

# 中国移动视频大数据发展分析2017

2017.08

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观  
实时分析驱动用户资产成长



## 定义

### 分析定义

- 大数据：大数据是一个伴随社会信息化而诞生,以海量数据(主要特征包括数量大、种类多、处理速度要求快、以前没有或无法获取且现在正不断生成)积累为基础，囊括无数条“数据产生-数据处理-信息提取-数据消费-新数据生产”的环状链，以降低信息不对称、提高决策有效性、推进智慧和知识演进为目标，可广泛作用于几乎所有实体的跨界生态系统和发展趋势。
- 移动视频大数据：指在移动端视频观看过程中，用户自身价值及观看产生的行为数据，通过用户数据价值的挖掘，有利于视频网站了解用户需求，实现精细化运营。



### 分析范畴

- 本次分析内容主要针对中国大数据、移动视频大数据市场进行分析。
- 本次分析内容涉及的关键字为：大数据、移动视频、云计算等。
- 本次分析的国家和地区主要包括：中国大陆，不包括港澳台地区。



### 数据说明

- 数据说明：易观根据市场公开数据和行业访谈以及相关数据模型估算。

# 目录

## CONTENTS

---

01



大数据产业发展现状

02



移动视频大数据的发展与应用

03



典型代表厂商分析

04



移动视频大数据未来发展趋势



# PART 1



## 大数据产业发展现状

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

# 国外大数据产业发展较快，在物联网、人工智能技术推动下，数据量快速壮大，大数据市场高速发展

云用于大数据应用成为企业关注重点

大数据软件细分市场快速增长

物联网推动海量数据产生，传感器成为物联网数据的重要采集方法

国外相继将大数据列为国家发展战略

网络安全问题凸显

281亿美元

2016年，全球大数据硬件、软件和服务整体市场增长22%达到281亿美元（Wikibon）

4万艾字节

2020年全球所产生数据量将达到近4万艾字节（IDC）

全球主要大数据公司：



splunk>



TERADATA



EMC<sup>2</sup>

ORACLE

OPower



# 大数据产业链日臻完善，海量数据向垂直化和行业化方向应用

数据使用



数据管理



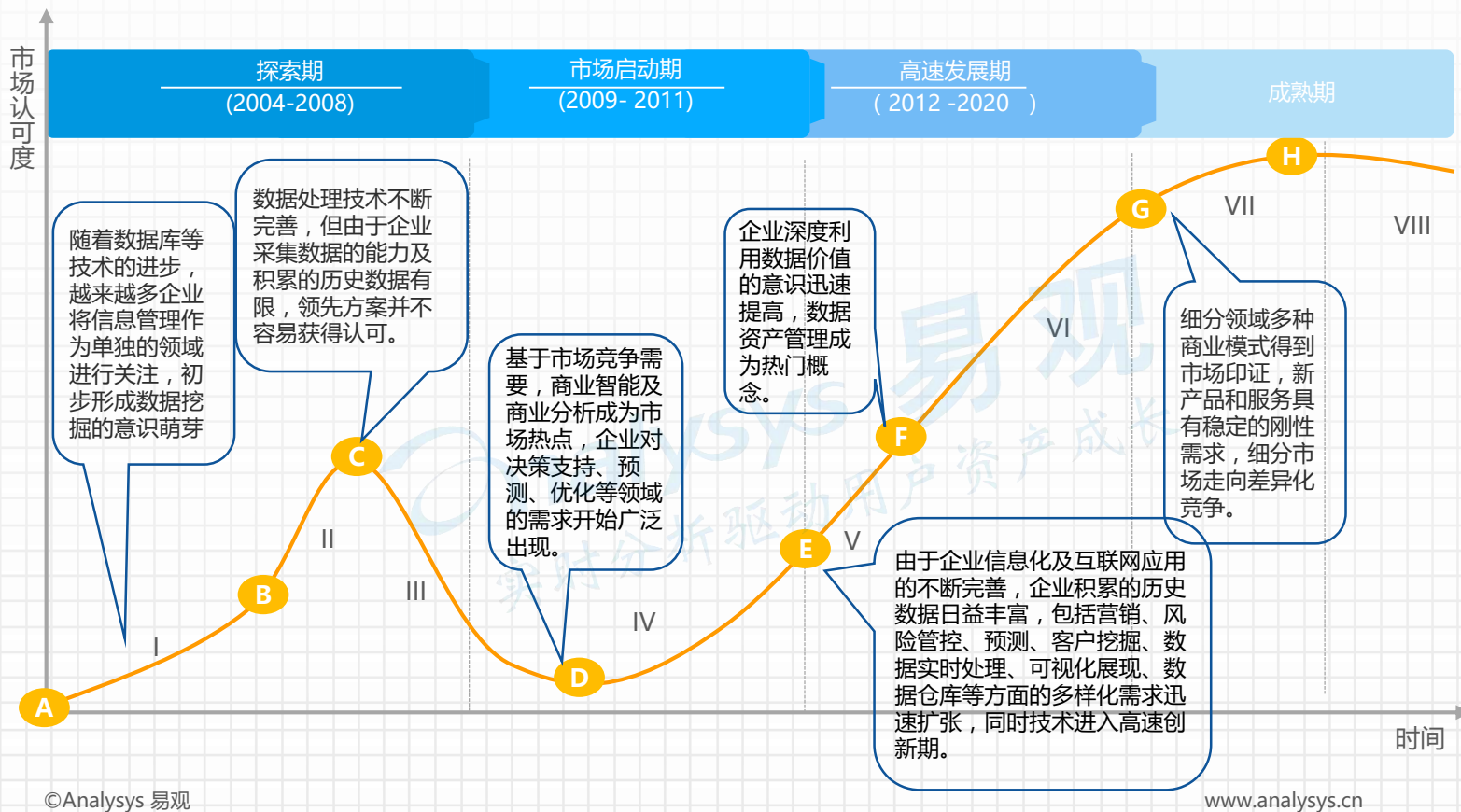
数据收集





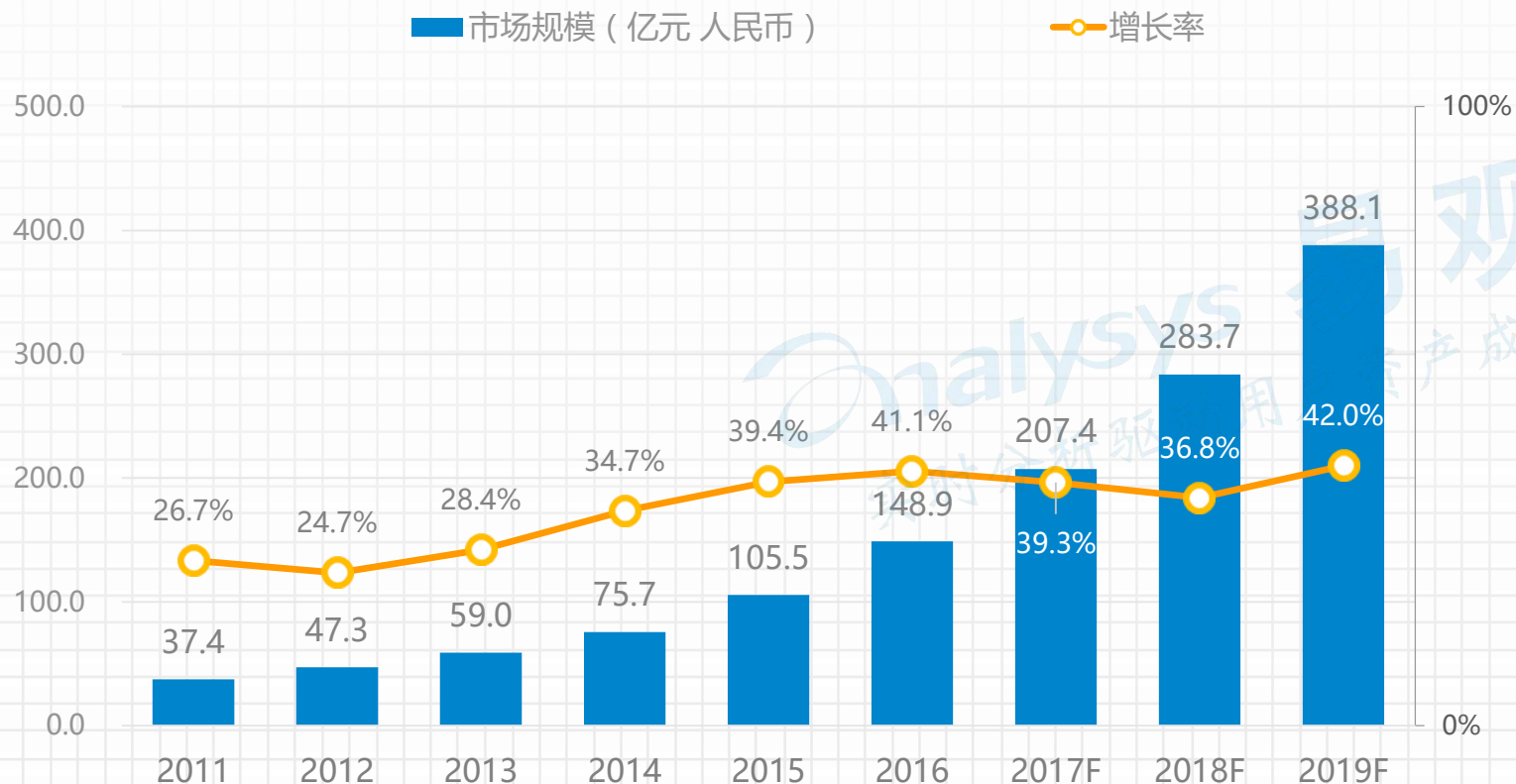
# 各行业对大数据的诉求不断提升，大数据市场现正处于高速发展期

2017年中国大数据市场AMC模型



- 在2004年，随着数据库等技术的进步，数据挖掘概念开始普及。2008年金融危机后，国内企业为了尽快从业务低迷的状态中恢复，获得市场竞争优势，对商业智能（BI）以及商业分析（BA）的需求出现快速提升，主要应用在决策支持、业务优化、销售机会挖掘预测等领域。
- 到了2012年以后，大数据的概念迅速为各类人群所接受，营销、风险管控、预测、客户挖掘、海量数据实时处理、可视化展现、数据仓库建设等方面的多样化需求迅速扩张，业务推动技术进入高速创新期。
- Analysys易观预计，中国大数据市场将在2020年前后进入成熟期。一方面业务需求的变化将推动细分领域出现丰富的商业模式，并使得新产品和服务具有稳定的刚性需求，另一方面随着产业链的完善，专注于细分行业及细分应用领域厂商竞争逐渐稳固。而不善于充分利用数据的企业将被快速淘汰出局。

## 2017-2019中国大数据市场规模预测



- 2016年，大数据产业市场规模达到148.9亿元人民币，预计到2019年能达到388.1亿元人民币，保持40%左右稳定的增长率。
- 大数据产业日益受到越来越多厂商的重视，在加大对数据收集、整理、分析的力度的同时，大数据可应用的场景不断增加，在金融、健康、娱乐等领域中，厂商基于大数据提供更为人性化的服务。
- 在移动视频大数据领域，厂商充分挖掘用户数据背后的价值，通过对大数据的分析，一方面推动视频网站制作更为精良的内容以迎合用户需求，另一方面也为视频网站增加了更多的营销方式，通过精准营销，视频网站实现盈利，并实现良性循环。

数据说明：易观根据市场公开数据和行业访谈以及相关数据模型估算

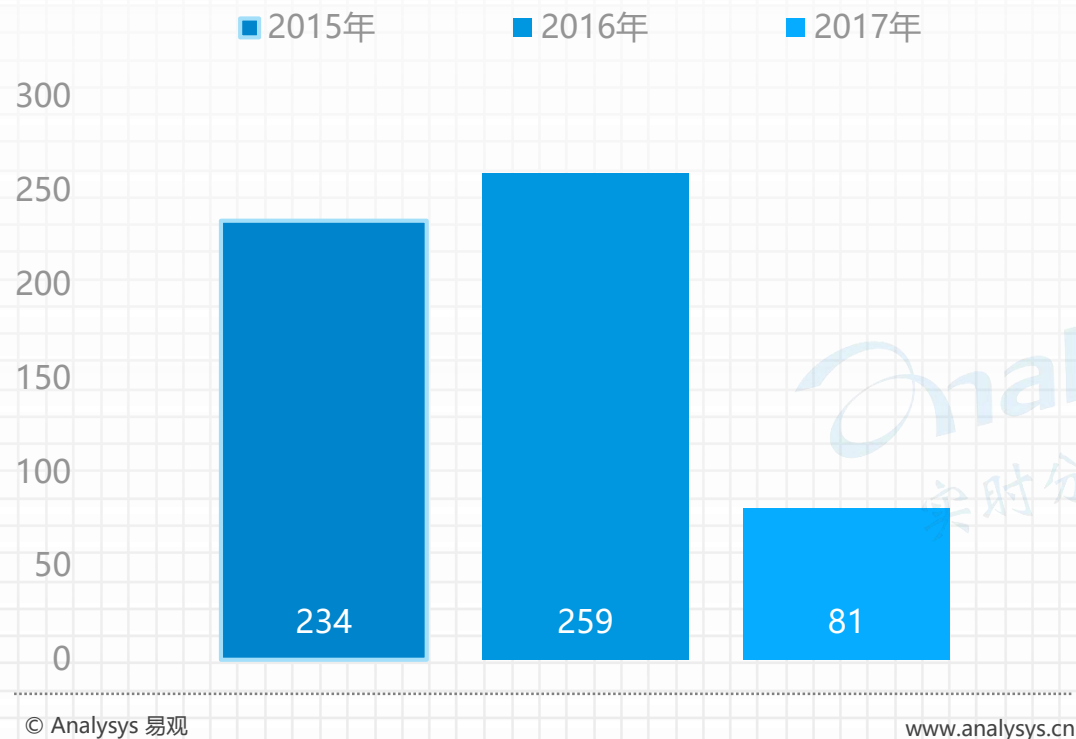
© Analysys 易观

www.analysys.cn

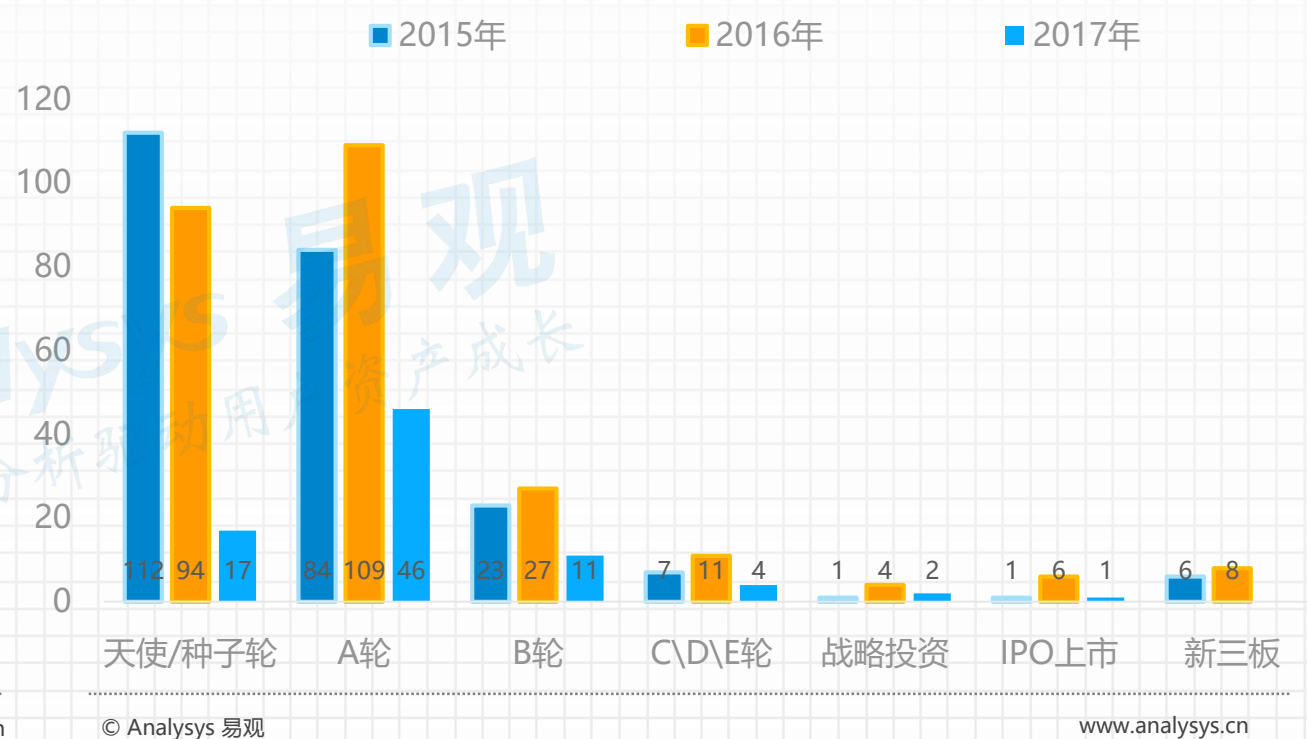


# 大数据产业受资本市场青睐，天使轮、A轮项目占据多数

## 2015-2017年大数据领域投融资事件

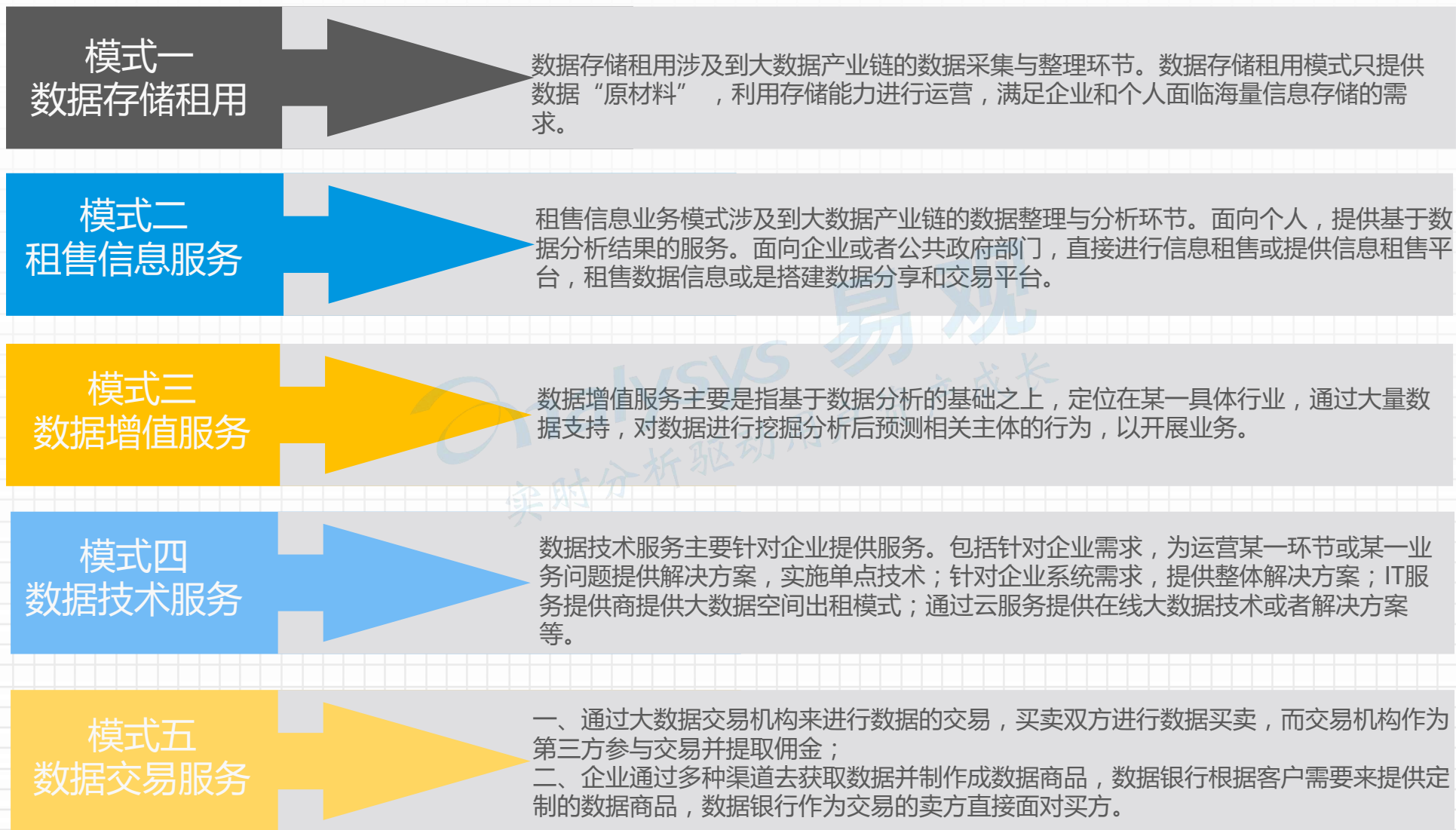


## 2015-2017年大数据领域融资轮次分布



大数据领域正受到资本市场的青睐，2015年、2016年整体大数据融资事件均超过200例，并且以天使轮和A轮为主，覆盖企业服务、金融、电子商务、医疗健康、广告营销等多个方面，多数融资金额达到亿级，千万级别。到2017年6月，融资频率稍缓，以大数据企业服务及金融服务为主，融资轮次较多的是A轮和B轮，IPO上市和新三板上市公司不断增多，也从侧面说明大数据市场正逐渐成熟，正面临高速的发展。

# 大数据市场已形成较为完善的商业模式，厂商根据自身特点进行布局



大数据  
市场商  
业模式

## PART 2



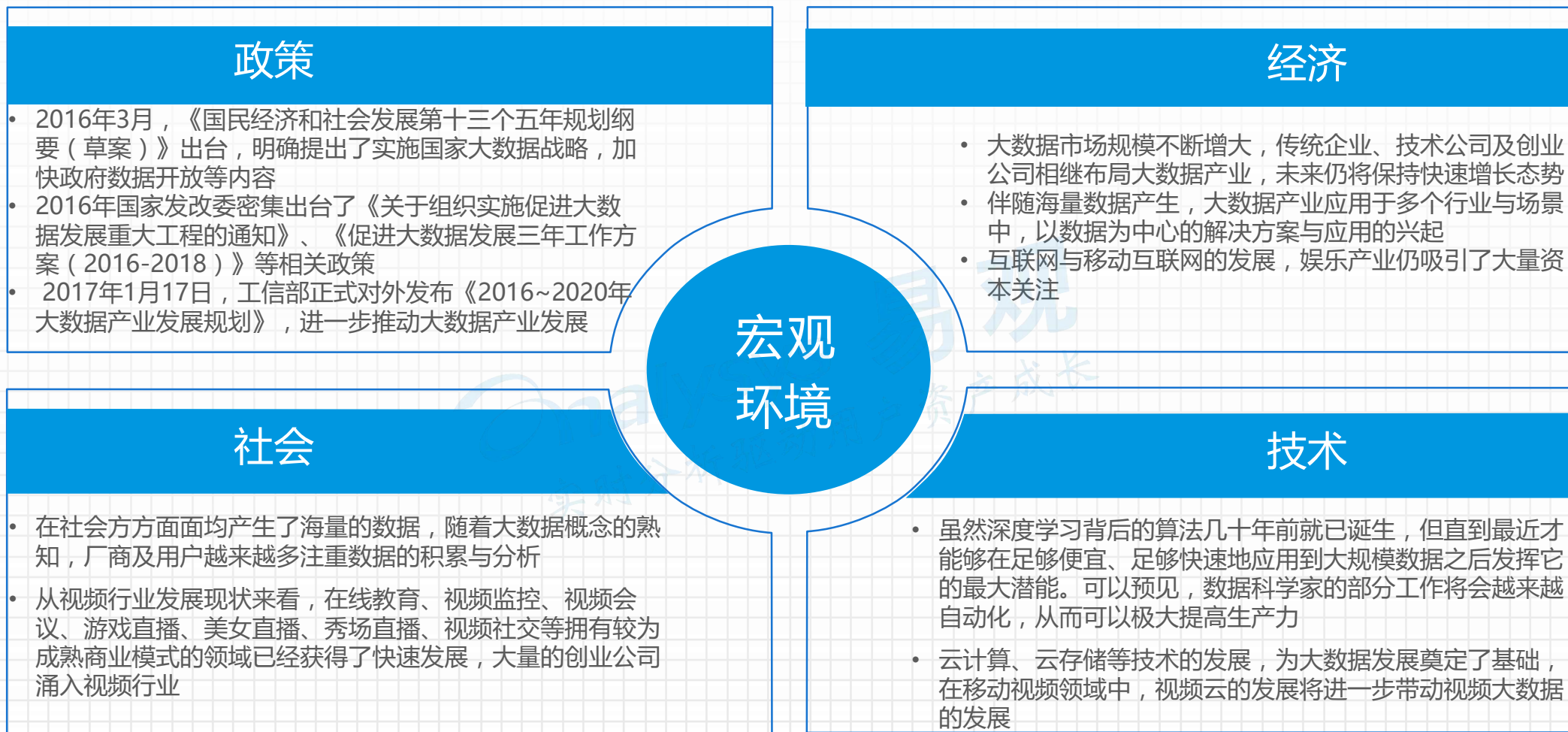
### 移动视频大数据的发展与应用

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)



# 宏观利好促进大数据产业的发展，云计算、云存储等技术的发展进一步带动视频大数据发展



# 视频云技术的发展为视频大数据奠定了基础，视频云结合视频相关技术提供观看服务与数据积累

## 视频云厂商类型



©Analysys 易观

www.analysys.cn

不同场景需要不同的技术标准

云计算服务的实现方式

云计算基础服务

视频核心技术能力

视频相关技术

场景应用技术

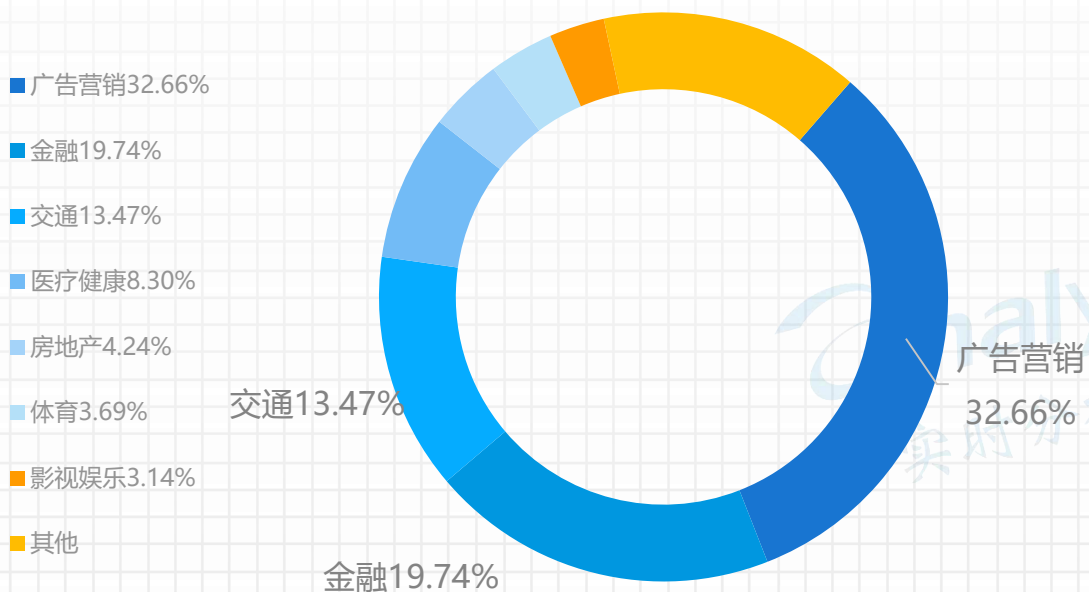
**云计算基础服务**：主要涉及云计算服务的实现方式，包括网络虚拟化技术、CDN内容分发技术以及兑现存储等底层技术

**视频相关技术**：包括视频编解码标准、4K、VR、AR等视频的核心技术能力。目前广泛使用的编码技术为H.264，国内华为、阿里云、金山云、乐视云、咪咕云等已经能够支持H.265技术

**场景应用技术**：由于视频应用的广泛性，不同的应用场景需要不同的技术标准，比如在线教育领域的视频应用需要强化视频互动以及教学效果

# 影视娱乐领域中的大数据应用占据了大数据行业应用的主要份额，随着消费升级、娱乐升级，海量视频数据价值进一步凸显

## 2017年中国大数据市场行业应用厂商占比



数据来源：易观根据市场公开数据和行业访谈以及相关数据模型估算，数据截止到2017年6月

© Analysys 易观

www.analysys.cn

### 媒体

- 媒体热点挖掘  
通过用户搜索关注热点的数据收集，挖掘潜在的热点事件
- 舆情监测  
用户关注、评论的数据进行舆情监测
- 广告投放  
通过分析用户的属性与收视订阅的偏好度，刻画用户画像，对用户进行精准的广告投放
- .....



### 影视

- 精准营销  
根据用户属性与行为数据，对其进行精准广告投放
- 精细化运营  
针对不同的用户提供个性化推荐
- 影视节目制作  
用户观看行为的数据将指导影视机构制作迎合观众喜好的作品
- 收视率预测与导视  
分析演员商业价值、粉丝忠诚度等数据，可对作品进行收视率的预测及导视
- 影片投放  
大数据可应用到影视作品的投放、电影排片等应用场景



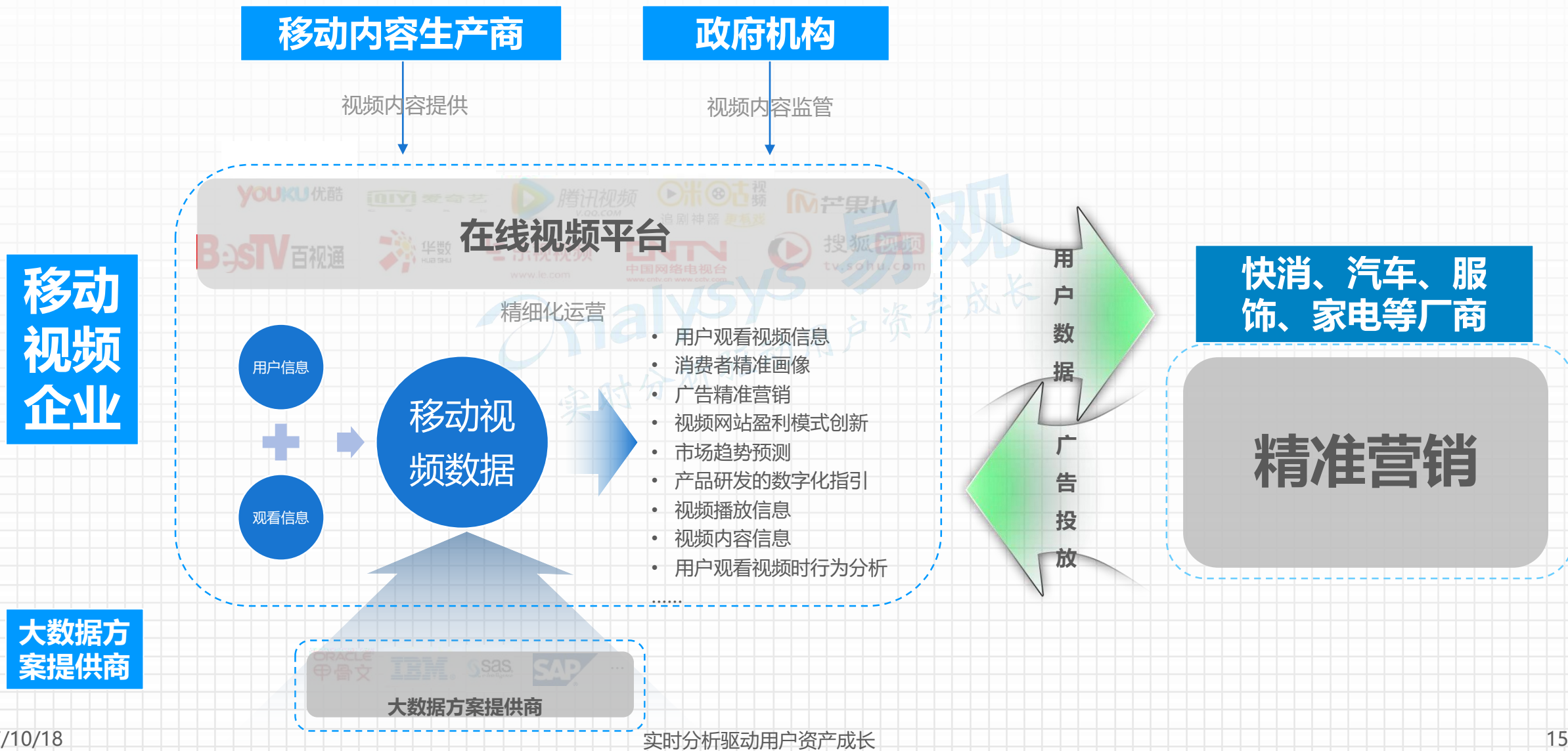
### 体育

- 优化球迷观看体验  
进行个性化推荐等运营方式，提高球迷观看体验
- 协助球队管理  
通过球员比赛数据、身体状况、技术及能力等数据进行分析，协助球队管理





# 移动视频大数据通过抓取用户数据及观看视频相关数据，最终实现精准营销



# 移动视频大数据助力视频营销，推动视频网站生态化发展



# PART 3



## 典型代表厂商分析

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)



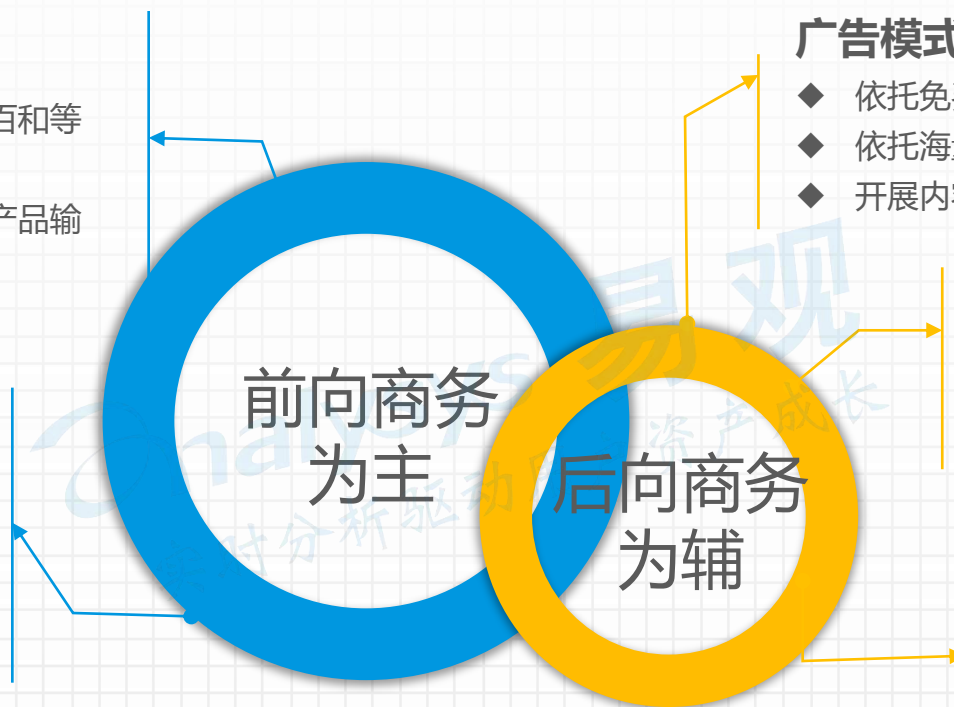
# 咪咕视讯定位于国内领先的音视频内容聚合平台，发展咪咕视频云，依托大数据，形成前后向并行的商务体系

## 在线视频服务

- ◆ 形成以咪咕视频、咪咕影院、咪咕直播、魔百和等为核心的面向个人及家庭全屏产品；
- ◆ 依托大版权库及分发能力，开展视频内容及产品输出业务服务。

## 视频增值服务

- ◆ 开发主播在线互动道具付费的视频互动娱乐市场，向视频在线互动市场拓展；
- ◆ 基于视频云能力向社会提供家庭云摄录产品，开拓家庭服务市场；
- ◆ 以视频能力为核心结合领先电视购物企业开展互联网视频购物服务。



## 广告模式：

- ◆ 依托免费内容，提供贴片广告服务；
- ◆ 依托海量直播频道，有序开展时段置换/置入的广告销售；
- ◆ 开展内容制作广告置入服务。

## 直播接入：

- ◆ 强化视频与金融/教育/医疗等行业的结合，形成行业解决方案；
- ◆ 依托大流量直播产品及安全审核体制，开展地市、企业直播接入服务。

## 内容经营：

- ◆ 影视制作投资及配套版权置换销售、演艺经纪等业务；
- ◆ 视频云能力打包产品销售；
- ◆ 依托视频云平台的大数据及收视率数据服务。

咪咕视讯通过重点产品布局个人、家庭、企业市场，以内容生态为主，形成前向商务为主，后向商务为辅的大数据战略布局。在个人和家庭用户方面，通过咪咕视频、咪咕直播、咪咕影院和咪咕盒子，提供在线视频服务和视频增值服务，保证用户观看体验，挖掘数据价值，形成良性循环。另一方面，依托大数据，咪咕云面向企业市场以咪咕内容资源为依托，打造差异化的投放方式和广告能力平台，提供端到端低延时的直播能力及端到端解决方案。三网融合的不断发​​展促使视听产业的发展，数字内容和文化产业消费潜能也将会得到进一步释放。中国移动在ICT领域业务发展的不断深入，依托运营商丰富的用户数据，与银信科技合作，搭建咪咕视频云，大力发展数据增值服务，通过咪咕视讯发展内容生态，最终形成内容、数据、变现的生态闭环。

# 百视通建立电视新媒体智能广告管理和投放系统与大数据智能挖掘系统，提升广告价值

## 电视新媒体智能广告管理和投放系统

- 支持在IPTV、互联网电视、手机平板终端上投放视频、图片广告、专区互动广告；
- 支持在用户点播视频播放进程的前、后、退出返回、暂停时插入广告；
- 在不同的节目页面放置图片广告、banner、背景图等广告形式；并且广告投放实现了高效、实时、用户到用户精准定向、频次控制等。

## ●电视新媒体智能广告管理和投放系统

B:stV 百视通

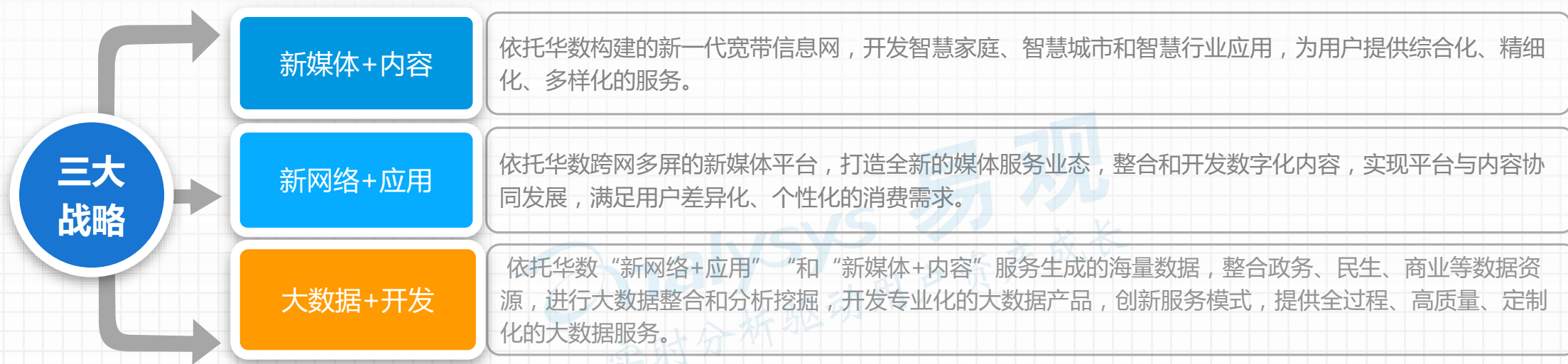
## ●大数据智能挖掘系统

## 大数据智能挖掘系统

- 大数据智能挖掘系统核心功能是把每个电视机顶盒用户打上了若干组特征标签，全角度定义最终用户的行为；
- 通过对标签组的分析，百视通智能广告系统可以实时地进行用户分群、寻找目标用户，真正做到按需精准定向，为广告客户提升投放精准度。

百视通依托上海广播电视台、上海东方传媒集团有限公司深厚的视频资源及用户资源，搭建云平台及大数据分析系统，借助三网融合趋势，从多个维度发力视频行业，建立电视新媒体智能广告管理和投放系统与大数据智能挖掘系统两个大数据应用系统，由传统影视向游戏、购物、支付等生态化方向发展。但与其他视频网站平台相比，受众以电视用户为主体量较小，在移动视频领域中相对弱势。另一方面视频平台同质化严重，用户粘性较低，优质内容成为吸引用户的主要因素，百视通在PGC、UGC方面仍需加大投入力度。

# 华数传媒依托“新网络+应用”和“新媒体+内容”服务生成的海量数据发展“大数据+开发”



华数数字电视传媒集团是由杭州文化广播电视集团、浙江广播电视集团等投资的广电新传媒、新网络运营企业。背靠浙江广电集团，拥有较为充足的电视用户，在2016年华数提出“新媒体+内容”、“新网络+应用”、“大数据+开发”的三大战略，从内容、应用、大数据几个方面发力。华数较早布局大数据产业，搭建自有大数据平台，推出阿拉丁推荐、数据罗盘等数据产品以服务广大用户，逐渐向智能城市、智慧家庭和智慧行业应用方向发展。

华数作为浙江广电旗下成员，在内容生产上占据优势，但受众以电视用户为主，在移动互联网领域布局有限。随着消费升级、娱乐升级，小米等硬件厂商、湖南卫视等传统内容生产商以及各类互联网企业各自布局视频内容，视频行业竞争日益白热化，移动视频流量被主流视频网站垄断，如何打造差异化视频内容、优质会员服务成为吸引用户的关键。



# 百度云、搜索数据等大数据产品为爱奇艺大数据发展奠定了基础

## 爱奇艺大数据

### 一搜百映

- 爱奇艺根据用户在百度上的搜索信息来为其推送广告，既减少了对非目标用户的广告打扰，优化了视频广告服务，又可以吸引更多的企业广告主投放广告

### 绿镜功能

- “绿镜”功能是爱奇艺公司依托大数据分析算法，推出的一种视频编辑功能，该功能通过筛选、整理和分析每天搜集到的大量的用户视频观看数据，自动判断用户的喜好，将精彩内容抽离出来，生成受关注程度最高的“精华版”视频

### “千人千面”的个性化推荐

- 爱奇艺通过对百度搜索数据、爱奇艺搜索数据的分析，以及视频观看内容的数据根基，根据不同用户属性提供内容的个性化推荐，在内容及广告上实现千人千面

### 爱奇艺指数，闪植及随时购

- 以用户数据为基础，推出爱奇艺指数，通过分析视频数据，掌握视频内容中的明星资源，与广告营销结合，实现闪植、随时购等新型营销模式，替代传统生硬的硬广形式

### 利用数据发力自制内容

- 爱奇艺在对百度搜索数据的分析基础上，推出一系列自制视频内容

首先百度拥有丰富的用户数据资源，为爱奇艺提供导流，而爱奇艺通过爱奇艺华策影视、爱奇艺影业等打造多款自制产品，在发力优质内容的版权购买与自制内容，从而积累了大量移动视频用户。

在用户数据积累之后，爱奇艺推出一搜百映、绿镜、爱奇艺指数等相关的大数据产品，一方面为用户提供视频观看的个性化、便利性，另一方面优化了数据增值服务，提供更为有效的营销方式，从而增加了其视频网站的品牌价值。爱奇艺大数据布局已相对完善，将在自制节目、闪植、随时购等环节中进一步发力。

# PART 4

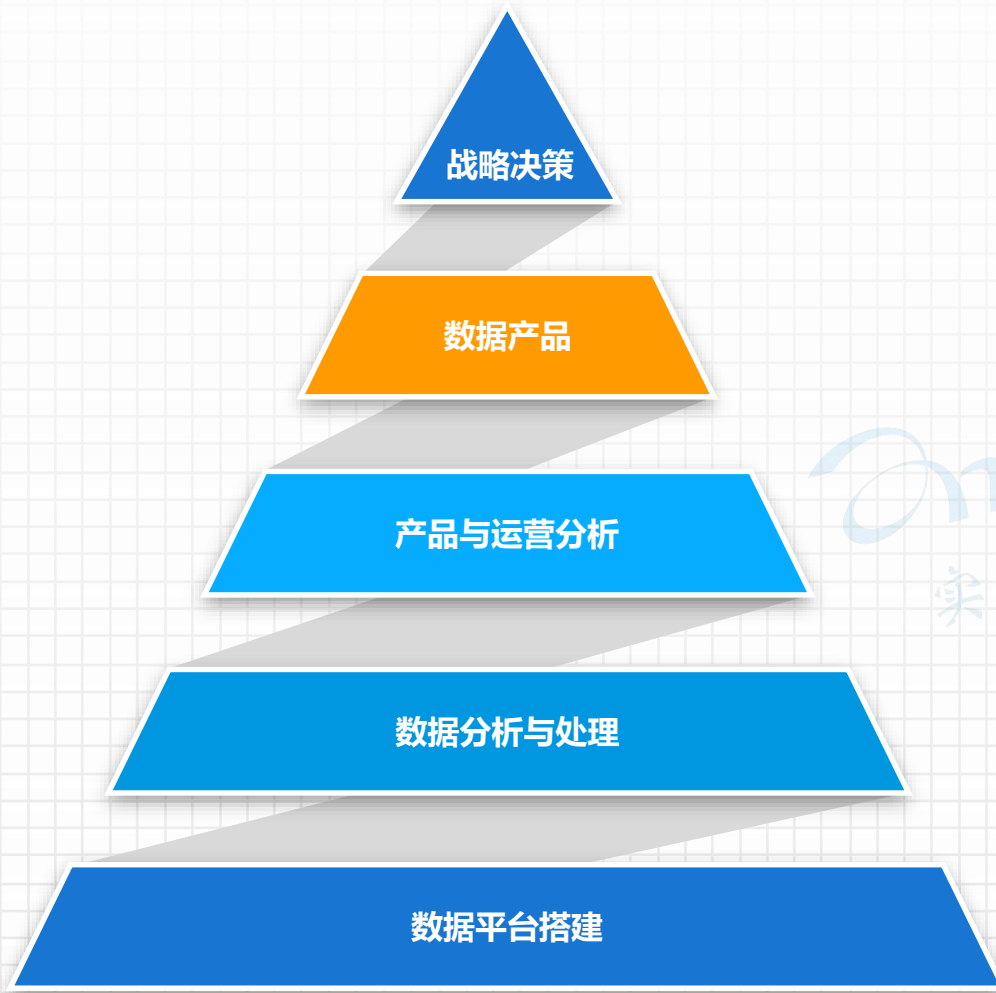


## 移动视频大数据未来发展趋势

© Analysys 易观

[www.analysys.cn](http://www.analysys.cn)

# 移动视频大数据以数据增值服务为主，各移动视频厂商仍需进一步加强大数据能力构建



结合内部的大数据形成决策层的数据视图，也要结合外部数据尤其是各种竞争情报监控数据、国外趋势研究数据来辅助决策层进行战略分析

发现问题，优化经营策略，同时在大数据产业下，通过跨城、跨业务等数据的整合分析，推动产业创新合作

通过数据反馈的产品及运营问题，对相应的产品及运营进行整改调试，实现个性化推荐、用户生命周期、数据运营体系等基准运营操作

对海量数据进行进一步的分析与处理，实现数据的可视化输出，挖掘数据背后的价值

建立数据平台，通过平台进行用户数据的收集与处理，建立数据规范



经营分析及决策能力

产业合作创新能力

现有业务运营能力

营销流程的管控能力

数据增值服务能力

数据安全保障能力

品牌宣传能力

内容创新能力

用户数据收集、整理、分析能力



# 人工智能、物联网赋能大数据产业，移动视频大数据助力精细化运营与多样化营销



# 实时分析驱动用户资产成长

• 易观千帆 • 易观万像 • 易观方舟 • 易观博阅



易观订阅号



易观千帆试用