

# 视频网站 付费会员调查报告



企鵝智酷·研究出品

2016.6

1. 视频网站会员业务现状
2. 付费用户心理分析
3. 付费用户的核心诉求
4. 付费用户的流失可能性
5. 非付费用户的潜在市场机会
6. 用户获取内容的核心渠道
7. 视频网站会员业务启示录



- 视频付费时代到来，这是近年视频行业发展的风向标。中国网民的视频付费意识究竟因何而起？带给视频网站哪些机遇？又暗藏着哪些危机？
- 企鹅智酷面向全国18047名网民进行了针对网络视频付费行为的全面调查，并进行了精准抽样和分层处理。
- 报告通过大样本数据调查，分析了中国网民的视频付费特点，并按照年龄和性别分层，展现了视频付费行为差异。



# 1. 视频网站会员业务现状



# 视频网站推行会员付费模式行业背景

版权环境改变：  
国家打击盗版严苛

用户意识改变：  
对付费模式认可度上升

支付环境改变：  
网络支付普及，用户付费便捷



内容收入改变：  
视频网站急需扩大收入来源，  
改变广告收入占比过大现状

内容资源改变：  
国内外影院新片同步网站加  
速、独家版权剧资源增多

内容投入改变：  
视频网站在付费内容领域  
投入成本加大

内容制作改变：  
视频网站积极参与网络剧和  
网络大电影制作

内容播出改变：  
付费会员独享或抢  
先看模式不断丰富



05

各家视频网站付费会员价格对比

|      | 爱奇艺        |            | 腾讯视频             | 优酷   |            | 乐视           |         |           |
|------|------------|------------|------------------|------|------------|--------------|---------|-----------|
| 会员名称 | 白银会员       | 黄金会员       | VIP会员<br>(好莱坞会员) | 白银会员 | 黄金会员       | 乐次元影视会员      | 超级影视会员  | 超级体育会员    |
| 服务特色 | 无广告<br>五折播 | 无广告<br>免费片 | 无广告<br>免费片       | 无广告  | 无广告<br>免费片 | 针对视频<br>网站用户 | 电视/盒子用户 | 体育类<br>视频 |
| 1个月  | 4.99       | 19.8       | 20               | 9    | 20         | 19           | 49      | 59        |
| 3个月  | 14.9       | 58         | 45               | 无    | 60         | 54           | 145     | 159       |
| 6个月  | 无          | 无          | 90               | 39   | 120        | 无            | 无       | 无         |
| 一年   | 49.9       | 198        | 168              | 49   | 169        | 168          | 490     | 590       |

注：价格单位为元；数据统计时间为2016年5月31日；统计网页购买价格，因iOS版应用中会员购买价高，未在统计中。



# 各家视频网站吸引付费会员的内容优势

爱奇艺

网络自制剧和独家版权剧  
拉动付费会员量增长明显

会员代表剧：《盗墓笔记》  
《太阳的后裔》

腾讯视频

独家版权剧、国内外院线新片、北美经典电影吸引付费

会员代表剧：《权力的游戏》、《乡村爱情8》

优酷

独家版权剧（韩剧）、独家动漫吸引用户付费

会员代表剧：《一拳超人》、  
《奶酪陷阱》

乐视

网络自制剧、网络大电影、体育直播吸引付费

会员代表剧：《太子妃升职记》



07

付费会员看不同类型视频所获得的内容特权

| 电视剧                                 | 电影                                    | 综艺节目   | 动漫、纪录片、体育和演唱会直播… |
|-------------------------------------|---------------------------------------|--------|------------------|
| 会员独享<br>或<br>会员抢先看<br>(看全集、看多集、看单集) | 会员免费看<br>或<br>会员用券看<br>(一个月获2-20张免费券) | 会员免广告  | 会员免费看            |
| 会员可下载                               |                                       | 非会员看广告 | 非会员免费看部分         |
| 非会员不能看或推迟看、不能下载                     | 非会员付5-8元点播                            |        |                  |

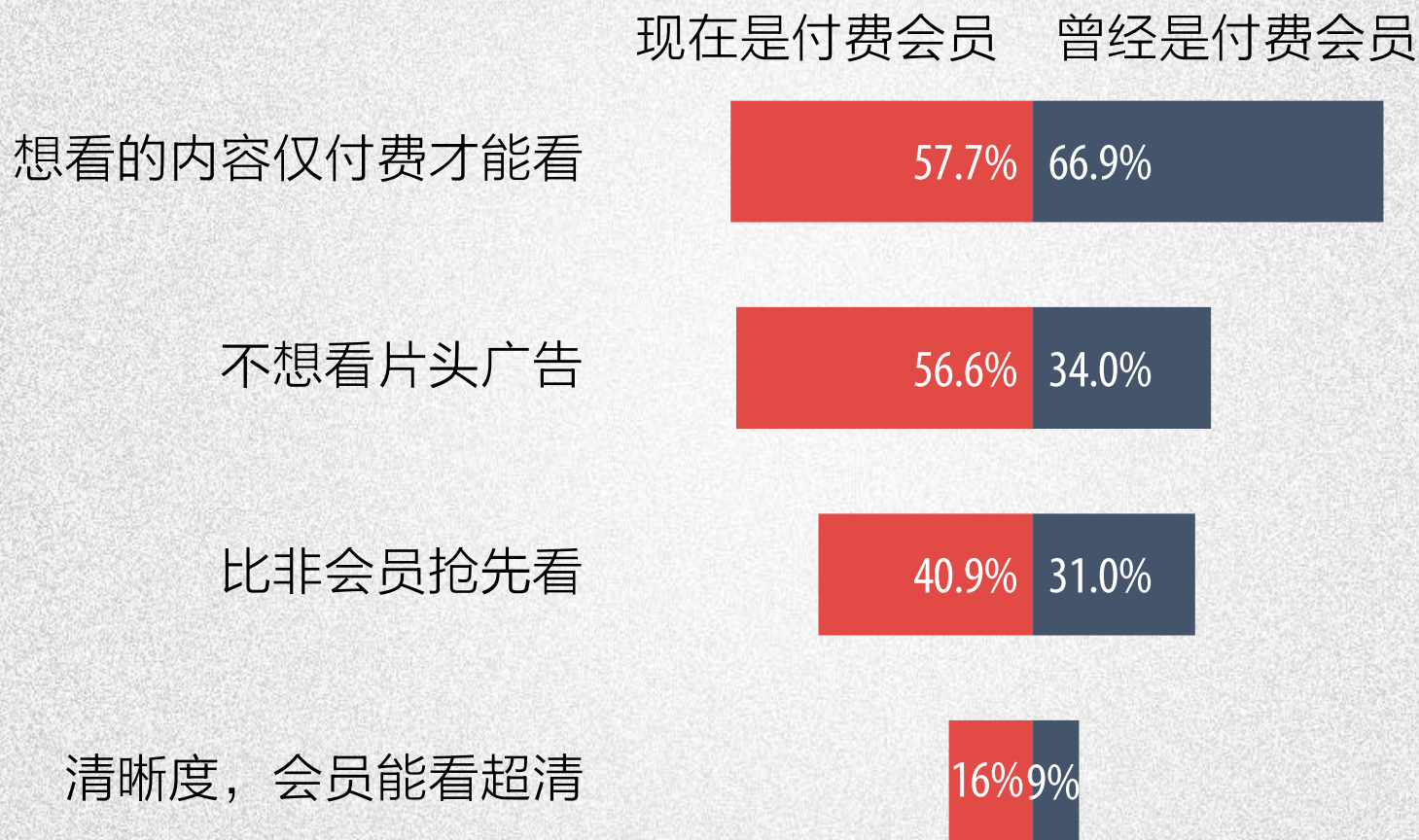
注：表格内容主要显示付费会员的内容特权。在功能特权上，主要集中在免广告、高清观看、高速通道观看和下载等，各家差异较小。



## 2. 视频网站用户的付费心理



## 09 // 从不付费变为付费会员的主要原因？



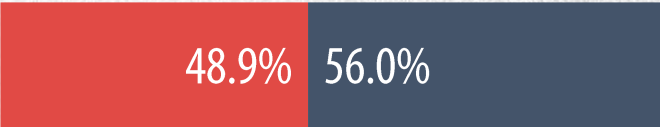
数据来源：企鹅智酷调查    制图：企鹅智酷



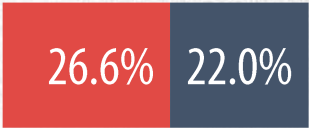
# 选择购买这家会员，而非其他家的原因？

现在是付费会员    曾经是付费会员

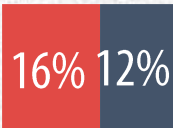
有我想看的内容，其他家没有



资源更丰富



播放比其他家流畅清晰



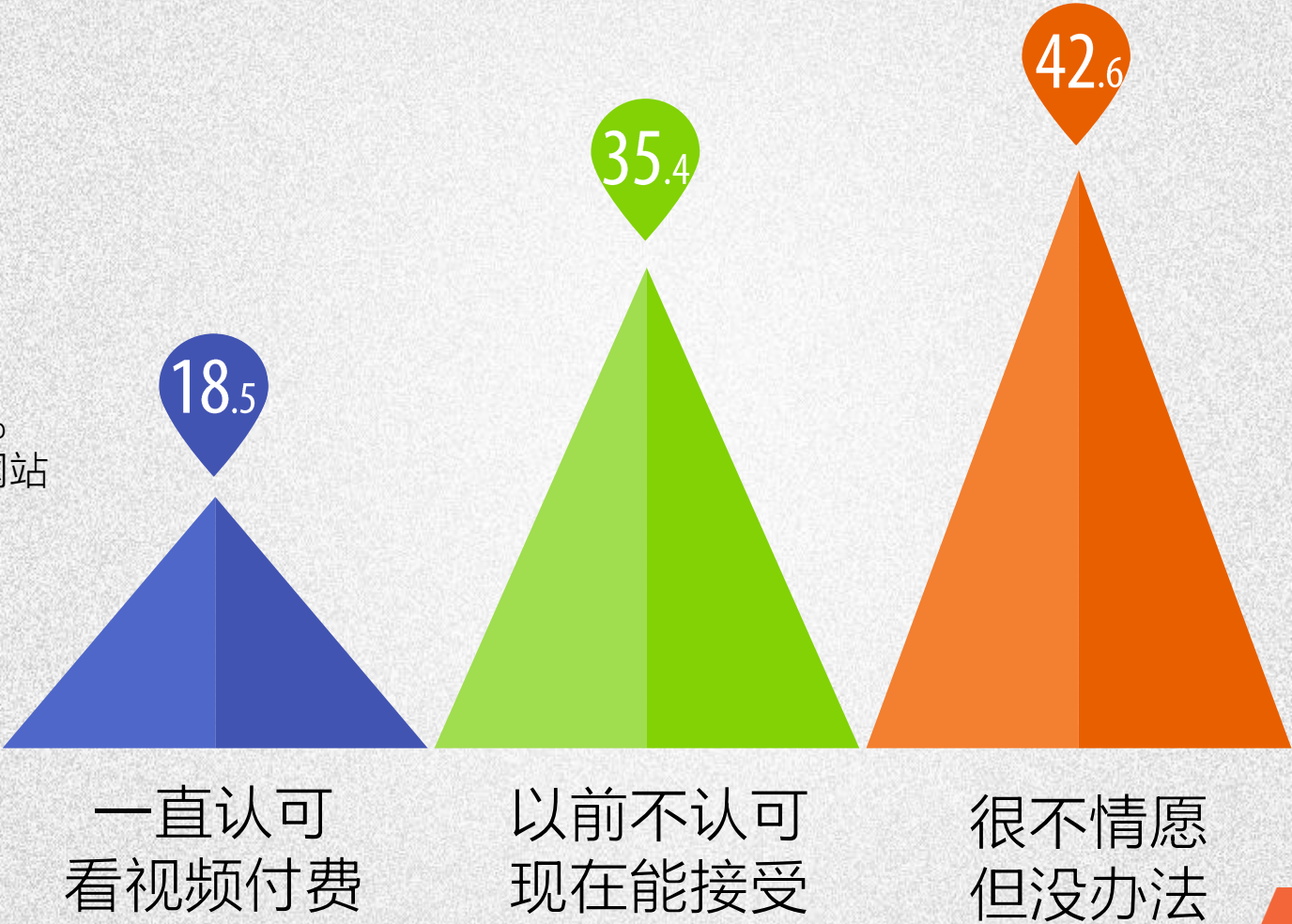
忠实用户，基本不用其他家





# 相比过去，你对视频付费态度是否发生转变？

注：数据单位为%  
调查对象为视频网站  
付费会员用户



数据来源：企鹅智酷调查 制图：企鹅智酷



01

想看的内容只有付费才能看，这是当前国内用户愿意为视频网站付费的首要原因。

02

而在选择买哪家会员时，“只有这家有我想看的内容”是抉择时的首要条件。

03

仅依靠内容拉动用户暗藏危机，用户为此付费意愿越强，内容看完后越易停止付费。

04

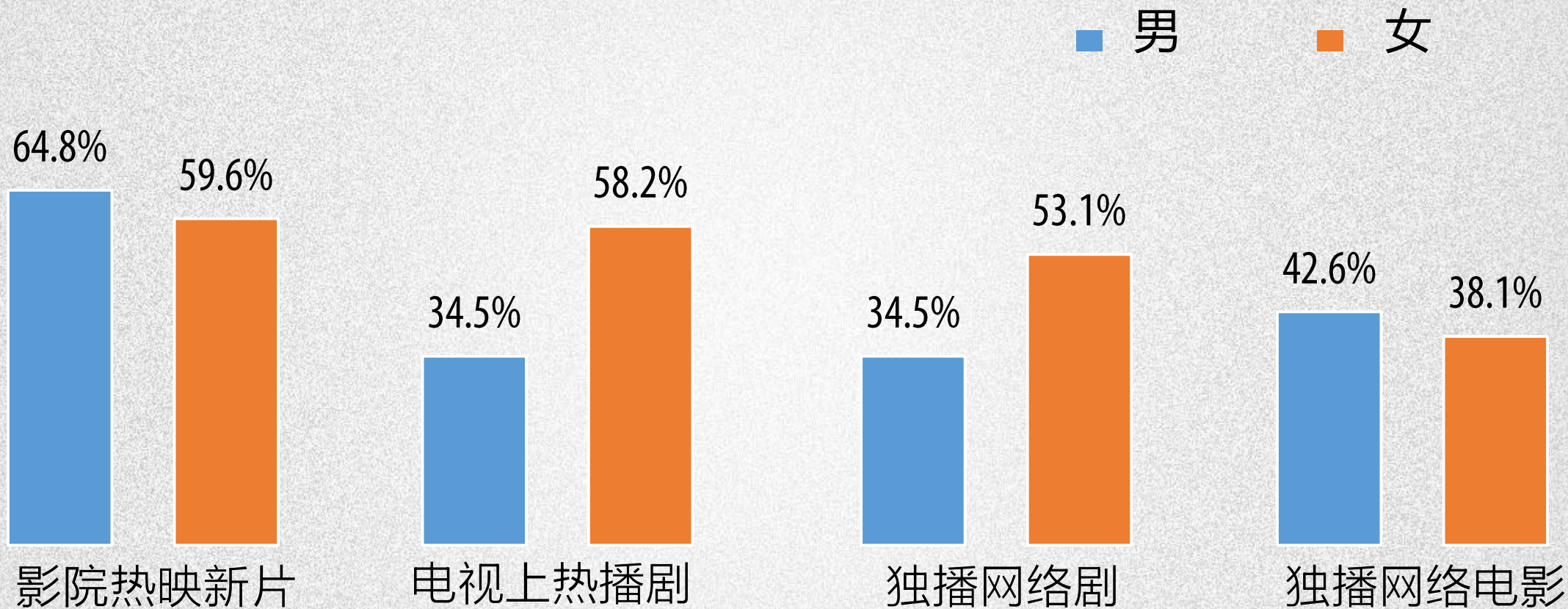
不想看片头播放广告是排名第二的因素。对这个需求越强烈的用户越易长期付费。



### 3. 付费用户的核心诉求

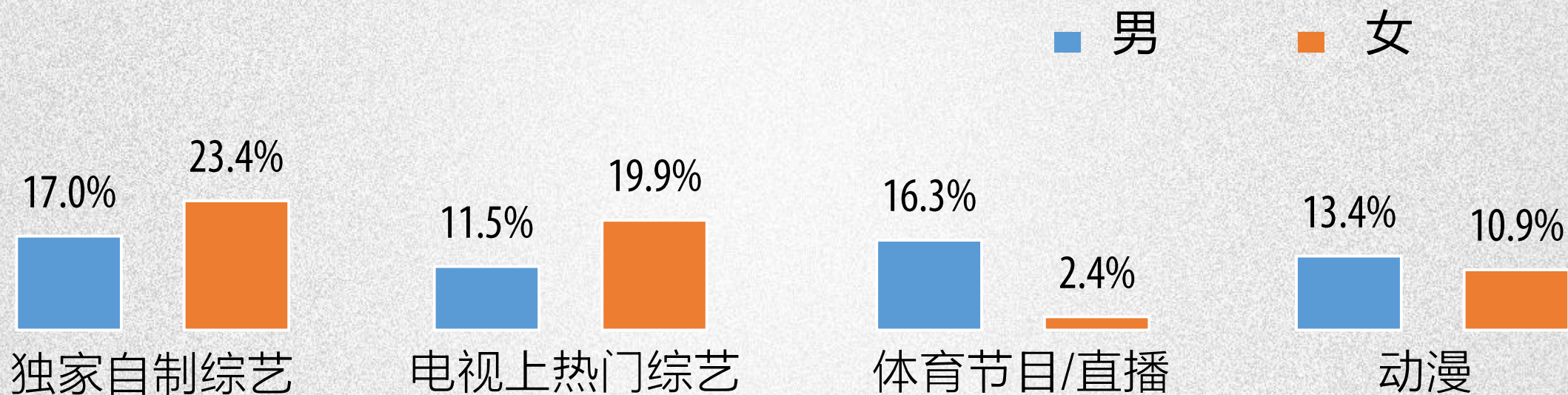


# 付费视频内容，哪些对你吸引力更大？（按性别）





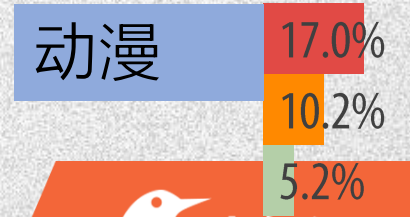
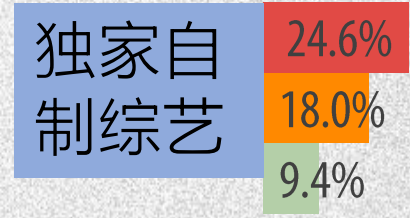
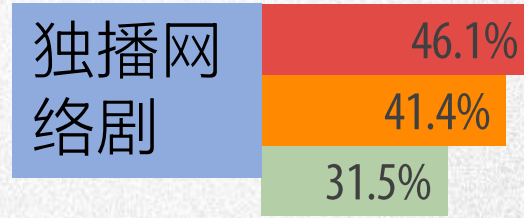
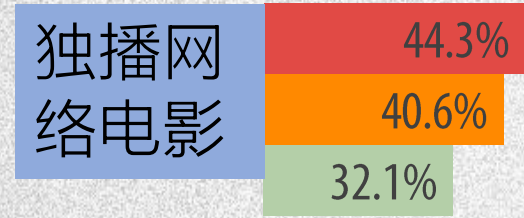
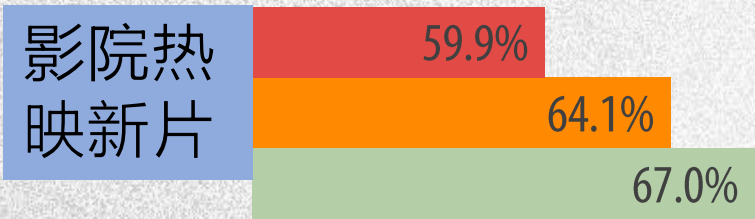
# 15 // 付费视频内容，哪些对你吸引力更大？（按性别）





# 付费视频内容，哪些对你吸引力更大？（按年龄）

70后 80后 90后





## 网络自制内容的吸引力逼近传统内容

01 仅在视频网站上播放的**网络剧**和**网络电影**，其对用户吸引力已逐渐逼近传统电影电视剧。

02 **影院热映新片**是用户在视频网站上最愿意观看的付费内容。男性喜爱度超过女性。

03 网站自制的**综艺节目**，对视频网站用户而言，其吸引力已**超过**电视上播的综艺节目。

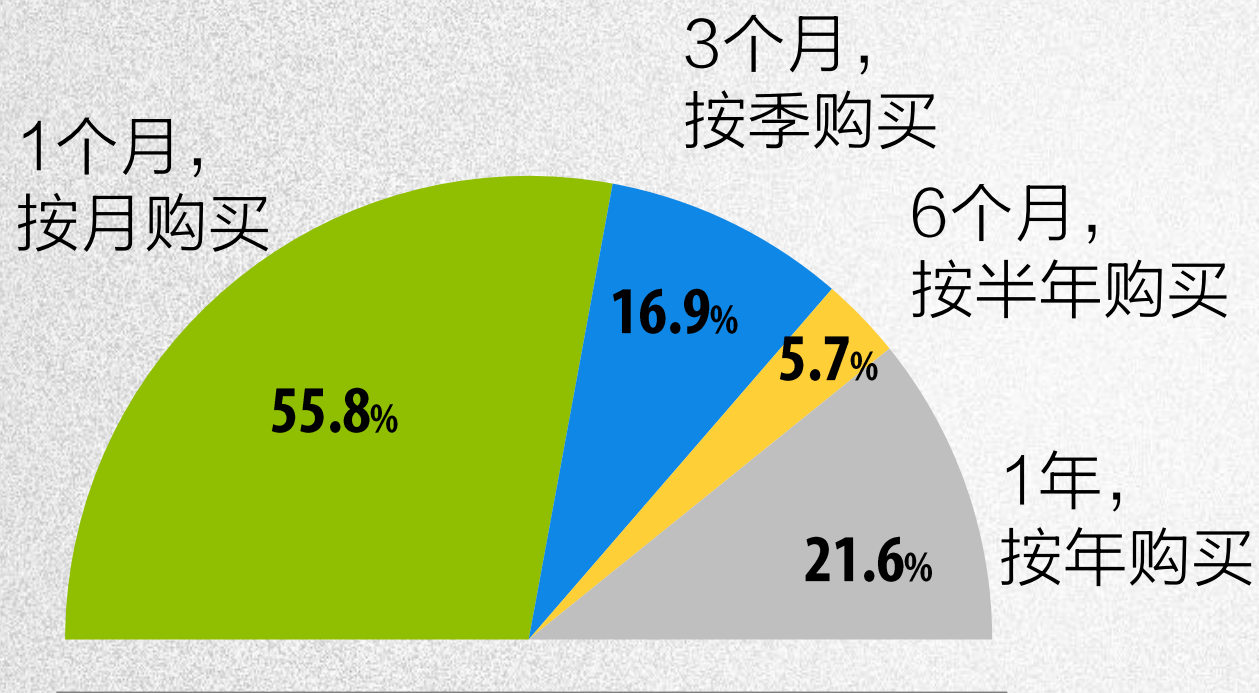
04 总体上，**90后**对于网络自制内容的喜爱度和接受度超过80后和70后。



## 4. 视频网站付费用户的流失可能性



# 19 // 购买会员时长的习惯？



只买1到3个月的原因？

1

49.6%  
不想一次花那么多钱

2

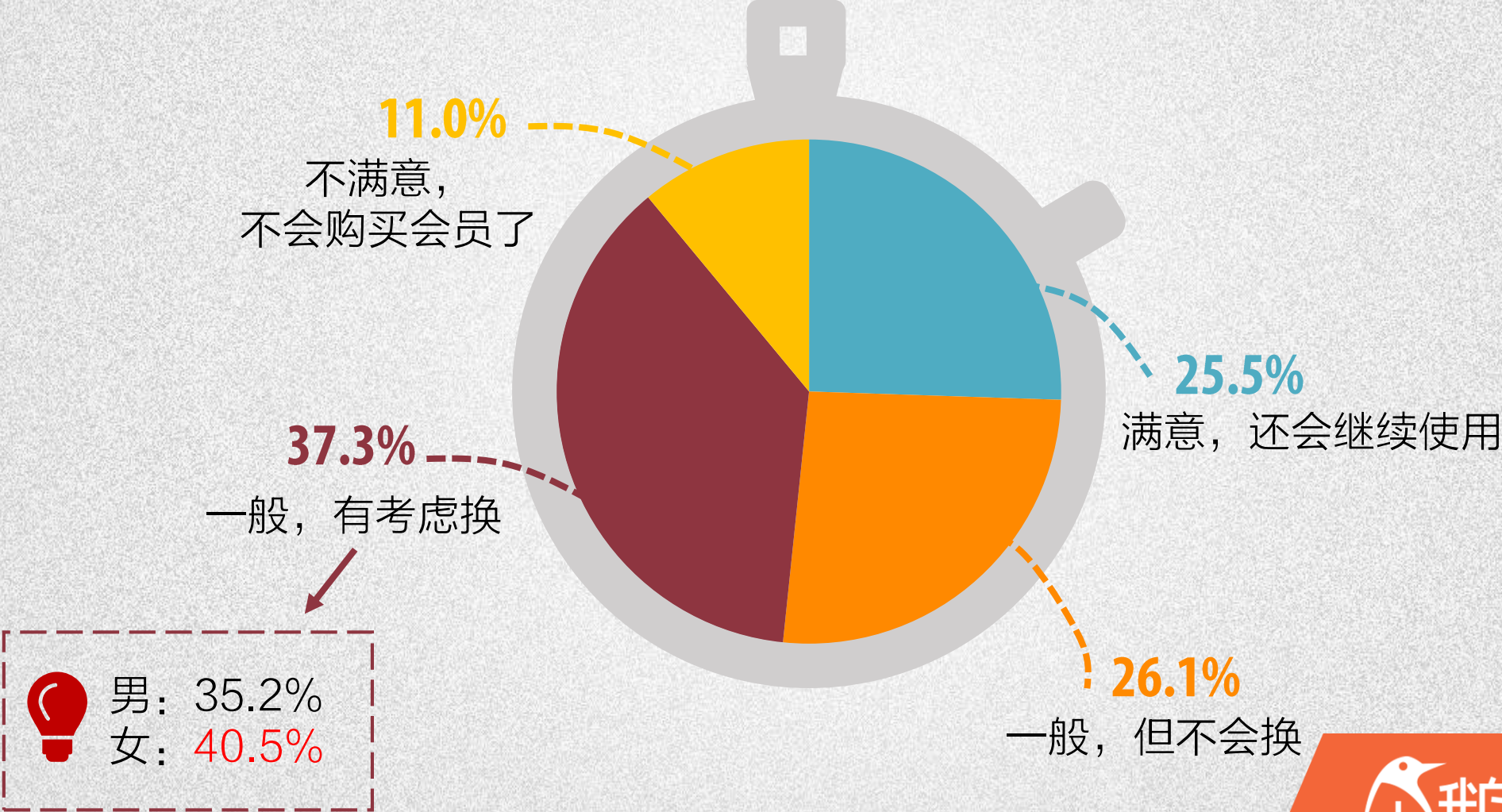
37.4%  
担心之后没有我想看的内容

3

32.1%  
其他家有想看内容时方便换



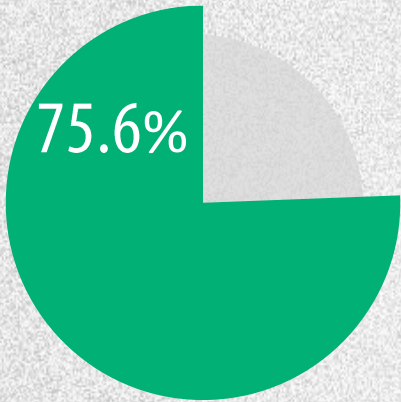
# 对现在买的视频会员是否满意？考虑换家吗？



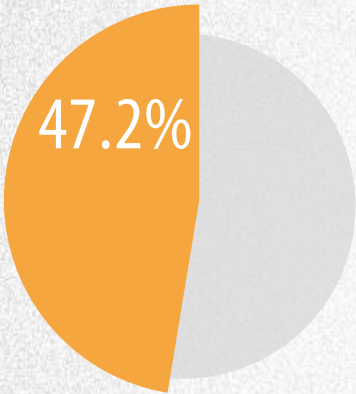
数据来源：企鹅智酷调查 制图：企鹅智酷



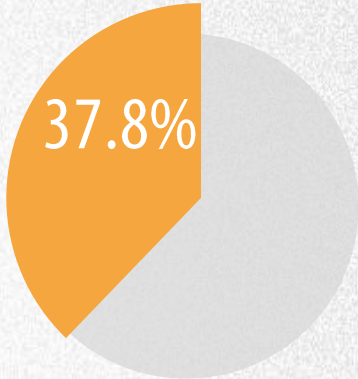
# 你希望视频会员身份还能享受什么福利？



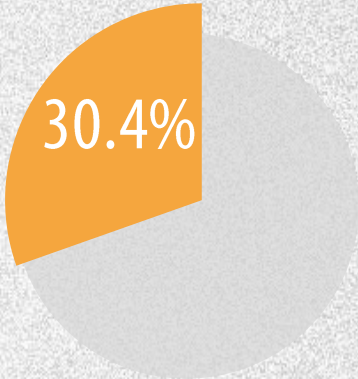
更多热门/新片源



在线播更流畅



老会员福利更多



下载加速



## 22 / 付费会员奔内容而来，但也因内容而流失

01 视频网站在争取付费会员时面临**激烈竞争**，内容对用户吸引力若不能维持，容易流失。

02 用户不愿购买长期会员原因，除价格因素，不少**用户担心**网站日后没自己想要的内容。

03 会员服务提升层面，绝大多数用户表达的**直接需求**，是有更多热门或最新的内容资源。

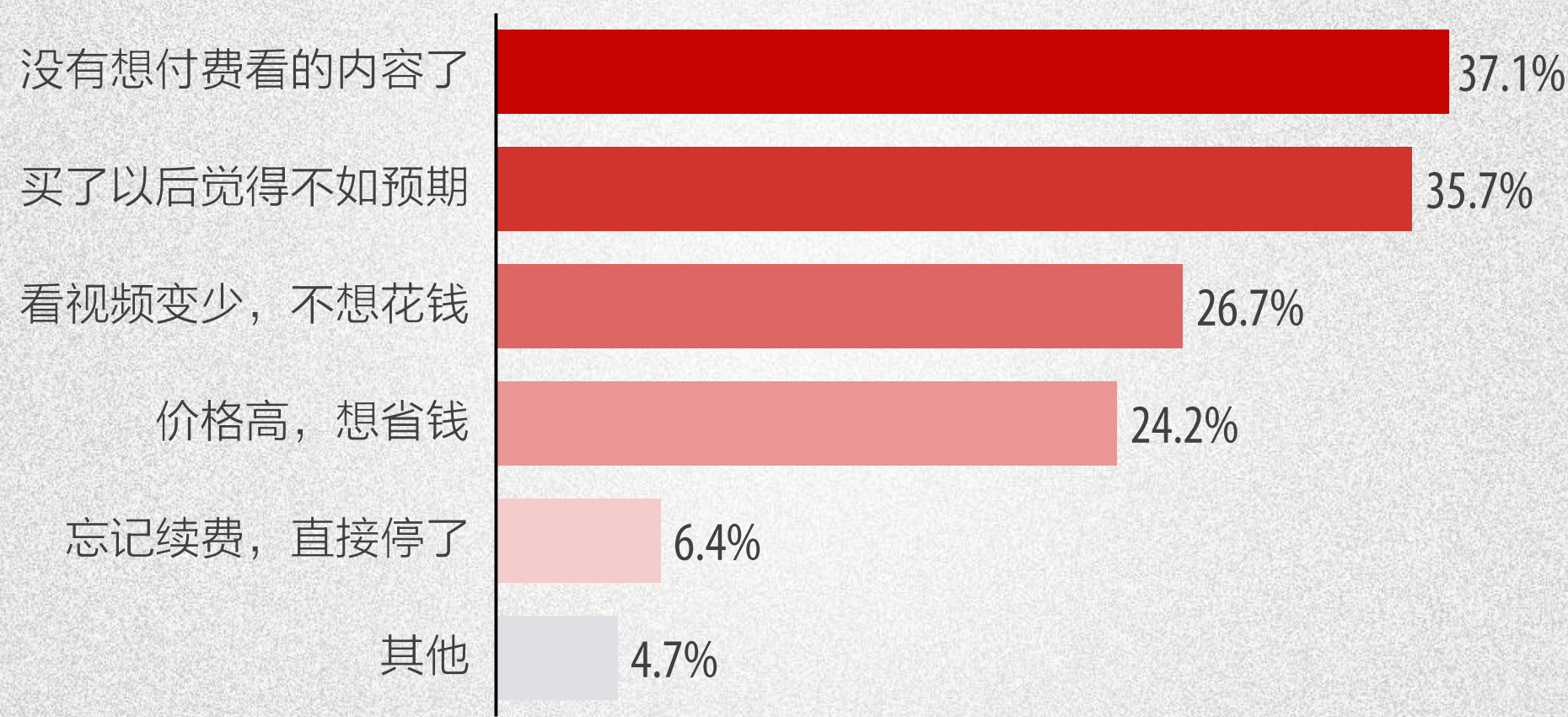
04 **女性**相比男性，他们更愿意买单月的会员，也更易因网站没有想看的内容而流失。



## 5.非付费用户的潜在市场机会

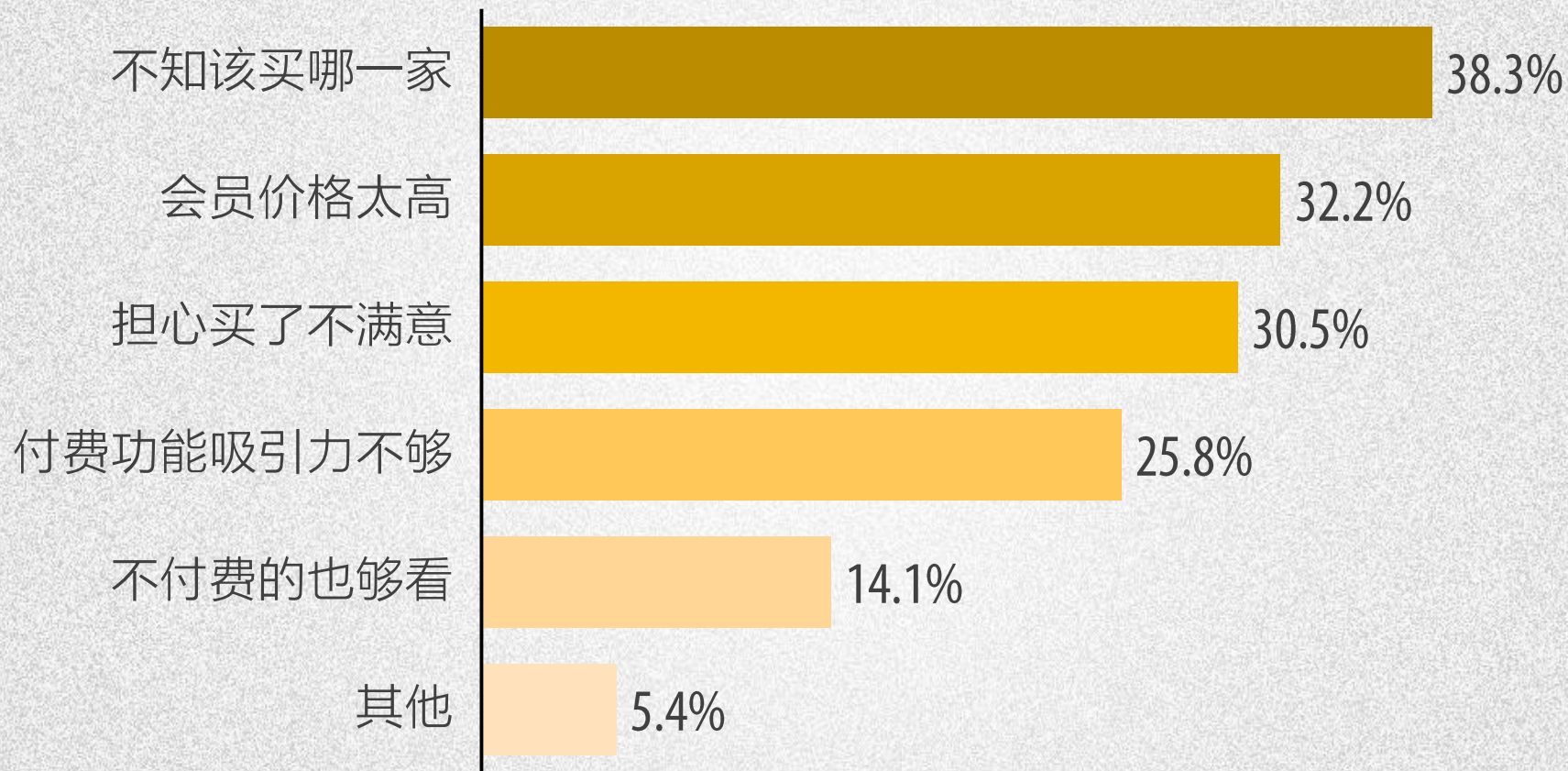


# 曾经买过，后来不买视频会员的原因？





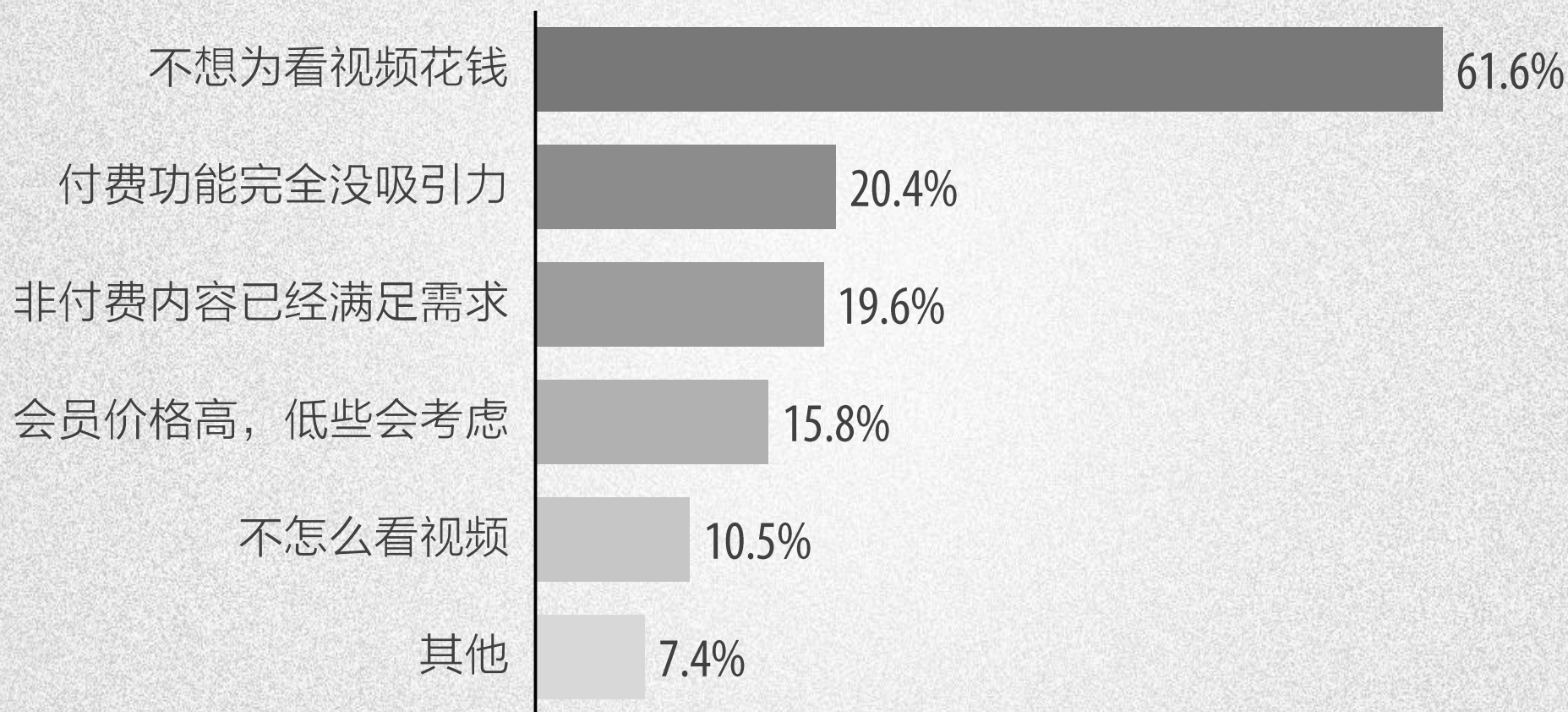
## 25 // 正在犹豫是否买视频会员的原因？



数据来源：企鹅智酷调查 制图：企鹅智酷



## 26 // 不考虑购买视频会员的原因？



数据来源：企鹅智酷调查 制图：企鹅智酷



## 价格高低并非影响用户不做付费会员的主因

01 用户停止购买视频会员的原因中，占比最高的并非价高或想省钱，而是没想付费看的内容。

02 正在犹豫是否购买会员的用户，摇摆原因中，占比最高的也非价格，而是不知选哪家。

03 一直不考虑购买视频会员的用户，有着坚定观念，即不想为看视频花钱，价格高低影响弱。

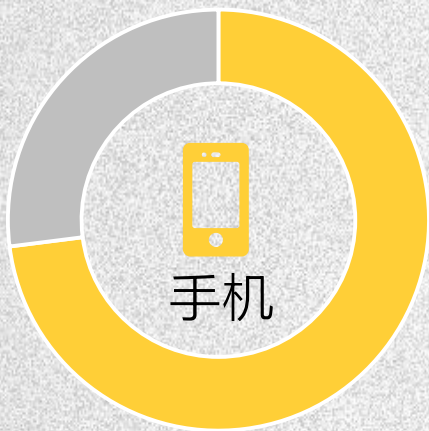
04 视频网站付费会员的内容特权有吸引力，非付费的内容其实已经基本满足不了用户。



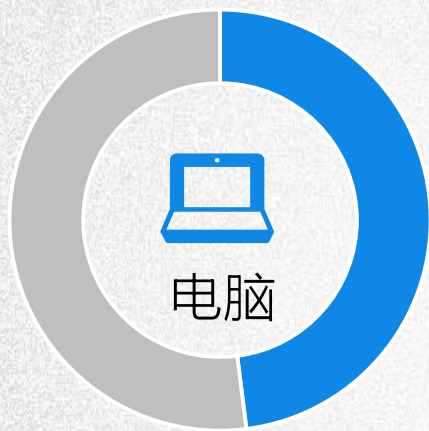
## 6. 用户获取视频内容的核心渠道



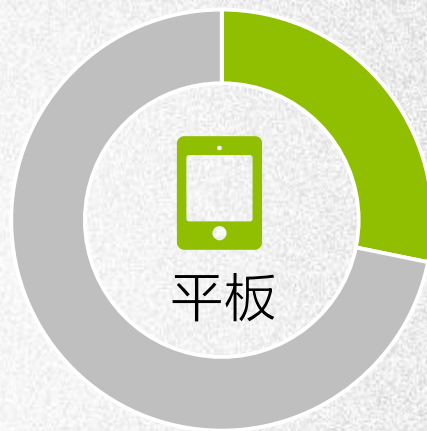
## 29 // 主要用什么设备看视频？



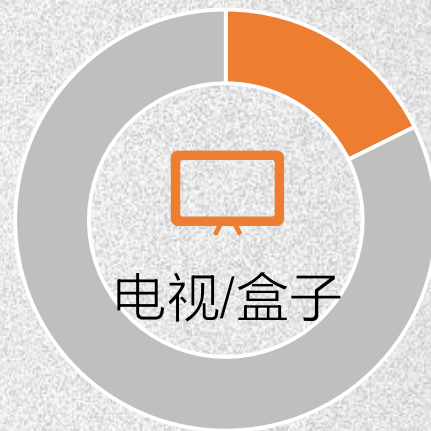
73.0%



48.0%



28.2%

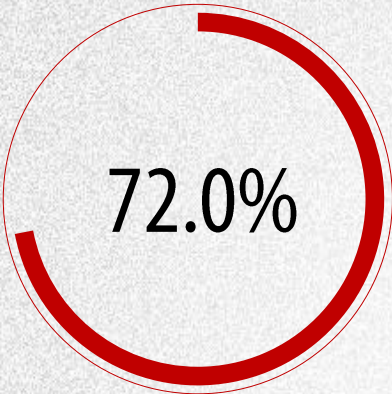


17.7%

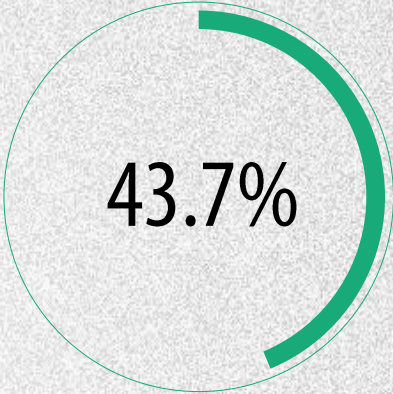


# 一般会通过什么方式找想看的视频？

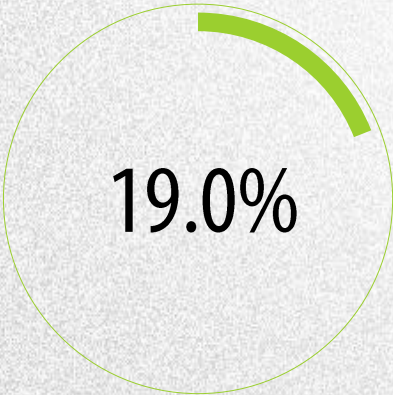
直接搜索自己想看的视频



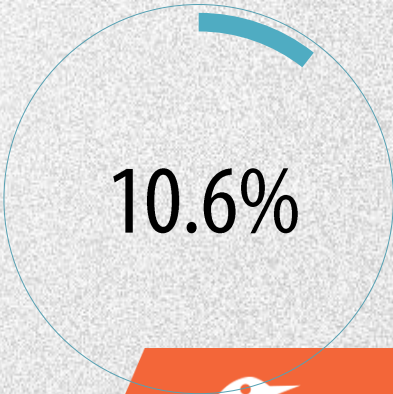
从视频网站首页或栏目里选



从视频网站个性化推荐里选



看自己已收藏或下载的视频





## 31 / 用户看视频的习惯：手机+搜索

01 手机是用户看视频主要设备，占比已远超电脑。但在会员服务中，针对**手机的特权**并不多。

02 在找想看的视频时，**搜索**使用程度占比最高，用户在选择看什么时，有较明确目的性。

03 视频网站的**个性化推荐**使用率还较低，用户反倒更愿意主动在首页或栏目里挑选。

04 整体使用现状会导致一个危机，即视频流量**过于集中**在少部分热剧，该问题仍待解决。



## 7. 视频网站会员业务启示录



## 各家视频网站付费会员存在的使用差异

### 爱奇艺

- ✓ 独播网剧对付费用户吸引力大；
- ✓ 女性付费会员占比、为抢先看而付费、朋友推荐所以考虑购买这家付费会员占比高于其它家视频网站。

### 腾讯视频

- ✓ 影院热映新片对付费用户吸引力大；
- ✓ 视频播放清晰流畅度和下载速度受用户认可；因是忠实用户所以考虑购买这家付费会员的占比高于其它家视频网站。

### 优酷

- ✓ 动漫类视频对付费用户吸引力大；
- ✓ 为去广告而付费的用户占比、付费会员中一线城市用户、用电脑看视频用户占比高于其它家视频网站。

### 乐视

- ✓ 独播网络电影、体育直播对付费用户吸引力大；
- ✓ 用户因促销活动购买会员的占比、男性和70后付费会员占比均高于其它家。



## 付费会员收入成为重要营收增长来源

用户对视频付费的态度正在发生变化，免费内容已不能满足视频消费需求。

付费会员量的快速增长是近一年来视频网站的核心变化之一，未来会员收入会成为重要收入来源，并带动游戏和衍生品类的用户消费。与此同时，广告收入的占比将不断下降。

传统收入

品牌广告

电商广告

植入广告

版权售卖

潜力收入

会员

衍生品

电影

游戏



# 视频网站靠爆款内容吸引来大批付费会员



因自己想看的视频内容需要付费观看，这是用户转化为付费会员的首要因素。

一部爆款自制剧或独家版权剧就能为视频网站带来上百万付费会员。这进一步引发了视频网站在自制剧领域的投入力度。

《盗墓笔记》  
(也有《蜀山战纪》因素)



爱奇艺付费会员数增加了500万

《太子妃升职记》



乐视付费会员数增加了220万

(注：以上数据来自于媒体报道)



## 仅依靠爆款内容吸引用户付费存在风险

视频网站完全依靠独家内容吸引用户付费存在风险。

一方面，用户留存率会因缺少吸引用户的付费内容而下降，另一方面，配套的视频体验和服务跟不上，网站并不会赢得用户的好口碑。

在内容之外，用户付费价值仍需更多功能和体验来增值。

用户看完需要付费的内容后，不再续订会员；

用户担心以后没有想付费看的内容，不愿长期购买；

用户发现其它视频网站有自己想看的内容，转移阵地；

用户被视频网站内容捆绑，但服务不佳，口碑下降。



# 37 // 视频网站会员福利设置仍待丰富



根据现存市场的竞争态势和用户使用反馈，视频网站若想提升付费会员数量，仍需要在爆款剧之外寻找更多有吸引力的附加服务和功能。

比如移动端观影体验和会员等级设置层面优化等，以此提升用户忠诚度和付费满意度。

抓住用户付费的市场机遇，是视频网站业务的当务之急。

## 主要福利

免广告

免费看

抢先看

独家内容

## 周边福利

会员升级

移动端观看优化

周边商品优惠购

周边内容独享