

2017-2022年中国互联网电 视市场深度研究与投资前景评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国互联网电视市场深度研究与投资前景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/A718943981.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

电视市场市场发展多年，市场容量相对稳定，每年整体电视市场销售量在4000--5000万台，未来几年由于具有互联网功能的智能电视的发展和普及，电视可能迎来加速换机的潮流，未来几年市场将有较为快速的增长。而在电视市场当中，智能电视已经成为发展主流，因此未来几年智能电视的渗透率将会不断提升，传统的电视机将会逐渐退出市场。2016年智能电视的渗透率可能突破85%。

2013年中国智能电视市场开始高速增长，2013年至今都是智能电视发展的黄金时期，智能电视的保有量迅速提升。未来3--5年智能电视将会进一步普及，可能带来一波电视换机高峰期，智能电视的普及率将实现快速提升。智能电视设备的普及，将会为互联网电视整体生态的发展奠定坚实的基础，整体内容层面的收入及广告收入都以足够的用户量为前提。未来随着设备的普及，整体互联网电视生态系统的收入也会得到快速提升。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国互联网电视市场深度研究与投资前景评估报告》共十三章。首先介绍了互联网电视产业相关概念及发展环境，接着分析了中国互联网电视产业行业规模及消费需求，然后对中国互联网电视产业行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国互联网电视产业行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国互联网电视产业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 互联网电视产业发展预测 16

第一节 国内发展互联网电视产业的用户背景 16

一、宽带用户数 16

二、人均可支配收入 17

三、家庭住户数 18

四、彩电市场规模 18

五、数字电视用户数 19

第二节 互联网电视发展的阶段性标志 19

第三节 互联网电视产业用户数及收入数预测 21

第二章 2016年中国互联网电视产业发展综合分析 24

第一节 2016年中国IPTV市场发展分析 24

一、中国IPTV牌照运营商现状分析 24

互联网电视集成平台由节目集成和播出系统、EPG管理系统、客户端管理系统、计费系统、DRM数字版权保护系统等主要功能系统完整组成，互联网电视集成机构对所建集成平台应当独家拥有资产控制权和运营权、管理权。互联网电视集成机构应当建立互联网电视独立的用户管理，计费认证体系，不得与传输网络运营商合作进行互联网电视业务的用户管理、计费认证工作。集成机构所选择合作的互联网电视终端产品，只能嵌入一个互联网电视集成平台的地址，终端产品与平台之间是完全绑定的关系，集成平台对终端产品的控制和管理具有唯一性。

2016年中国互联网电视集成牌照发放情况

牌照商	验收时间	集成平台播出呼号	内容平台播出呼号	运营主体
央视国际	2010年6月	中国互联网电视	CNTV	未来电视有限公司
百视通	2010年7月	BBTV网视通	东方网络电视	百视通新媒体股份有限公司
杭州华数	2010年8月	华夏互联网电视	华数互联网电视	华数传媒网络有限公司
南方传媒	2011年3月	互联八方	云视听	广东南广影视互动技术有限公司
湖南电视台	2011年5月	和丰互联网电视	芒果TV	快乐阳光互动娱乐传媒有限公司
中国国际广播电台	2011年6月	环球网视	CIBN互联网电视	电视国广东方网络(北京)公司
中央人民广播电台	2011年11月	中央银河互联网电视	央广TV	央广新媒体文化传媒(北京)有限公司

七家牌照商中，起步较早动作较多的是百视通和华数，目前积累了一定的用户资源。另外起步稍晚的央视动作也较多，先后与腾讯、小米、乐视等互联网企业开展合作，积极扩大用户资源。南方传媒前期主要借助合作方优朋普乐进行业务的扩展，之后与腾讯合作较为密切。中央人民广播电台主要借助旗下合资公司银河互联网电视公司来开展业务。湖南电视台的芒果TV自身既是牌照商又有大量内容，直接与终端厂商进行合作。

2016年中国牌照商发展情况比较

牌照商	特点	合作
央视国际	拥有政策和内容资源优势	与小米合作紧密
百视通	技术、市场资源和运营积累	全产业链积累，直接同终端厂商合作；依靠风行网进一步拓展市场
杭州华数	市场导向型，胆大灵活	与阿里巴巴合作，在互联网机顶盒领域表现出色
南方传媒	借助第三方优势，合作方推动力度较大	与优朋普乐，腾讯等进行合作
湖南电视台	内容和品牌优势	自有独家内容丰富，与终端厂商直接合作
中国国际广播电台	拥有国际化资源优势	与优酷深度合作，与搜狐、PPTV、VST等

也有内容层面合作 中央人民广播电台 合作灵活性上有优势 主要与爱奇艺合作，推动同终端厂商的合作

二、中国IPTV市场仍需进一步发展 25

三、中国IPTV市场期待破局 27

四、中国式IPTV在磨合中发展 28

第二节 2016年中国IPTV产业链分析 31

一、内容供应商的发展以渠道为主 31

二、频道运营商发展仍有缺失 32

三、广电运营商承担角色混乱 34

四、电信运营商业务定位不明朗 37

五、生产厂家积极推进市场发展 39

第三节 2016年中国互联网电视市场存在问题综述 42

一、制约中国IPTV发展的主要问题解析 42

二、阻碍中国IPTV发展的几个因素 43

三、IPTV面临标准、市场及政策“三重门” 49

四、国内IPTV发展存在硬伤 52

五、IPTV的发展面临的五大障碍 53

六、中国IPTV产业链存在六大问题 54

第四节 2016年中国互联网电视发展对策分析 56

一、中国IPTV发展需要更多耐心 56

二、中国IPTV业务成功关键发展因素解析 58

三、应对IPTV发展瓶颈的策略分析 61

四、IPTV共赢需要产业链环节 联盟 64

五、发展IPTV需要突破思维短板 66

第三章 2016年中国互联网电视运营态势分析 70

第一节 2016年IPTV运营模式分析 70

一、IPTV的运营模式概述 70

二、中国的IPTV运营模式和美国的差别 72

三、互联网电视的产业链包括五个环节 74

四、中国IPTV建网及运营模式 75

五、三种策略来降解广电、电信的冲突	77
六、中国各地IPTV运营模式比较分析	78
第二节 2016年中国IPTV的商业、业务盈利模式分析	80
一、IPTV的商业模式与赢利模式分析	80
二、中国IPTV业务模式分析	85
三、IPTV的业务及其商业模式的创新趋势	88
四、中国IPTV商业模式及监管政策探析	90
第三节 2016年中国三网融合分析	90
一、IPTV和三网融合概述	90
三、PP互联网电视	95
四、IPTV是促进三网融合的开端	96
五、IPTV发展触动“三网融合”监管本质	102
第四节 2016年中国IPTV运营标准状况	103
一、IPTV标准制定凸显中国力量	103
二、IPTV通信行业标准的发展状况	105
三、IPTV技术与标准存在多种问题	109
四、中国IPTV不能简单套用“洋标准”	111
五、IPTV标准面临的问题及发展对策	113
第四章 2016年中国互联网电视行业市场发展环境分析	118
第一节 2016年中国经济环境分析	118
一、国民经济运行情况GDP(季度更新)	118
二、消费价格指数CPI、PPI(按月度更新)	118
三、全国居民收入情况(季度更新)	119
四、恩格尔系数(年度更新)	121
五、工业发展形势(季度更新)	121
六、固定资产投资情况(季度更新)	124
七、中国汇率调整(人民币升值)	126
八、对外贸易&进出口	127
第二节 2016年中国互联网电视行业政策环境分析	128
一、互联网电视产业政策分析	128
二、互联网电视发展的政策解读	131

三、商用互联网电视还缺少政策“催化” 134

第三节 2016年中国互联网电视行业社会环境分析 136

一、人口环境分析 136

二、教育环境分析 137

三、文化环境分析 138

四、生态环境分析 138

五、中国城镇化率 140

六、居民的各种消费观念和习惯 140

第五章 用户对互联网电视机的消费行为分析 143

第一节 现有用户购买互联网电视机行为分析 143

第二节 潜在用户对互联网电视机的偏好分析 144

第六章 2016年基于互联网电视的业务需求分析 146

第一节 2016年互联网电视用户使用情况分析 146

第二节 2016年互联网电视用户各类业务认知情况调研分析 146

第三节 2016年互联网电视业务的需求分析 147

一、不同家庭规模下对于互联网电视的需求分析 147

二、不同家庭收入下对于互联网电视的需求分析 148

三、不同经济区域对于互联网电视业务的需求分析 148

第七章 2016年中国互联网电视业务用户行为分析 150

第一节 电视节目内容喜好 150

第二节 增值业务偏好 150

第三节 资费模式偏好 151

一、不同家庭规模下对于计费方式的喜好比例分析 151

二、不同家庭收入下对于计费方式的喜好比例分析 151

三、不同经济区域对于计费方式的偏好分布 152

第四节 使用互联网电视业务关注的主要因素 152

第五节 互联网电视用户评价分析 153

一、用户对互联网电视机价格因素的评价 153

二、用户对基于互联网电视业务资费满意度的评价 153

- 三、用户对目前电视不满意的主要因素 154
- 四、用户使用互联网电视的消极因素 154
- 五、不考虑费用时用户对互联网电视的评价 155
- 第六节 互联网电视用户期望分析 155

第八章 2016年中国互联网电视用户特征 156

第一节 消费者基本构成 156

- 一、年龄结构 156
- 二、家庭收入水平 156
- 三、家庭居住人数构成 157
- 四、家庭带宽构成 157
- 五、用户连网方式构成 158
- 六、用户区域分布 158

第二节 消费者基本特征 159

第三节 潜在用户基本构成 160

- 一、年龄结构 160
- 二、家庭收入水平 160
- 三、家庭居住人数构成 161
- 四、家庭带宽构成 161
- 五、家庭内部网络覆盖方式构成 162
- 六、用户区域分布 162

第九章 2016年中国互联网电视牌照运营商业务分析S 164

第一节 上海文广 164

- 一、用户规模 164
- 二、业务规模 164
- 三、业务收入 165
- 四、分布地区 165

第二节 央视国际 165

- 一、用户规模 165
- 二、业务规模 165
- 三、业务收入 166

四、分布地区 166

第三节 南方传媒 167

一、用户规模 167

二、业务规模 167

三、业务收入 169

四、分布地区 169

第四节 中国国际广播电台 169

一、用户规模 169

二、业务规模 169

三、业务收入 170

四、分布地区 171

第五节 杭州华数 171

一、用户规模 171

二、业务规模 171

三、业务收入 173

四、分布地区 173

第六节 江苏电视台 173

一、用户规模 173

二、业务规模 174

三、业务收入 175

四、分布地区 175

第七节 北京华夏安业科技有限公司 175

一、用户规模 175

二、业务规模 175

三、业务收入 176

四、分布地区 176

第十章 2016年中国互联网电视电信运营商市场业务分析 177

第一节 上海电信 177

一、发展模式研究 177

二、用户规模 178

三、业务规模 178

四、业务收入 181

五、分布地区 181

第二节 杭州网通 182

一、发展模式研究 182

二、用户规模 183

三、业务规模 183

四、业务收入 184

五、分布地区 184

第三节 山东联通 184

一、发展模式研究 184

二、用户规模 186

三、业务规模 186

四、业务收入 186

五、分布地区 187

第十一章 2017-2022年中国互联网电视发展前景预测分析 188

第一节 2017-2022年世界互联网电视发展趋势分析 188

一、全球IPTV发展前景广阔 188

二、世界发展IPTV具有战略前景 188

三、世界IPTV迎来黄金发展时期 189

四、世界IPTV市场营收预测 190

第二节 2017-2022年中国互联网电视发展趋势分析 190

一、中国IPTV未来发展趋势预测 190

二、中国互联网电视市场热点及前景预测 191

三、中国IPTV发展阶段预测 192

四、IPTV四大增值业务发展预测 193

五、互联网电视商业模式发展建议与预测 196

第三节 2017-2022年中国互联网电视产业盈利预测分析 197

第十二章 2017-2022年中国互联网电视投资机会与风险分析 200

第一节 2017-2022年中国互联网电视行业投资环境分析 200

第二节 2017-2022年中国互联网电视行业投资机会分析 204

一、中国IPTV产业凸显投资机会	204
二、半导体公司和设备制造商看好互联网电视市场商机	205
三、中国IPTV市场面临奥运机会	207
第三节 2017-2022年中国互联网电视行业投资风险分析	208
一、市场竞争风险分析	208
二、政策风险分析	208
三、技术风险分析	209
第四节 专家建议	209

第十三章 互联网电视产业发展建议 213 (ZY CW)

第一节 对互联网电视机市场发展建议	213
第二节 互联网电视业务发展建议	214
第三节 互联网电视产业盈利模式建议	215

图表目录：

图表1：2009-2016年我国宽带用户数	16
图表2：2017-2022年我国互联网电视产业用户数预测	22
图表3：2017-2022年我国互联网电视产业收入数预测	22
图表4：频道运营商分类	32
图表5：广电运营商发展	34
图表6：IPTV系统/解决方案厂家发展	39
图表7：终端设备厂家发展	41
图表8：软件厂家发展	42
图表9：硬件设备厂家发展	42
图表10：IPTV商业模式	60
图表11：国外主要IPTV运营模式	70
图表12：国内主要IPTV运营模式	75
图表13：IPTV的商业模式	81
图表14：IPTV的价值链模型	82
图表15：IPTV ARPU收入变化趋势	85
图表16：2008-2016年国内生产总值及其增长速度	118
图表17：2016年居民消费价格月度涨跌幅度	119

图表18：2016年居民消费价格比上年涨跌幅度 119

图表19：2008-2016年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 120

图表20：2008-2016年城镇居民人均纯收入及其实际增长速度 120

图表21：2001-2016年恩格尔系数 121

图表22：2008-2016年全部工业增加值及其增长速度 121

图表23：2016年主要工业产品产量及其增长速度 122

图表24：2008-2016年全社会固定资产投资及其增长速度 124

图表25：2016年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 125

图表26：2016年固定资产投资新增主要生产能力 125

图表27：人民币汇率走势图 126

图表28：2008-2016年货物进出口总额 127

图表29：2016年年末人口数及其构成 137

图表30：2008-2016年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 137

图表31：用户购买互联网电视机原因 143

图表32：用户购机渠道分布 143

图表33：用户购机价格分布 143

图表34：互联网电视资讯受众接收渠道的分布 144

图表35：用户对购买互联网电视机关注因素的评价 144

图表36：用户意向购买的互联网电视机价位分布 145

图表37：是否开通了基于互联网电视的业务 146

图表38：对基于互联网电视的业务满意度评价 146

图表39：用户对基于互联网电视业务的认知度 146

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/A718943981.html>