
- 《花间提壶方大厨》投资回报率达140%
- 《假凤虚凰》分账金额达1000万

- 截至11月上线分账网剧116部
- 《等到烟暖雨收》跟播期分账3000万
- 《医妃难囚》最快突破1000万
- 《半妖皇帝》投资回报率达200%



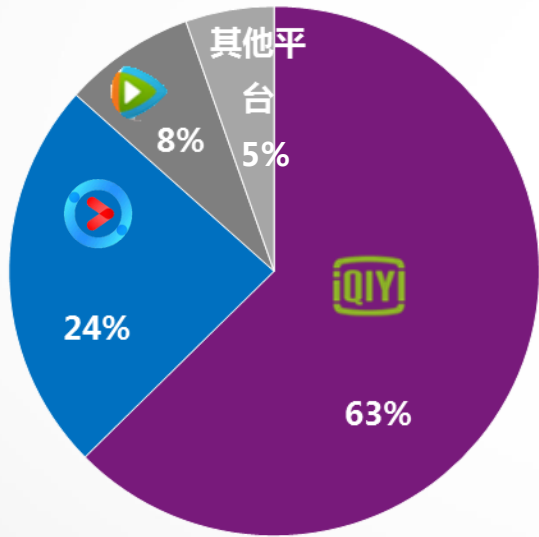
- 2018年5月推出分账网剧政策
- 《二龙湖爱情故事》分账达2000万



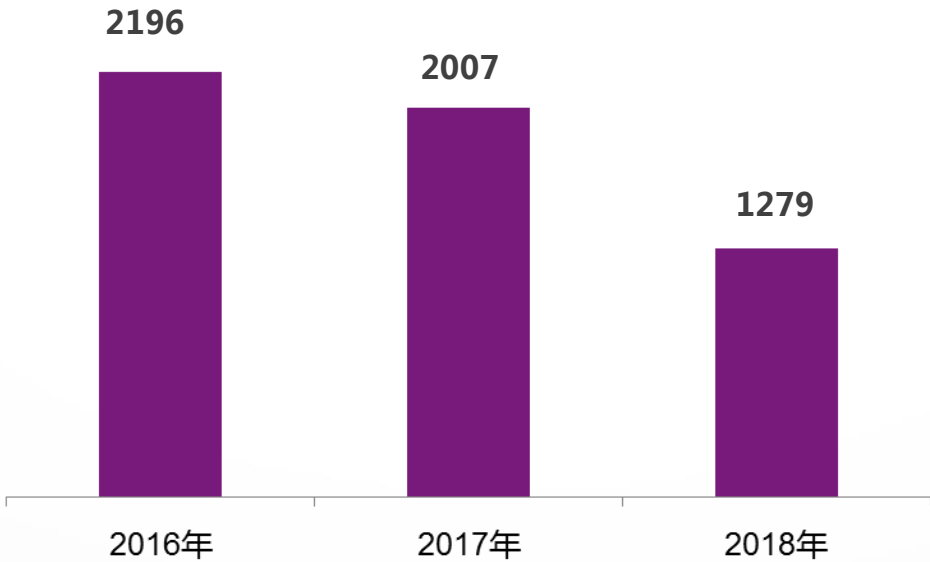
# 付费红利夯实网大发展基础，分账票房连年攀升

- 网络大电影分账金额连年攀升。** 经过近三年的政策调控及市场洗牌，网大已逐渐成为观众消费电影的主要形式之一。2018年视频网站上线的网大数量减少为1279部，付费会员规模高速增长，助推分账票房不断攀升，2018年《灵魂摆渡黄泉》分账票房已突破4500万。整个市场仍处在由量变向质变的过渡期，亟需优质内容托高产业天花板。
- 爱奇艺网大覆盖率最高。** 其中，爱奇艺上线836部，占大盘63%，在网大分账超过1000万TOP10中占六个席位，是目前网大最主要的发行平台，为更多高质量的网生内容提供机会。

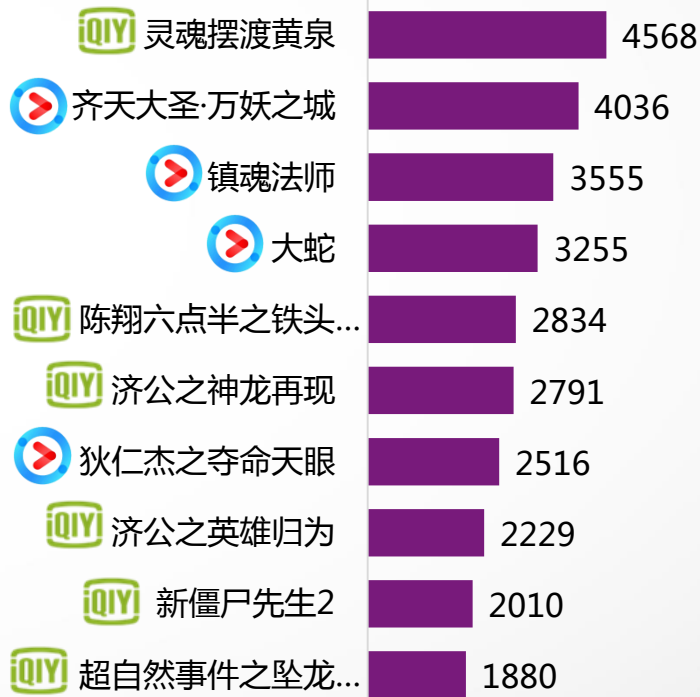
2018年新播网大视频网站分布（%）



2016-2018年视频网站上线网大数量（部）



2018年分账金额超过1000万网大TOP10（万）



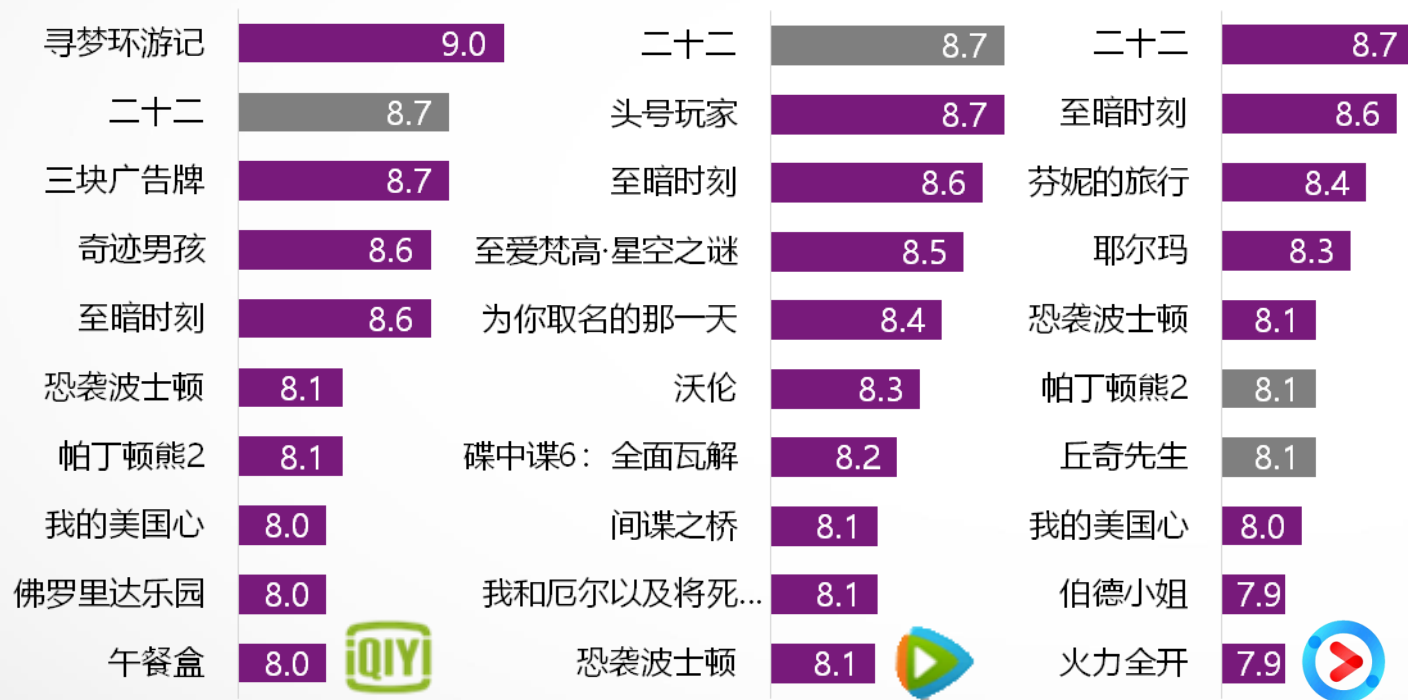
Source：艺恩视频智库；统计周期：2018年1月1日-2018年11月9日

注：分账金额数据来源为国家广播电视总局监管中心，年度计算区间为2017年10月16日至2018年10月15日，腾讯视频未公开网络大电影票房分账情况，未统计在内

# 片库优质电影供给丰富，用户消费需求增强

- 国家出台政策，加快优质艺术电影发展。**2018年，国家电影局发布《意见》，要加快发展艺术电影放映联盟，为优秀艺术影片提供更大放映空间，并规范发展点播影院。一直在艺术电影上加持的爱奇艺等视频平台，从国际电影节获得众多优质影片，在观众中的品牌知名度越来越高，也将有更好的发展优势，而具备获取线下流量的“娱刻”点播影院也将打通用户线上线下的观影需求。
- 观众更愿意为高品质片库电影消费。**片库电影主要是以引进海外高品质电影为主。不止是电影圈爱好者，越来越多观众对这类影片青睐。在2018年三大视频平台上线的片库电影中，爱奇艺获奖影片最多，也将推动更多圈层人群为优质内容消费。

2018年三大视频网站播出片库电影评分TOP10



2018年三大视频网站覆盖国际电影节获奖作品

|               | 奥斯卡金像奖                         | 金球奖                                    | 戛纳金棕榈奖 | 柏林金熊奖 |
|---------------|--------------------------------|--|--------|-------|
| iQIYI         | 三块广告牌<br>至暗时刻<br>水形物语<br>寻梦环游记 | 三块广告牌<br>至暗时刻<br>水形物语<br>寻梦环游记<br>马戏之王 | 幸福的拉扎罗 | 犬之岛   |
| Tencent Video | 至暗时刻<br>敦刻尔克                   | 至暗时刻<br>灾难艺术家                          | ——     | ——    |
| Youku         | 至暗时刻<br>魅影缝匠<br>银翼杀手2049       | 至暗时刻<br>伯德小姐                           | ——     | ——    |

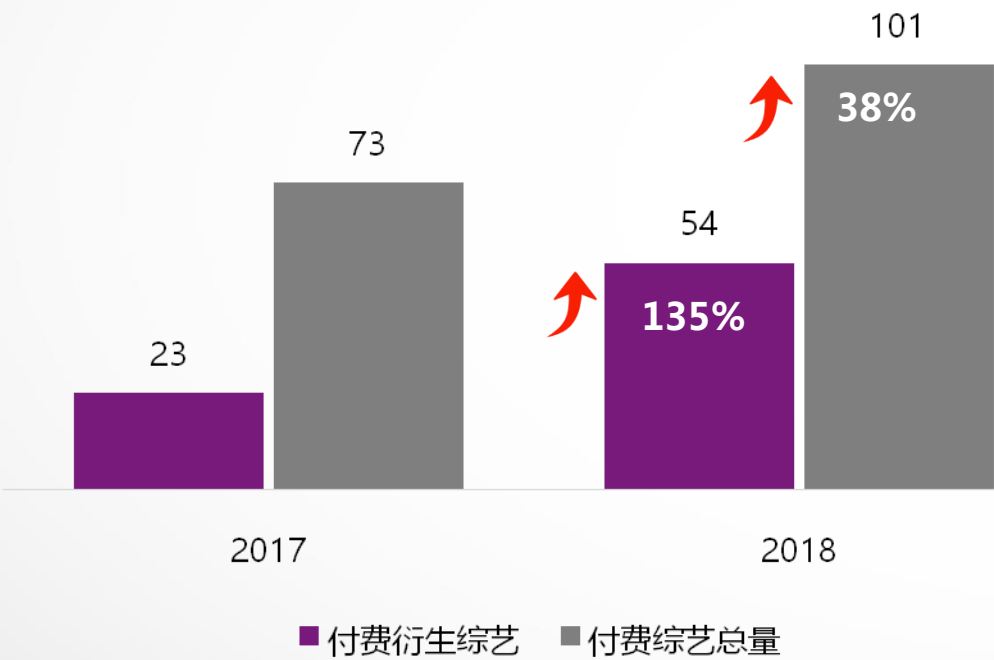
Source：艺恩视频智库；统计周期：2018年1月1日-11月9日

注：视频网站片库电影包含在平台上线的院线电影及平台版权引进的影片，紫色为付费电影，灰色为免费电影，评分为豆瓣评分

# 衍生节目成为头部综艺的付费探索方向

- 衍生综艺节目发展迅猛，提升付费能力。**因综艺具备吸引大众娱乐流量优势，视频网站纷纷在头部综艺上衍生付费节目，以付费专享内容带动会员规模以及IP价值的多元产品开发。2018年，视频网站的衍生综艺节目为54部，增速达135%，大部分均为头部网综的付费衍生节目，延展综艺IP的影响力，更加提升综艺IP的整体商业价值。
- 成功试水：衍生综艺节目的会员特权开发。**除衍生综艺节目外，视频网站还在会员权益上进行升级，基于头部综艺内容开发的会员投票、体验特权，获得了不错的会员反响，满足会员在综艺内容线上互动、线下参与的进阶需求。

2016-2018年付费综艺数量趋势（部）



2018年网综付费模式

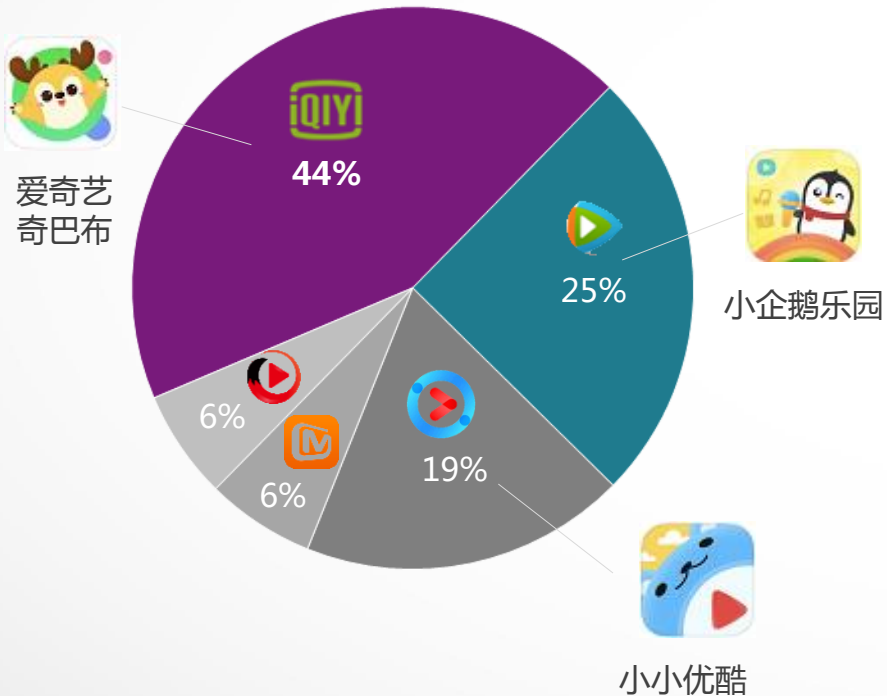


Source : 艺恩视频智库 ; 统计周期 : 2016年1月1日-2018年11月9日 ; 注 : 付费模式统计日期为11月9日

# 以内容入口撬动少儿付费生态布局

- 少儿内容的粘性更强，消费力更高。** 2018年《小猪佩奇》在各视频网站少儿动漫内容播放第一。在“漏斗式”中国家庭体系中，父母掌握更强大的购买力。目前各视频网站以少儿内容为入口，向儿童绘本、授权衍生品，线下主题乐园等多业态布局，以撬动巨大商机的儿童市场。
- 少儿内容与海内外顶级制作方建立合作。** 各视频网站不断与知名动画公司合作优质少儿动漫内容，如爱奇艺与尼克儿童频道、迪士尼、Eone 合作《汪汪队立大功》《小猪佩奇》等热播内容，与合作方共同推动儿童产业发展。

2018年新播少儿动漫付费作品平台分布



爱奇艺2018年少儿动漫TOP10



腾讯视频2018年少儿动漫TOP10

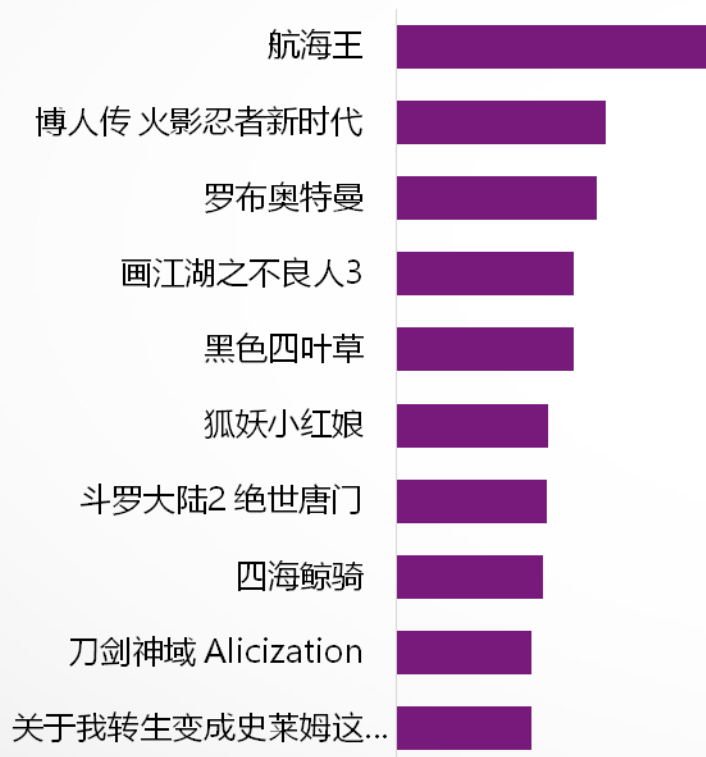




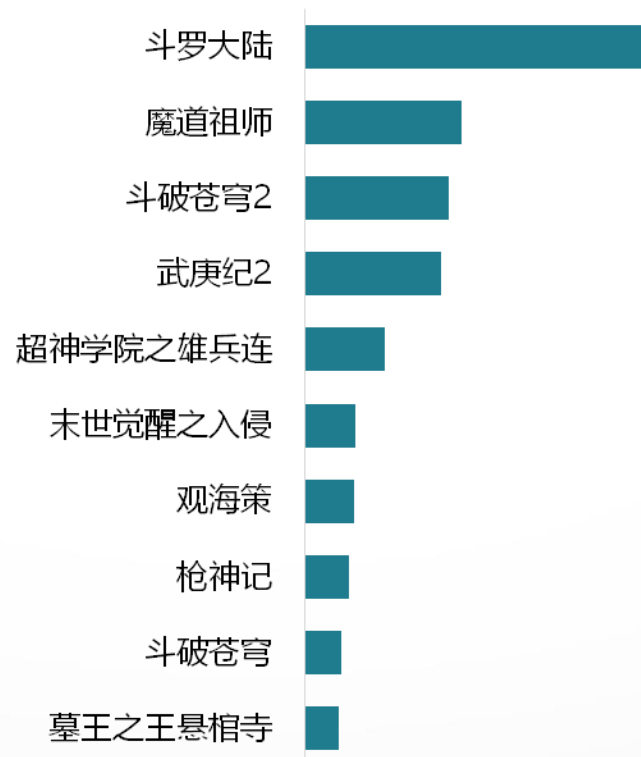
# 自制国漫提振泛次元用户付费

- **视频平台扮演更积极的自制角色。** 2018年由视频平台打造的自制动漫得到认可，像爱奇艺的《四海鲸骑》《画江湖之不良人3》和腾讯视频的《斗罗大陆》《魔道祖师》，均排在播放前列。针对越来越年轻的消费群体，视频平台将继续在自制动漫上发力。
- **打通漫画、动画、影视等全产业链，放大IP价值。** 针对泛次元用户群体，影视产业链上的多环节具备强吸引力。通过内容付费和多项变现手段，使原创IP增值，如《四海鲸骑》已获得动画，网剧，游戏，院线电影和衍生品在内的多项开发权，《斗破苍穹》也具备较高的开发价值。

2018年爱奇艺在播付费动漫内容热度TOP10




2018年腾讯视频在播付费动漫播放量TOP10



《四海鲸骑》自制内容开发体系





# Part 3

## IP生态与跨界合作 提升平台商业价值



# 打通跨界会员体系，增强平台商业价值

- **有效增加平台间会员规模。** 2018年，由视频网站主导的平台间深度战略合作，打通合作平台间的用户壁垒，建立共享用户机制，实现平台间用户导流，有效增加会员规模。购物、电商、外卖等平台纷纷效仿，接下来这一合作模式还将在继续增持会员规模。
- **跨界会员合作是提升平台间商业价值的重要战略手段。** 会员合作打通的不仅是用户的消费渠道，其真正价值在于打通了用户的消费数据，全面获取用户的消费轨迹，利于精准服务会员用户，提升平台的商业价值。



# 中国视频会员享有“超值”服务体验

□ **增值服务满足会员追求“超值”体验。**2018年，各视频网站在给会员提供基础观看权益上，不断拓展娱乐生活范畴内的购物、出行、餐饮等增值服务，使用户感受“超值”的会员体验，增强会员对平台的好感和粘性。将用户发展为忠实会员，是各视频网站的终极目标。

中美主流视频网站会员权益对比

|      |  爱奇艺 |  腾讯视频<br>V.QQ.COM |  YOUKU |  NETFLIX |  YouTube<br>YouTube Premium |  amazon<br>Prime instant video |
|------|---|--|---|---|--|---|
| 基础权益 | 院线新片<br>蓝光1080P<br>热剧抢先看<br>杜比全景声<br>独家综艺<br>明星见面会<br>跳广告<br>.....                    | HD1080P<br>杜比视听<br>漫画特权<br>王者特权<br>游戏礼包<br>直播回看<br>全球纪录片<br>.....                                  | 1080P<br>杜比影音<br>独家特供<br>点播半价<br>港剧场<br>热剧探班<br>超级综艺<br>.....                             | 三档高清<br>多屏观看<br>随时取消<br>首月免费  | 免广告<br>离线下载<br>后台播放  | 免费观看标记的片库<br>Prime Music服务<br>在亚马逊购物免邮费<br>及两日送达服务<br>Kindle图书馆服务   |
| 增值服务 | VIP商品（商城兑换券）<br>生活/出行礼包（友唱折扣券）<br>看电影见明星（《龙猫》观影）<br>餐厅折扣券（DQ买一送一）<br>银行联名卡<br>.....   | VIP在现场（《海王》观影）<br>VIP出行攻略（飞常准会员）<br>VIP生活福利（COSTA代金券）<br>VIP文娱福利<br>银行联名卡<br>.....                 | 阿里系生活优惠券（天猫超市）<br>优享流量特权（三大运营商）<br>合作商品品牌（RIO鸡尾酒优惠券）<br>.....                             | —————   | —————  | —————   |

# 优质IP全产业链开发，加强货币化能力

□ **推动IP价值的最大化变现。** 2018年，各视频网站先后在体育生态上加持，开通了体育付费会员。除广告和付费会员外，各家在演唱会、直播、打赏、游戏、电商等泛娱乐内容生态进行付费探索，围绕优质IP开发的各类内容形态逐渐成为提升平台货币化能力的推动力。





# Part 4

## 中国视频付费产业的发展趋势

# 中国视频付费产业的发展趋势

## 影剧继续推动内容付费增长，头部平台主导产业发展

- 2018年，长视频和短视频都展现出巨大的流量入口价值，长视频在专业化制作和情节吸引力上更具吸引用户付费优势，剧集、电影将继续保持拉动付费增长的核心引擎作用。
- 2019年全球娱乐市场将继续保持高增速发展。Netflix、爱奇艺等头部平台凭借在制作经验、内容规模、用户体验上的持续积累，将在接下来的竞争中转化为更大的数据和发行优势，形成更清晰的会员品牌影响力。

## 创新运营提升付费内容分发效率，深度挖掘排播价值

- “会员看全集”为市场运营及排播模式打开了新思路。未来，为视频会员提供“更爽”的服务创新，利于进一步提升用户付费粘性。
- 视频平台根据付费内容特性及用户观看习惯进行差异化排播，档期规划和剧场规划，进一步聚拢用户注意力。

## AI智能算法提供更强大分发能力，赋能产业巨大想象空间

- 视频平台以AI智能算法及大数据，协助内容与用户精准匹配，有效拉动用户付费，并且为用户推荐个性化内容，增强用户付费粘性。
- 2019年新技术将在娱乐内容上的赋能更加广泛，包括智能创作、智能生产、智能分发、智能播放等应用，将对上游制作、模式创新及OTT、VR终端渠道等都带来更大想象空间。

## 中美扩张战略不同，中国视频平台持续提升付费率和IP多元消费

- 相较北美，中国视频网站有基数更庞大的用户规模，但付费渗透率仍相对较低，未来仍有广阔的付费用户获取空间。
- 在单用户ARPU值上，中国视频公司正在走一条和北美市场不同的多元变现通路，即平台在IP价值流通上强化了资源整合作用。如爱奇艺囊括商城、游戏、艺人经济等多货币化手段的服务提供，实现多环节回收IP价值收益。