

中国网络版权产业 发展报告 (2018)

国家版权局
网络版权产业研究基地

2019.04.26



目录

Contents

01.2018年中国网络版权产业格局和新气象

02.2018年中国网络版权细分产业发展现状和新亮点

03.2018年中国网络版权产业新特征



2018年中国网络版权产业 新格局

1

1.1 产业规模：2018年中国网络版权产业市场规模突破7400亿元

- 2018年中国网络版权产业规模达**7423**亿元，同比增长**16.6%**，市场空间增长约**1059**亿元。
- 面对2018年充满变化的国内外形势，中国网络版权产业积极进行结构调整、提升创作质量、布局海外市场、运用新兴技术，在新起点上调整再出发，实现了平稳快速发展。

2013-2018年

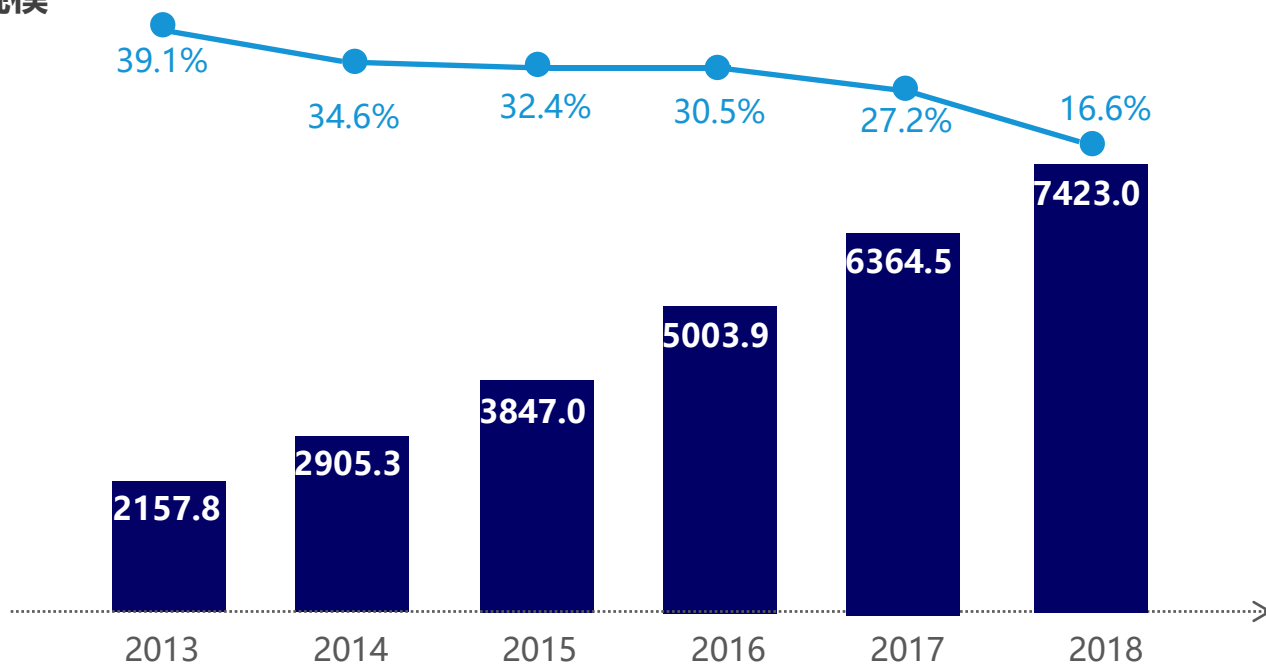
中国网络版权产业市场规模

■ 规模 (亿元)

— 同比增长 (%)

数据来源：

中国音像与数字出版协会、中国音数协
游戏工委、艾瑞咨询、艺恩智库，腾讯
研究院综合测算，2019.2



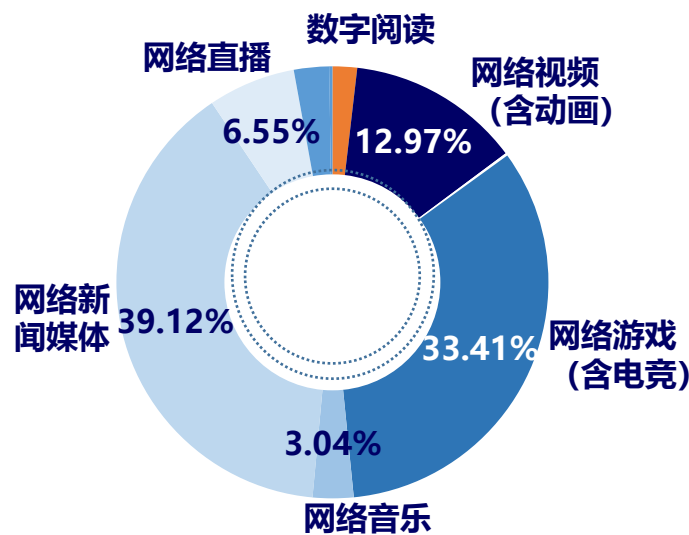
1.2 产业结构：新闻、游戏和视频是三大支柱，新业态发展势头迅猛

- 网络新闻媒体、网络游戏、网络视频是网络版权产业的主要构成部分，合计贡献**85%**的份额。
- 新业态盈利模式逐步成型，直播、动漫、短视频等业态占比显著提高，产业结构更为多元化。

2018年中国网络版权细分产业市场规模

细分网络版权产业	市场规模 (亿元)	规模占比 (%)
数字阅读	136.3	1.84%
网络视频 (含动画) *	962.7	12.97%
网络漫画 (不含动画) *	15.0	0.20%
网络游戏 (含电竞)	2480.0	33.41%
网络音乐	226.0	3.04%
网络新闻媒体*	2904.0	39.12%
网络直播	485.8	6.55%
网络短视频	195.2	2.63%
虚拟现实与增强现实	18.0	0.24%

2018年中国网络版权产业细分结构



数据来源：中国音像与数字出版协会、中国音数协游戏工委、艾瑞咨询、艺恩智库，腾讯研究院综合测算，2019.2

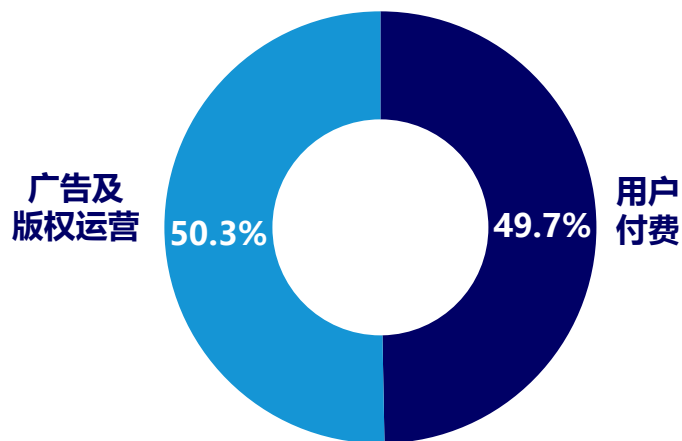
1.3 盈利模式：用户付费占比近半，广告收入稳步增长

- 2018年中国网络版权产业整体用户付费规模接近**3686**亿，同比2017年增长**15.8%**，其中网络视频和数字阅读牵引作用突出，网络游戏和直播用户付费增速放缓，而两者交叉的电竞直播则是亮点。
- 用户付费占比继2017年首次过半后微降，原因是短视频等新动能产业以广告营销为主要盈利模式，提升了广告收入规模。

2018年中国网络版权产业中用户付费规模*

细分网络版权产业	用户付费规模（亿元）
数字阅读用户付费	122.7
网络视频（含动画）用户付费	355.0
网络漫画用户付费	15.0
网络游戏（含电竞）用户付费	2480.0
网络音乐用户付费	220.0
网络媒体内容（含知识）付费	30.0
网络直播用户打赏	437.2
网络短视频用户打赏	18.0
VR/AR内容用户付费	8.0
总计约合	3685.9

2018年中国网络版权产业盈利模式



数据来源：

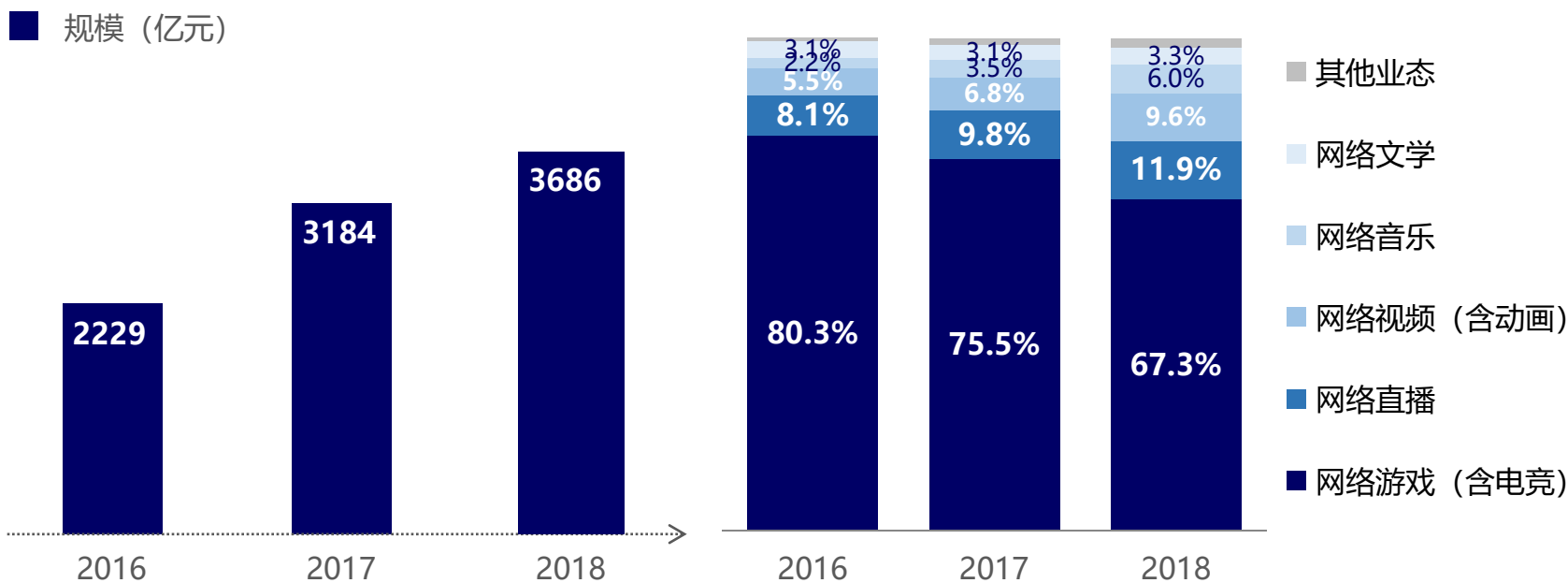
中国音像与数字出版协会、中国音数协游戏工委、艾瑞咨询、艺恩智库，腾讯研究院综合测算，2019.2

1.4 用户付费：付费规模三年增长近1500亿，视听付费占比显著提高

- 2016-2018三年时间内，中国网络版权产业整体用户付费规模持续增长，从**2229亿元**增长到**3686亿元**，增长**65%**。
- 用户付费规模结构看，2016年网络游戏占比较大，但2018年该比例显著降低，用户付费消费的内容更为多样化，特别是网络视听类内容的占比迅速扩大。

2016-2018年中国网络版权产业用户付费规模

2016-2018年中国网络版权产业用户付费结构



数据来源：中国音像与数字出版协会、中国音数协游戏工委、艾瑞咨询、艺恩智库，腾讯研究院综合测算，2019.2

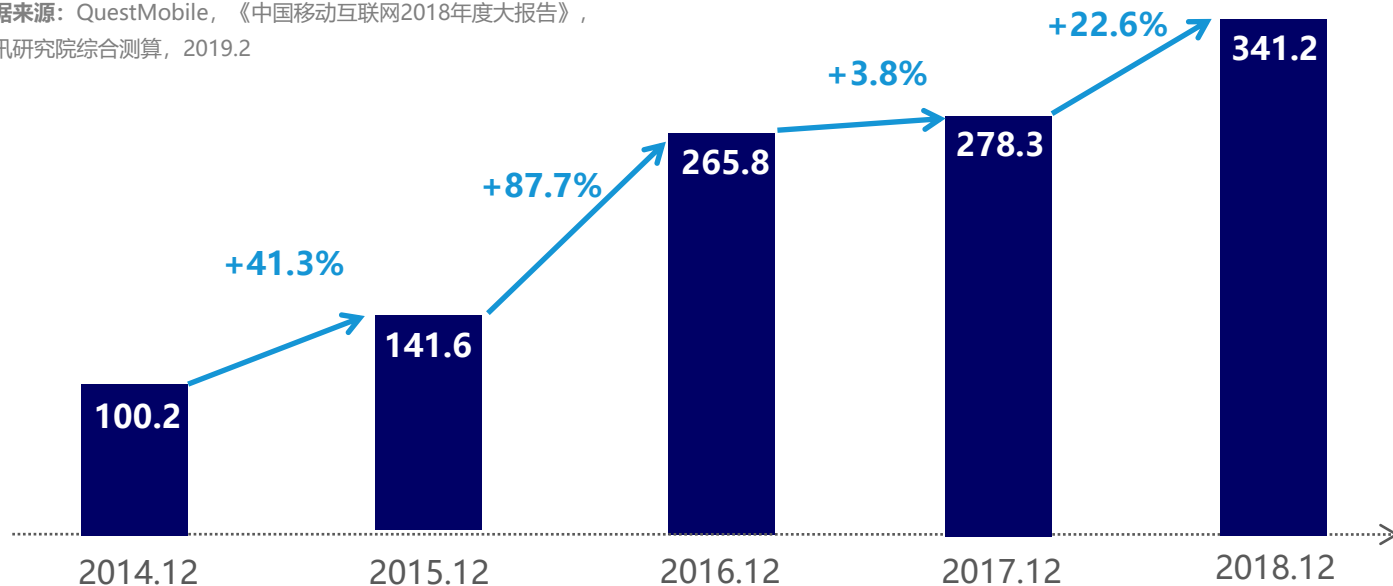
1.5 用户和流量：网络版权产业整体流量仍持续增长

- 2018年中国移动互联网用户的人均使用时长实现高增长，同比增长超**22%**。以人均单日计算，增加约一个小时。
- 主要动力来自四五线城市和乡镇的互联网渗透率提高，以及视频类内容的用户黏性提高。

中国移动互联网用户人均单日使用时长

■ 时长 (分钟) — 同比增长 (%)

数据来源：QuestMobile, 《中国移动互联网2018年度大报告》，
腾讯研究院综合测算，2019.2





2018年中国网络版权细分产业 发展现状和新亮点

2

数字阅读新发展：

版权运营不断深化，内容融合到产业融合



2.1

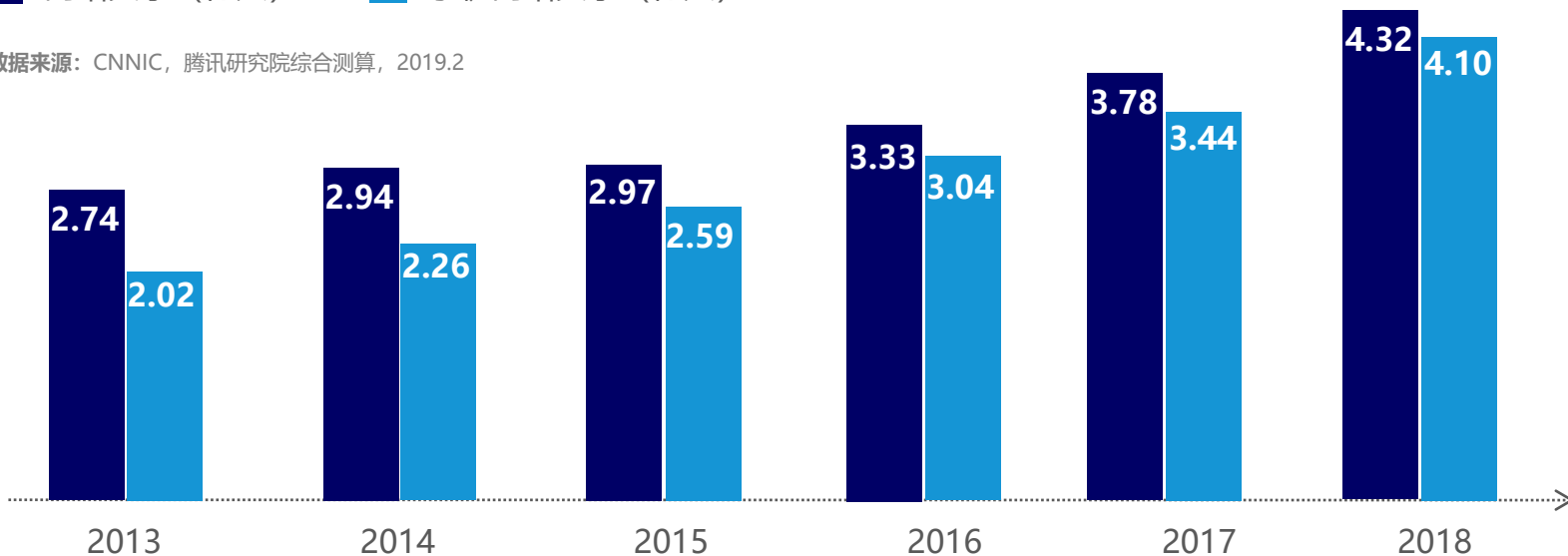
2.1.1 用户规模：精品网文+成功改编影视，新增用户5000万

- 2018年中国网络文学用户规模达**4.32亿人**，较2017年增加**5427万人**，网民渗透率达**52.1%**；手机网络文学用户规模达到**4.10亿**，较2017年增加**6666万人**，手机网民渗透率达**50.2%**。
- 得益于版权环境改善，网络文学在优质内容创作和作家培养培优上成效显著，加之改编影视剧的反向带动，以及免费阅读的普及，吸引了数千万的新读者。

2013-2018年中国网络文学用户规模

■ 网络文学（亿人） ■ 手机网络文学（亿人）

数据来源：CNNIC，腾讯研究院综合测算，2019.2



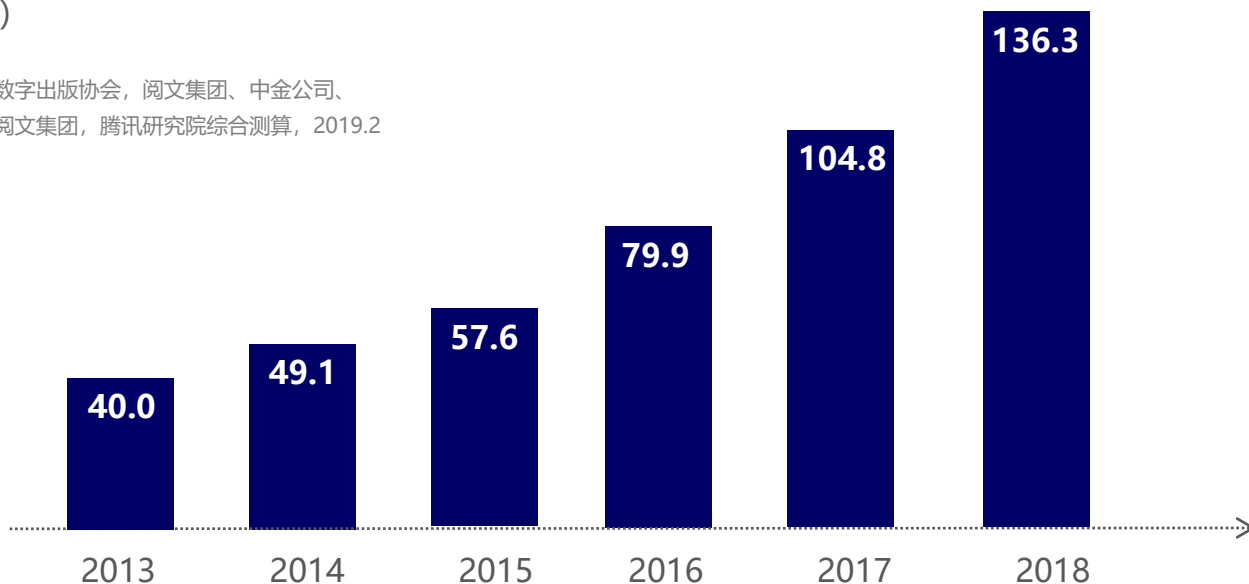
2.1.2 市场规模：用户付费+IP开发运营，市场规模达130亿

- 2018年网络文学市场规模达**90.5亿元**，电子书市场规模达**45.8亿元**，数字阅读市场总规模**136.3亿元**，同比增长**30%**。
- 市场规模增长呈现双引擎驱动：一方面来自用户付费阅读的市场培育取得成效，营收强劲增长；另一方面网络文学IP加速改编为其他版权内容，版权运营的营收进入快速增长期。

2013-2018年中国数字阅读市场规模

■ 规模 (亿元)

数据来源：中国音像与数字出版协会，阅文集团、中金公司、中泰证券，艾瑞咨询，阅文集团，腾讯研究院综合测算，2019.2



网络视频产业：

抓精品，重运营，广告与会员收入双增长



2.2

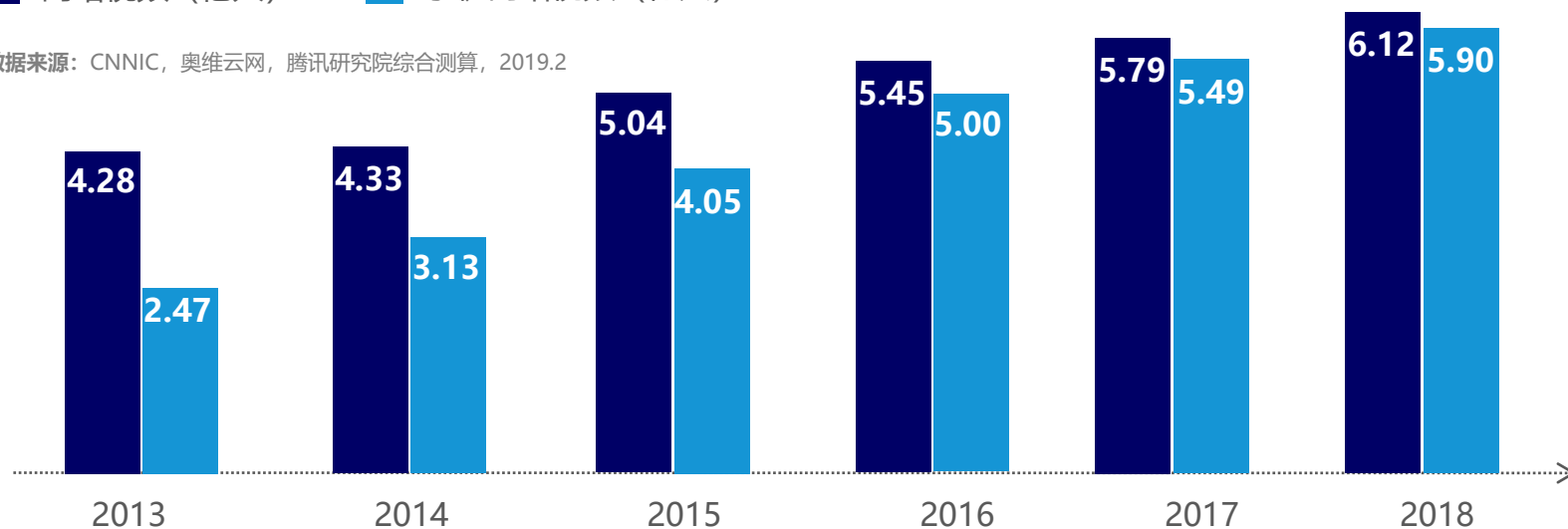
2.2.1 用户规模：硬件终端+精品内容，用户规模突破6亿

- 2018年中国网络视频用户规模达**6.12亿人**，较2017年增加**3309万人**，网民渗透率达**73.9%**；手机网络视频用户规模达到**5.90亿**，较2017年增加**4101万人**，手机网民渗透率达**72.2%**。
- 2018年OTT（智能电视和网络机顶盒）普及率提升，激活量突破**2.1亿台**，内置网络视频应用对家庭客厅场景的渗透增强。
- 视频平台狠抓影视综艺节目的内容质量，保持了用户吸引力。

2013-2018年中国网络视频用户规模

■ 网络视频（亿人） ■ 手机网络视频（亿人）

数据来源：CNNIC，奥维云网，腾讯研究院综合测算，2019.2



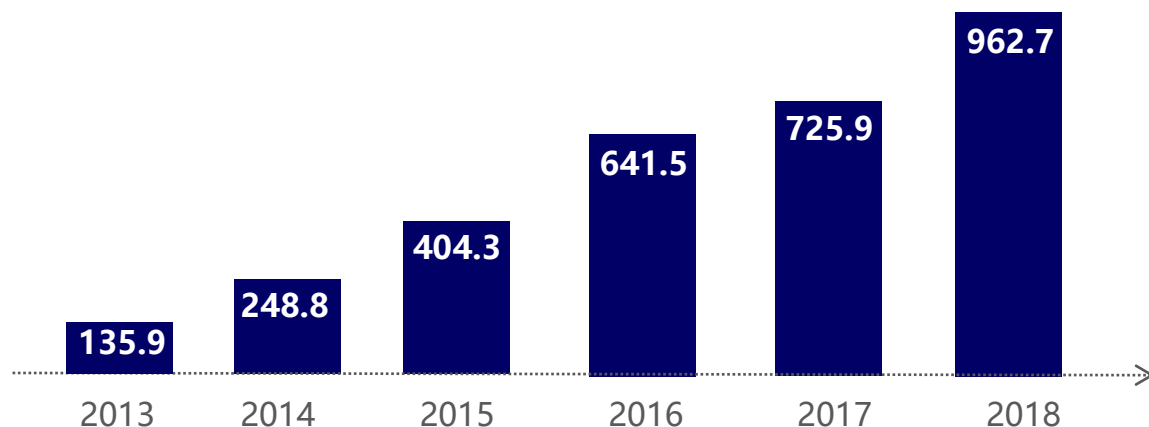
2.2.2 市场规模:视频广告原生化, 会员运营精细化, 总规模近千亿

- 2018年中国网络视频市场规模达到**963亿元**, 同比增长突破**32%**。
- 广告收入规模达**454亿元**, 同比增长**26%**, 占整体市场规模比例**47.1%**。
- 网络视频付费会员规模迅速增长, 到2018年各平台未去重总计已达到**2.3亿**会员。
- 网络视频用户付费市场规模为**355亿元**, 同比增长**62.8%**, 占整体市场规模比例**37%**。

2013-2018年中国网络视频市场规模

■ 规模 (亿元)

数据来源: 艾瑞咨询, 《2018年中国动漫行业报告》,
腾讯研究院综合测算, 2019.2



网络动漫新局面：

基数扩大黏性增强，收入结构日益稳健



2.3

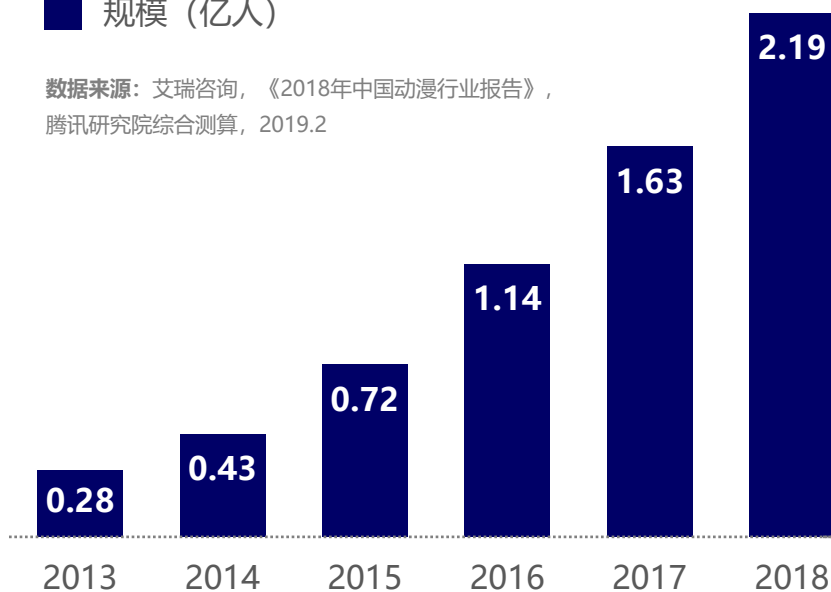
2.3.1 用户规模：用户大众化+内容黏性强，用户规模超2亿

- 2018年中国动漫用户规模突破**3.5亿人**，其中网络动漫用户达到**2.19亿人**，伴随优质作品的不断出现，未来网络动漫用户基数将继续扩充。
- 网络动漫在80、90后等年龄段的渗透率也在增强，为创作面向成年人市场的深度动漫内容提供了土壤。

2012-2018年中国网络动漫用户规模

■ 规模 (亿人)

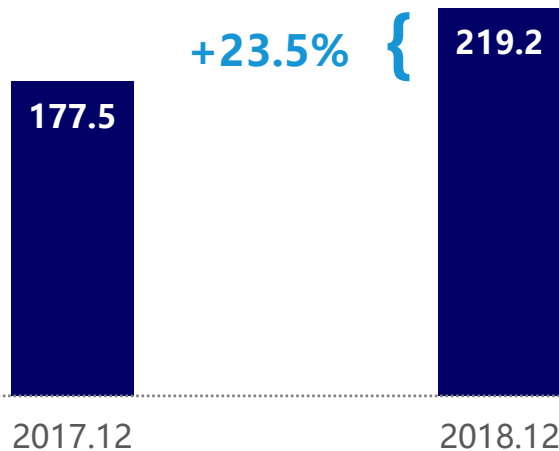
数据来源：艾瑞咨询，《2018年中国动漫行业报告》，
腾讯研究院综合测算，2019.2



2017-2018年中国手机动漫用户人均月度投入时长

■ 时长 (分钟) — 同比增长

数据来源：QuestMobile，《中国移动互联网年度大报告》，
腾讯研究院综合测算，2019.2



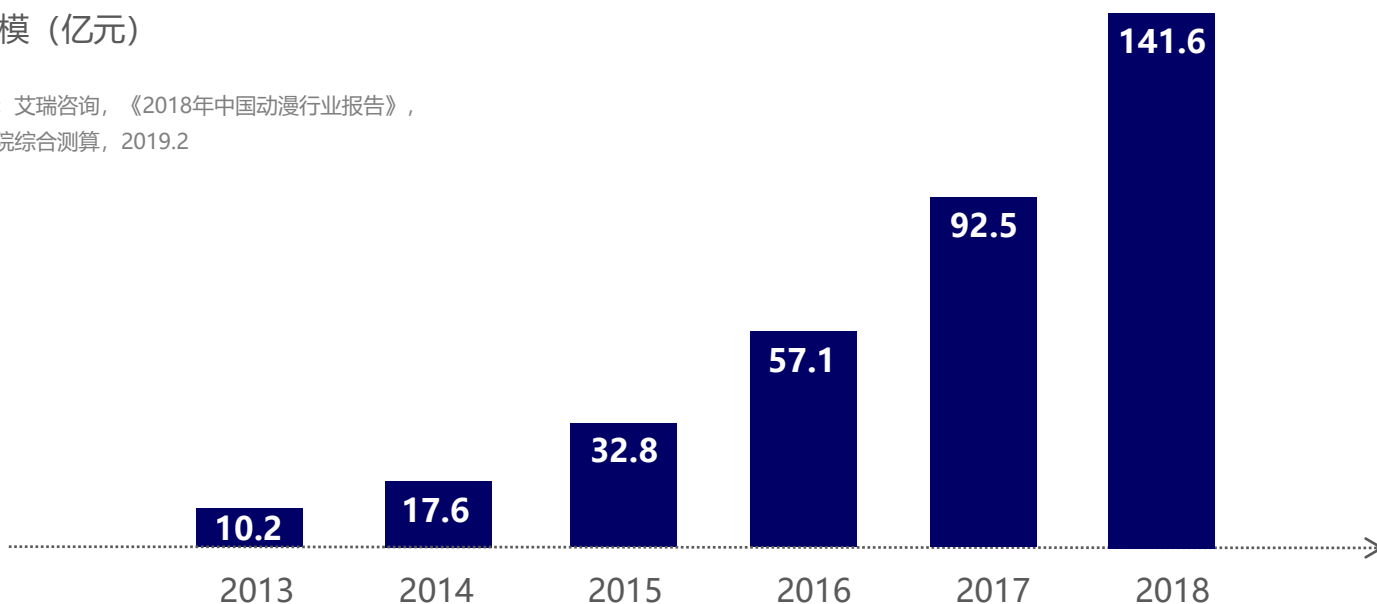
2.3.2 市场规模：广告+付费+IP授权，多元模式保障可持续增长

- 2018年网络动漫内容市场规模（不包括动漫周边产品）已增长至**141.6亿元**，同比增长**53%**。
- 广告+用户付费+IP授权构成动漫产业多元盈利模式。

2012-2018年中国网络动漫内容市场规模

■ 规模（亿元）

数据来源：艾瑞咨询，《2018年中国动漫行业报告》，
腾讯研究院综合测算，2019.2



网络游戏新引擎：

电竞游戏乘风而起，海外布局日趋紧要



2.4

2.4.1 市场规模：适应新形势 + 开拓新市场，市场规模2480亿

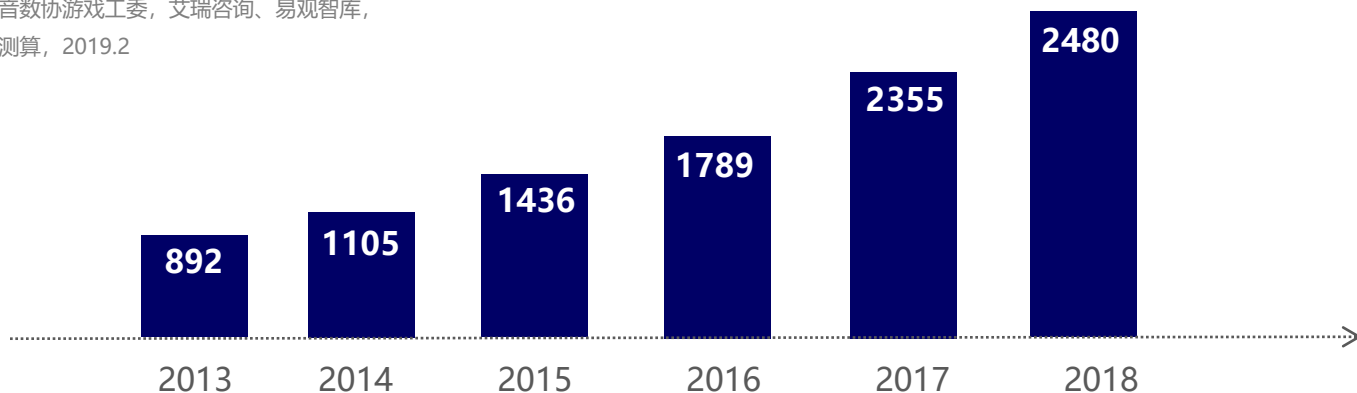
- 2018年中国网络游戏市场规模为**2480亿元**，同比增速**5.3%**。
- 网络游戏企业主动变革，聚焦电竞游戏、国风游戏、功能游戏和海外市场等增长新动能，稳增长的目标得以实现。

2013-2018年中国网络游戏*市场规模

■ 规模（亿元）

*网络游戏市场规模包括PC端游、PC页游、移动游戏市场规模总计，此处不含电竞生态和主机游戏市场规模

数据来源：中国音数协游戏工委，艾瑞咨询、易观智库，腾讯研究院综合测算，2019.2



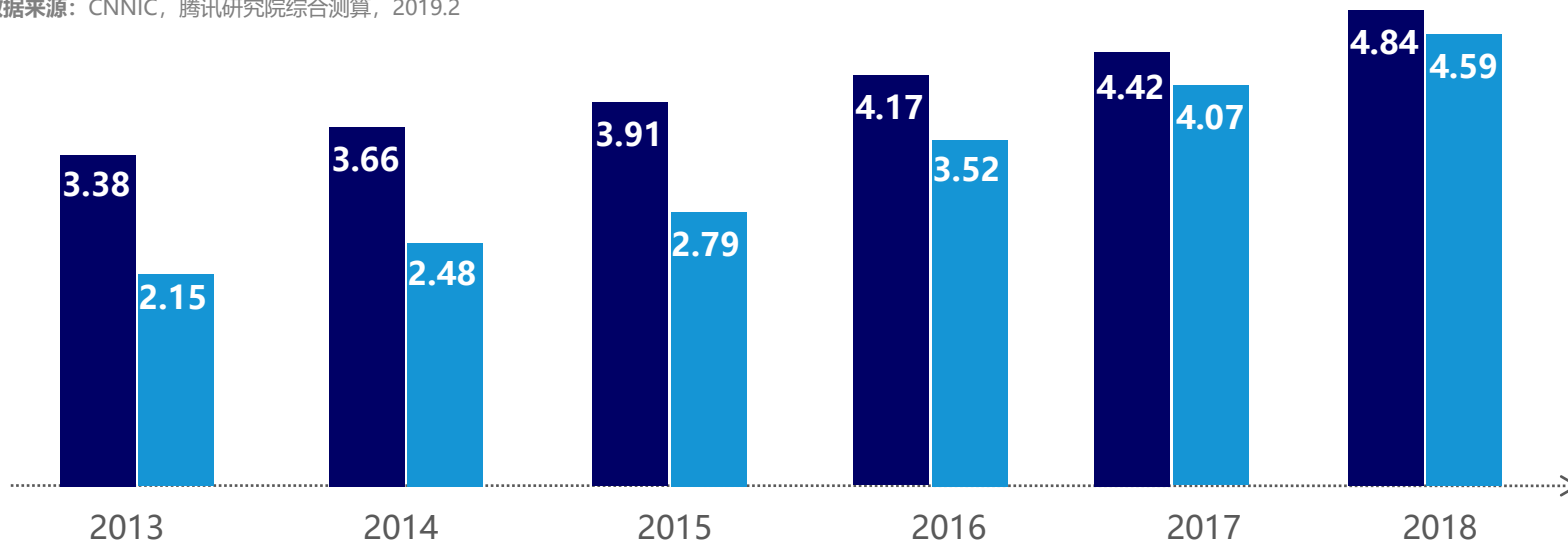
2.4.2 用户规模：电竞新潮拉动网游用户数量稳步增长

- 2018年中国网络游戏用户规模达**4.84亿人**，较2017年增加**4224万人**，网民渗透率达**58.4%**；手机网络游戏用户规模达到**4.59亿**，较2017年增加**5169万人**，手机网民渗透率达**56.2%**。
- 2018年网络游戏在电竞新潮带动下用户基数继续扩大。国内电竞赛事体系不断成型，联赛和俱乐部运营步入正轨，知名选手及团队不断涌现。

2013-2018年中国网络游戏用户规模

■ 网络游戏（亿人） ■ 手机网络游戏（亿人）

数据来源：CNNIC，腾讯研究院综合测算，2019.2



网络音乐新趋向：

平台扩展消费场景，音乐+模式保障增长



2.5

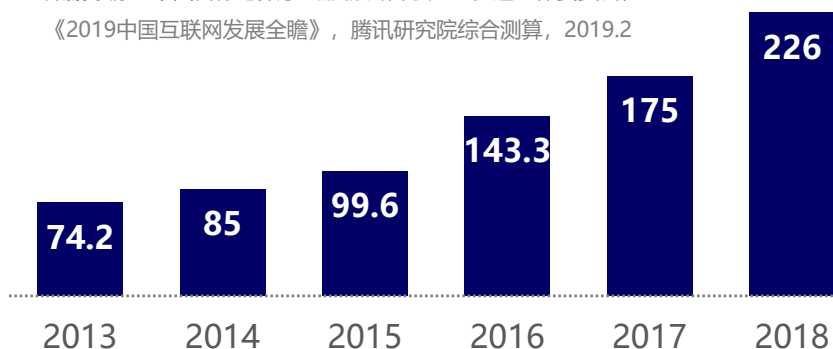
2.5.1 市场规模：“音乐+”业态推动市场规模与用户规模大幅提升

- 2018年中国网络音乐市场规模达到**226亿元**，同比增长**29%**。
- 2018年中国网络音乐用户规模达**5.76亿人**，较2017年增加**2751万人**，网民渗透率达**69.5%**；手机网络音乐用户规模达到**5.53亿**，较2017年增加**4123万人**，手机网民渗透率达**67.7%**。
- “音乐+”业态迅速普及，网络K歌的线上线下联动继续深化，音乐平台纳入直播打赏模式，音乐推广尝试社交元素，多元模式确保产业活力。

2012-2018年中国网络音乐*市场规模

■ 规模 (亿元)

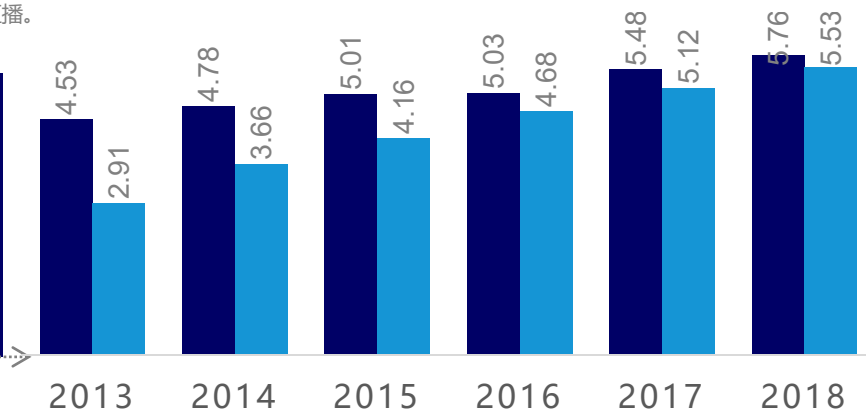
*网络音乐市场规模指PC端和移动端各类音乐服务产值，此处不含电信音乐增值业务收入：包含音乐App端的直播收入，不再重复计入网络直播。
数据来源：中国音像与数字出版协会音乐产业促进工作委员会，《2019中国互联网发展全览》，腾讯研究院综合测算，2019.2



2013-2018年中国网络音乐用户规模

■ 网络音乐 (亿人) ■ 手机网络音乐 (亿人)

数据来源：CNNIC，腾讯研究院综合测算，2019.2



网络新闻媒体新形态：

人工智能精准推送，融合发展多向探索



2.6

2.6.1 用户规模：优质内容+新媒体融合发展，用户规模达6.7亿

- 2018年中国网络新闻用户规模达**6.75**亿人，较2017年增加**4.5%**，网民渗透率达**81.4%**；手机网络新闻用户规模达到**6.53**亿，较2017年增加**5.4%**，手机网民渗透率达**79.9%**。
- 2018年网络新闻继续落实新媒体融合发展战略，以优质内容为根基，以科技创新为动能，将AI新闻自动写作、短视频、动漫、语音播报等纳为新闻报道的有益补充，吸引更多用户。

2013-2018年

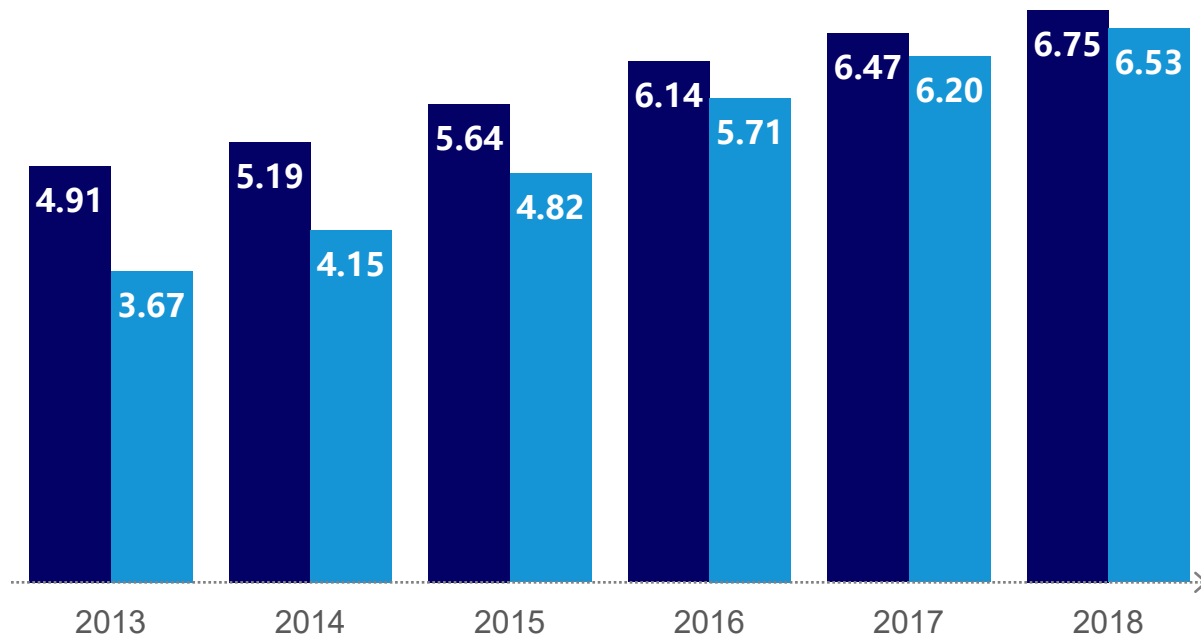
中国网络新闻用户规模

■ 网络新闻 (亿人)

■ 手机网络新闻 (亿人)

数据来源：

CNNIC，腾讯研究院综合测算，2019.2



2.6.2 市场规模：信息流广告+多元探索，整体网络广告市场达2900亿

- 由于信息流广告与媒体原生内容的契合度继续提高，拉动整体网媒广告市场规模，2018年已达**2904**亿元，同比增长仍高于**30%**。
- 网络媒体形态日新月异，媒体深度结合社交元素，以资讯内容为基础，营造线上线下互动社群，并引入电商元素、嵌入直播短视频、尝试付费会员，不断探索实践新媒体融合发展路径。

2013-2018年

中国网络媒体广告市场规模

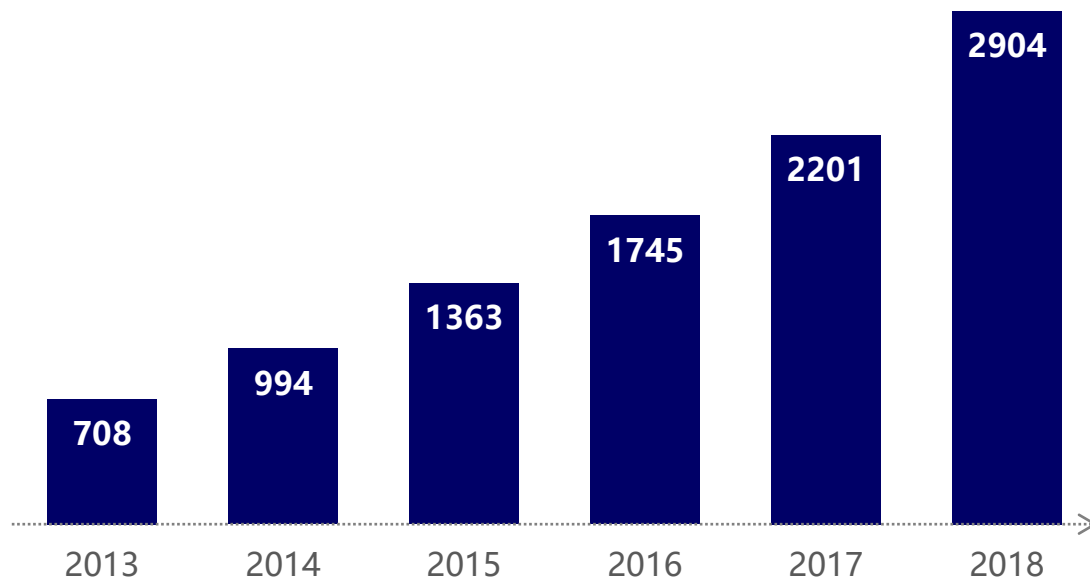
■ 规模（亿元）

注：

网络媒体不仅包含纯粹的新闻资讯网站和应用，也包含各类生产版权内容的垂直媒体、社交媒体、自媒体平台、媒体社区以及搜索引擎社区和搜索联盟网站，但不含电商网站。

数据来源：

艾瑞咨询，《2019年中国互联网发展全瞻》，
腾讯研究院综合测算，2019.2



网络直播新变化：

直短交叉扩充供给，深度内容优化体验



2.7

2.7.1 用户规模：整体规模下降，但游戏直播增速明显

- 2018年中国网络直播用户规模达**3.97**亿人，较2017年减少**2533**万人，网民渗透率达**47.9%**；但其中游戏直播用户规模达到**2.38**亿人，较2017年增加**1391**万人，网民渗透率达**28.7%**。
- 2018年游戏直播借助电竞列入亚运会表演项目的契机取得迅猛发展，中国选手屡获重量级电竞赛事冠军又为游戏直播带来创纪录的用户关注，游戏直播市场规模突破**140**亿元，同比增长**62%**。

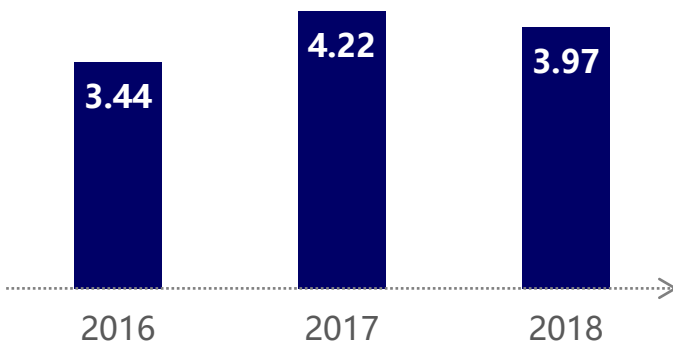
2016-2018年

中国网络直播用户规模

■ 整体网络直播（亿元）

数据来源：

CNNIC，腾讯研究院综合测算，2019.2



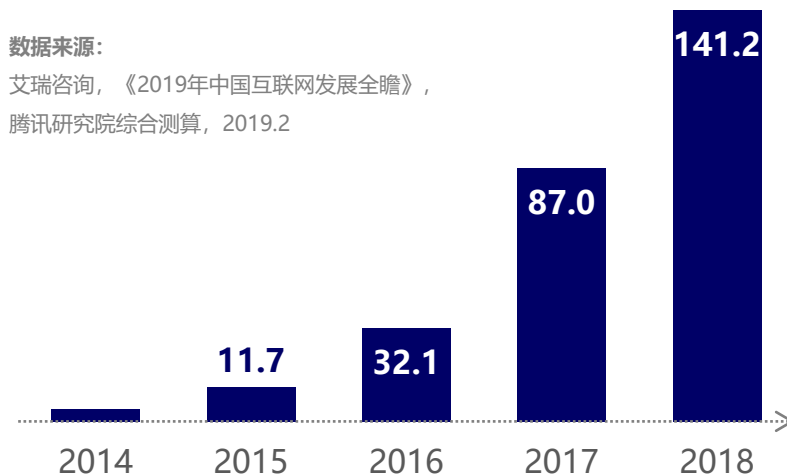
2014-2018年

中国游戏直播行业市场规模

■ 规模（亿元）

数据来源：

艾瑞咨询，《2019年中国互联网发展全景》，
腾讯研究院综合测算，2019.2



2.7.2 市场规模：网络直播市场增速放缓，积极探索多元盈利模式

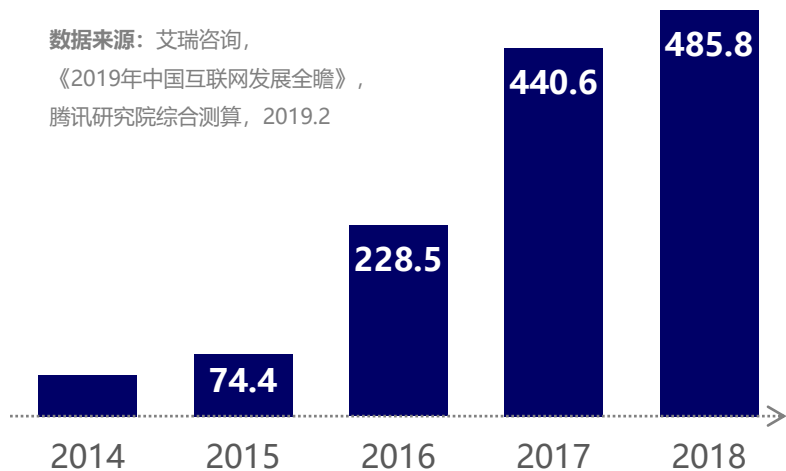
- 2018年中国网络直播市场规模近**486**亿，同比增长**10%**，用户付费营收占比**90%**，产业拥有庞大的用户基础和完备的商业模式。
- 未来网络直播将更为重视头部内容的精品化，随着摄制设备的超清化和5G带来的带宽提升，以及节目原创策划和自制分发的能力升级，网络直播的内容质量有望进一步提升。

2014-2018年

中国网络（泛娱乐）直播市场规模

■ 规模（亿元）

数据来源：艾瑞咨询，
《2019年中国互联网发展全景》，
腾讯研究院综合测算，2019.2

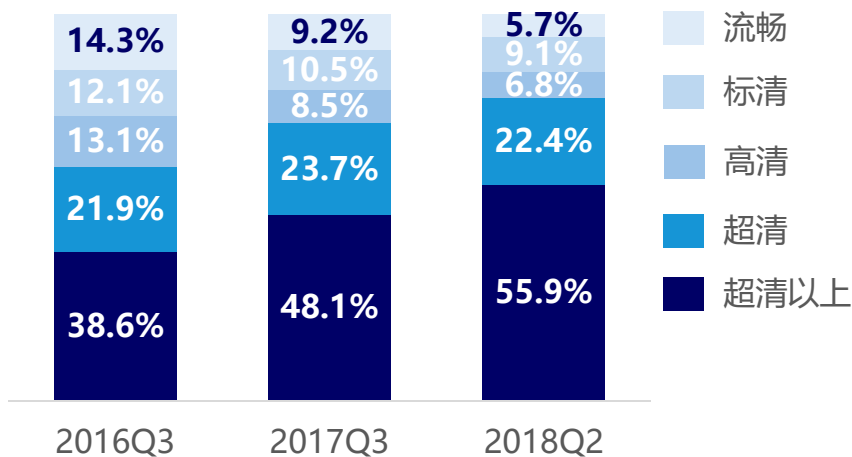


2016-2018年

中国游戏直播推流清晰度分布

数据来源：

网宿科技，《2018上半年中国网络直播行业景气指数及短视频报告》，
腾讯研究院综合测算，2019.2



网络短视频新进化：

时长占比优势明显，业态融合消弭边界



2.8

2.8.1 用户规模:超长时长+高度黏性:短视频应用用户规模突破6亿

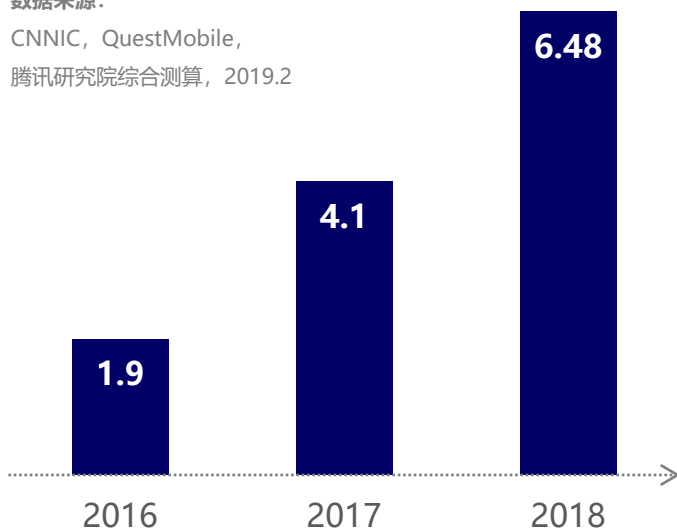
- 2018年中国短视频用户规模已达**6.48**亿人，较2017年增加约**2.4**亿人，手机网民渗透率达**79.3%**。
- 2018年底用户对短视频的月度使用时长同比增长**170%**。短视频使用时长占移动互联网总时长比率已从2016年**1.2%**连续高倍增长到2018年的**11.4%**。是流量增长最快的网络版权业态。

2016-2018年中国网络短视频用户规模

■ 规模 (亿人)

数据来源:

CNNIC, QuestMobile,
腾讯研究院综合测算, 2019.2

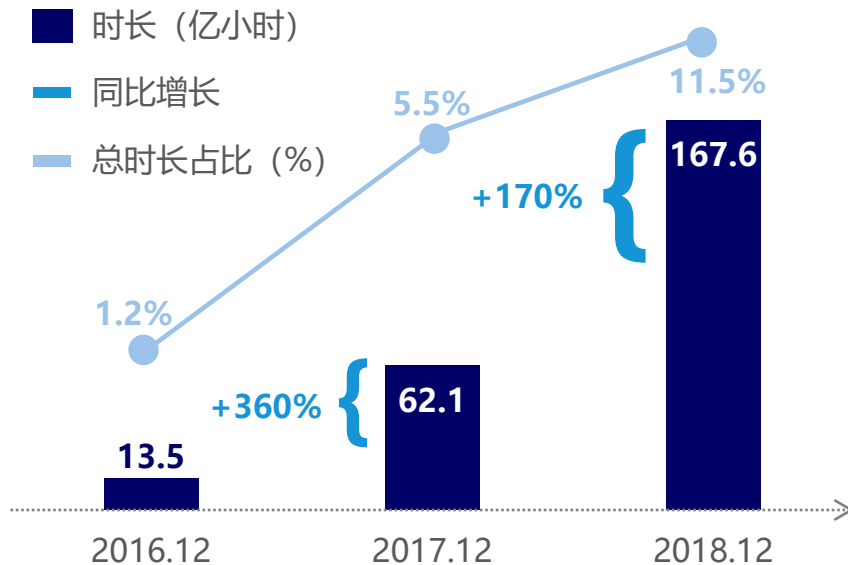


2016-2018年中国短视频用户月总使用时长

■ 时长 (亿小时)

— 同比增长

— 总时长占比 (%)



数据来源:

QuestMobile, 《中国移动互联网2018年度大报告》, 腾讯研究院综合测算, 2019.2

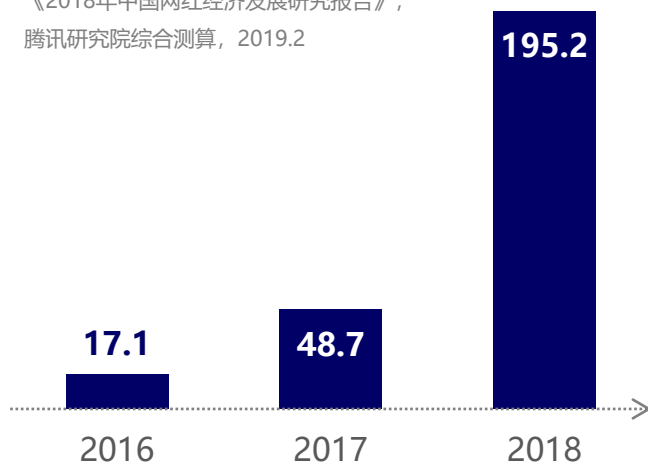
2.8.2 市场规模：业态融合+一站式平台，短视频市场规模接近200亿

- 2018年短视频流量迅猛增长，吸引了广告厂商的青睐，市场规模突飞猛进至**195**亿元。
- 短视频与其他版权业态的融合取得了显著的叠加效应，将各细分版权产业的边界模糊化，推动视听平台、资讯平台向一体化一站式大平台发展。

2016-2018年中国短视频市场规模

■ 规模 (亿元)

数据来源：艾瑞咨询，
《2018年中国网红经济发展研究报告》，
腾讯研究院综合测算，2019.2

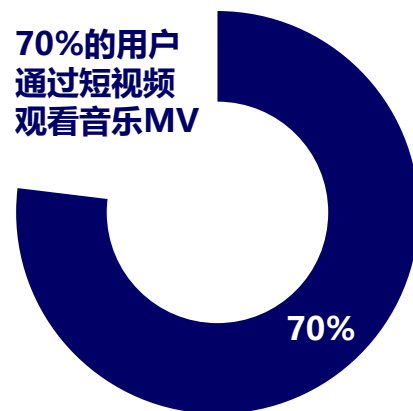
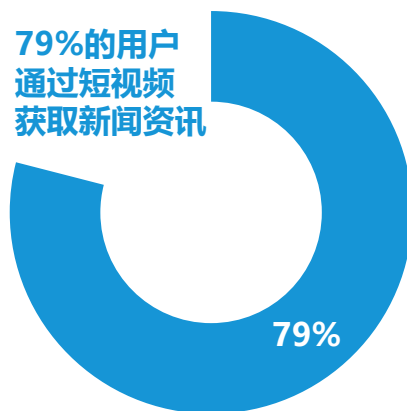


2018年

中国短视频用户对其他网络版权内容交叉使用情况

数据来源：

TrustData, 《2018年短视频行业发展简析》，腾讯研究院综合测算，2019.2





2018年中国网络版权产业 发展新气象

3

2018年中国网络版权产业五大新气象

1

主动承担社会责任，反映现实生活，弘扬传统文化

2

用户版权意识显著提高，付费意愿增强

3

版权产业跨界融合，产业生态不断创新

4

创作形式持续创新，技术推动产业发展

5

海外布局力度加大，原创文化全球认可