

# 2018-2024年中国网络电视 行业市场运营态势与投资潜力咨询报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2018-2024年中国网络电视行业市场运营态势与投资潜力咨询报告》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/xiaojiadian/L85043G1X7.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

网络电视以网络视频资源为主体，将电视机、个人电脑及手持设备作为显示终端，实现数字电视、时移电视、互动电视等服务。网络电视行业发展前景分析：互联网电视快速放量，用户普及率突破10%关键点。相关数据显示：2014年是互联网电视第一个放量销售的年份，当年智能电视销售渗透率超过50%，行业累计存量接近3000万台左右，存量用户渗透率达到5%。2015年，智能电视渗透率达到70%以上，电视互联网累计用户超过5000万，渗透率跨越10%的关键点，龙头公司单家激活终端数量接近1500万台，日均活跃用户接近1000万，达到规模运营起点。用户流量持续发生转移，是价值转移的基础条件。互联网电视同时具备电视大屏高清、舒适的良好观看感受，以及互联网视频丰富、便捷的观看体验。不仅不断分流着用户观看传统电视节目的时间，也将流失到PC、PAD、手机端的用户拉回了客厅。参照TCL多媒体运营监测数据，我们可以看到，近年来用户观看互联网电视节目的时长快速增长，而传统电视节目的时间受到不断侵蚀。而用户流量的持续转移，是产业链价值转移的基础条件。随着传统电视广告与收视市场价值转移，以及部分新兴业态快速成熟，互联网电视产业链即将率先迎来近1500亿市场价值的转移和释放。除了传统电视产业链价值的转移，互联网电视同时创造了电影点播等新兴的付费生态，未来的市场空间同样不可小视。网络电视发展方向：1、网游市场将平移至IPTV 随着大屏幕平板电视的大幅降价，如今的游戏玩家已不再满足于在相对有限的电脑屏幕上玩游戏了。因此，在大屏幕电视上玩游戏将成为一种新的潮流。网游用户作为IPTV锁定的重要用户，这部分用户的潜在消费能力决不能小视。或许在未来相当长的一段时间内，游戏用户很可能会成为IPTV业务最重要的收入来源。尽管国家广电总局已经禁止游戏类电视节目在模拟电视上播出，不过由于IPTV不属于模拟电视的范畴，因此在游戏节目播放上，IPTV并不受到该条例的限制，也就是说游戏的禁播令对于IPTV而言不存在约束力。所以将游戏内容与IPTV结合市场前景将会比广电网络更加广阔。新闻出版总署高层也曾在媒体上公开表示：一旦网络电视启动，现在网络游戏市场将平移至IPTV。2、打开信息服务新互动模式 目前中国电信已经发展了19万多IPTV用户，其中有12.9万用户在上海。在上海除了成功开放广电节目外，还提供电视黄页、餐饮、财经、购物等信息服务。上海电信IPTV增加了一种全新的业务模式，用户可以通过遥控器参与东方卫视热播节目“舞林大会”的投票。这是国内首次通过遥控器投票的方式让普通观众参与到真人秀的节目中。据相关统计数据显示，在相同时间段内，上海和哈尔滨两地的IPTV用户共投下5000万选票，而2000万普通电视用户通过手机短信方式参与投票的却仅有4万多。由此可见，与传统手机投票相比，观众参与节目互动的积极性更高，而对于电信运营商来说，利润空间与手机投票相比也更大。此外，用户还可以通过遥控器直接参与竞猜、

问答等活动，此类业务被统称为IPTV的互动消息服务，它能做到更加个性化的消息互动。

3、基于IMS的IPTV体验 IMS，全称IP多媒体子系统，旨在将Internet与移动相融合，从而在任何地点都可以提供即时消息、视频会议等多媒体业务。在融合的网络中，用户可以稳坐家中，可以通过电视收看各大超市的促销信息;也可以通过手机IMS服务在旅游景点了解交通的实时情况。借助IMS融合业务平台，电信运营商可以把业务内容从电视节目扩展到所有资讯领域，把媒体格式从音、视频扩展到文本、图片甚至Flash(闪速)动画。报告目录：第一章 网络电视相关概述1.1 网络电视基本简介1.1.1 网络电视的定义1.1.2 网络电视核心流程1.1.3 网络电视的几种形式1.1.4 网络电视产业链介绍1.2 网络电视的特点与优势1.2.1

IPTV的特点1.2.2 IPTV的优势1.2.3 IPTV发展益处 第二章 2014-2017年世界网络电视发展分析2.1 2014-2017年全球网络电视发展总况2.1.1 世界IPTV产业发展局势日渐明朗2.1.2 世界主要地区和国家IPTV用户发展概述2.1.3 世界IPTV业务发展与国际化动态分析2.1.4 全球IPTV用户增长情况2.2 美国2.2.1 美国IPTV业务增长简述2.2.2 美国IPTV发展特点分析2.2.3 2015年美国IPTV市场用户分析2.2.4 2016年美国IPTV市场分析2.3 欧洲地区2.3.1 欧洲IPTV市场发展概况及展望2.3.2 欧洲IPTV市场发展面临的挑战2.3.3 德国IPTV业务发展浅析2.3.4 英国IPTV在穿透率上占有优势2.4 亚太地区2.4.1 亚洲IPTV业务增长迅速2.4.2 亚太地区IPTV市场发展现状2.4.3 日本IPTV发展概况2.4.4 韩国IPTV业务发展分析2.4.5 香港IPTV市场发展综述2.5 其它地区2.5.1 拉美IPTV业务发展现状2.5.2 拉美IPTV市场发展前景展望2.5.3 澳大利亚IPTV市场发展概述 第三章 2014-2017年中国网络电视产业发展分析3.1

2014-2017年中国网络电视发展环境3.1.1 中国IPTV的产生背景3.1.2 我国网络电视发展影响因素解析3.1.3 我国IPTV用户使用行为分析3.2 2014-2017年中国网络电视发展概况3.2.1 国内IPTV发展概述3.2.2 中国IPTV产业发展变化分析3.2.3 中国IPTV用户调查分析3.2.4 国内IPTV市场发展的特点3.2.5 我国IPTV产业发展现状3.3 2014-2017年网络电视产业链的发展3.3.1 设备供应商及设备供应市场3.3.2 平台提供商及平台市场3.3.3 电信运营商及运营市场3.3.4 频道/内容运营商及内容市场3.3.5 芯片及其他技术供应商及市场3.3.6 终端厂商及终端市场3.4 2014-2017年3G时代中国IPTV发展探析3.4.1 3G业务给IPTV发展带来新机遇3.4.2 我国网络电视迈入3G无线时代3.4.3 3G时代IPTV发展的推进与展望3.5 2014-2017年IPTV行业技术发展动态3.5.1 IPTV技术发展概况3.5.2 IPTV系统开放技术进展分析3.5.3

IPTV编解码技术发展之困3.5.4 IPTV终端技术发展趋向3.5.5 视讯技术在IPTV的应用展望 第四章 2016年网络电视发展面临的挑战及对策4.1 网络电视发展存在的问题综述4.1.1

IPTV发展面临的主要问题4.1.2 国内IPTV产业发展的阻力4.1.3 中国IPTV发展的问题及其原因解析4.1.4 中国IPTV发展亟待解决的难题4.1.5 IPTV行业亟待激发盈利潜力4.2 网络电视产业发展对策4.2.1 我国网络电视行业发展建议4.2.2 IPTV阶段性发展策略分析4.2.3 我

国应加强IPTV产业环境建设4.2.4 促进国内IPTV行业发展的政策措施4.2.5 拓宽和发展我国IPTV业务的工作方向4.3 国内外IPTV发展经验借鉴及策略分析4.3.1 国内外IPTV发展经验4.3.2 上海IPTV业务发展的启示4.3.3 中国IPTV发展策略探讨4.4 IPTV产业发展的创新战略4.4.1 业务创新4.4.2 技术创新4.4.3 理念创新 第五章 2014-2017年中国网络电视区域市场发展分析5.1 上海5.1.1 上海成国内IPTV第一城5.1.2 上海加快IPTV增值业务模式探索步伐5.1.3 上海创新IPTV商业模式分析5.1.4 上海IPTV发展展望5.2 杭州5.2.1 杭州IPTV运营概述5.2.2 杭州IPTV模式浅析5.2.3 杭州IPTV发展的不足5.3 哈尔滨5.3.1 哈尔滨IPTV模式发展意义5.3.2 哈尔滨网通探索IPTV多元化合作模式5.3.3 哈尔滨IPTV模式突围5.4 广东5.4.1 广东电信IPTV业务情况5.4.2 广东部分IPTV业务将被限制发展5.4.3 深圳数字电视与IPTV使用对比情况5.5 江苏5.5.1 江苏IPTV模式发展概述5.5.2 江苏IPTV用户规模现状5.5.3 江苏电信IPTV项目覆盖情况5.5.4 江苏IPTV用户量取得重大突破 第六章 2014-2017年中国网络电视运营分析6.1 中国IPTV业务形态与价值链现状6.1.1 中国电视产业商业模式概况6.1.2 IPTV业务形态及价值链现状6.1.3 国内打造IPTV价值链思路6.2 中国网络电视运营模式概况6.2.1 中国六大IPTV商业模式综述6.2.2 国内IPTV产业运营的代表模式6.2.3 IPTV与互动电视主要技术模式对比分析6.2.4 我国IPTV商业模式运营建议6.3 IPTV运营中的三网融合6.3.1 IPTV和三网融合6.3.2 国家政策推进三网融合6.3.3 三网融合面临的机遇与挑战6.3.4 三网融合的历史趋势6.4 中国IPTV运营的标准状况6.4.1 我国IPTV标准化现状6.4.2 IPTV标准研究制定概述6.4.3 国内IPTV标准的研究进展6.4.4 中国制定IPTV技术标准的建议 第七章 2014-2017年中国IPTV增值业务分析7.1 IPTV增值业务相关概述7.1.1 IPTV增值业务简介7.1.2 IPTV增值业务特点及分类7.1.3 IPTV增值业务平台架构7.1.4 IPTV增值业务的开发与部署7.2 2014-2017年中国IPTV增值业务发展概况7.2.1 IPTV增值业务形态分析7.2.2 我国IPTV增值业务发展现状7.2.3 我国IPTV增值业务发展思路探析7.3 2014-2017年IPTV游戏业务7.3.1 游戏业务成上海IPTV发展最好的增值业务7.3.2 中国游戏中心将进军IPTV游戏市场7.3.3 IPTV游戏业务发展亟待解决的问题7.4 2014-2017年IPTV酒店应用业务7.4.1 IPTV在酒店业的应用概述7.4.2 酒店IPTV应用市场前景看好7.4.3 酒店IPTV运营研究7.5 2014-2017年IPTV增值业务案例分析7.5.1 同方易豪IPTV酒店增值业务7.5.2 华夏安业IPTV教育增值业务7.5.3 启天科技IPTV游戏增值业务7.5.4 千家悦公司IPTV浏览器服务7.5.5 上海天铎IPTV房产信息服务7.5.6 鼎亿数码IPTV家庭互动体感游戏服务 第八章 2014-2017年IPTV行业竞争分析8.1 2014-2017年IPTV行业竞争概况8.1.1 全球IPTV行业竞争动态8.1.2 IPTV目标市场上演争夺战8.1.3 从用户角度分析IPTV竞争策略8.2 2014-2017年中国IPTV产业竞争格局8.2.1 运营商竞争格局分析8.2.2 设备商之间的竞争8.2.3 内容提供商之间的竞争8.3 2014-2017年IPTV与数字电视的竞争分析8.3.1 IPTV与数

字电视的比较8.3.2 IPTV与数字电视竞争概况8.3.3 数字电视与IPTV竞争日趋激烈8.3.4

IPTV与数字电视竞争中的发展思路 第九章 网络电视行业投资及发展前景分析9.1 投资机会9.1.1 我国IPTV产业发展前途光明9.1.2 我国政策利好IPTV产业发展9.1.3 制播分离带来的新机遇9.1.4 IPTV被正名利好行业发展9.2 IPTV未来发展趋势9.2.1 全球IPTV产业发展趋势分析9.2.2 我国IPTV产业发展的三大趋势9.2.3 我国网络电视未来三大应用方向9.3 IPTV市场前景预测9.3.1 亚洲IPTV市场增长潜力9.3.2 2018-2024年中国网络电视市场前景预测9.3.3 网络手机电视未来市场需求预测  
9.3.4 农村IPTV市场开发前景广阔 9.3.5 移动网络手机电视发展前景展望

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/xiaojiadian/L85043G1X7.html>