

# 2014-2020年中国IPTV 市场调研与未来发展策略咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2014-2020年中国IPTV市场调研与未来发展策略咨询报告》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.cction.com/report/201406/107503.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

近几年来，总体上看，电信业依然处于由网络泡沫、光纤泡沫和 3 G 泡沫所构成的电信大泡沫破灭后的恢复过程中，但电信大泡沫的破碎并没有停止电信技术和业务的发展势头，反而促进电信业以更加理性和有效的方式发展，一系列发展新势头已开始显露。技术更新速度开始再次加快，建网成本继续大幅度下降，电信运营商压缩成本的努力已接近底线，移动和 I P 对传统固网的冲击和分流日益严重，如此等等。面对新的形势，电信运营商如何适应？如何找到未来的增长点促进公司的持续增长？这是摆在全球电信运营商面前的共同课题。为此，全球电信运营商开始了新的探索——战略转型。其基本思路是，电信行业不仅要从根本上扭转传统的发展思路，不再把服务限制在传统的通信领域中，而且要从更广阔的信息通信服务领域中探寻增长空间，不断进行技术和业务创新，建立新型的企业发展模式和商务模式。作为融合大趋势下的产物——I P T V，不仅能够满足电信运营商业务创新的需求，而且可以为电信运营商转变经营思路，实现战略转型提供切实可行的切入点。

2010年底中国的IPTV用户大约在800万左右，根据数据统计2011年第1季度国内IPTV用户达到983万户。截至2011年12月百视通的用户已经接近1000万、江苏省全省IPTV用户已经超过260万。国内IPTV用户规模已经达到1500万。也即2011年IPTV用户增长数量在600万以上。2011年三网融合之下的IPTV政策环境总体上是规范的，广电不再封杀IPTV。但是在具体执行过程中却遭遇了波折，市场并没有按照政策预定的方向前进。2010年底CNTV和地方广电就已经花费2亿多元完成了两级IPTV播控平台建设，并给百视通的IPTV播控平台限定了上海、哈尔滨、大连和厦门四个城市。广电在三网融合形势下制定了IPTV的耳机播控平台政策，其实是给12个三网融合试点地区的IPTV开了绿灯，本以为电信运营商会很快联手广电在三网融合试点地区迅速扩大IPTV规模。然而，电信运营商在大部分第一批三网融合试点城市中和百视通合作开展IPTV业务，由于各种原因电信运营商拒绝接入CNTV和地方广电的二级播控平台。除云南之外，广电制定的IPTV二级播控平台政策基本落空，CNTV年初发展500万用户的目标也基本落空。

IPTV产业链合作形式要建立多元化发展，才能够走的更远。首先是建立IPTV企业联盟，运营商要发挥积极作用，联合设备供应商、终端厂商、内容服务商、系统集成商等共同促进IPTV产业健康发展。其次是联合研发。可就IPTV关键技术、标准、终端、应用等联合成立研发团队，集中力量攻克IPTV发展的瓶颈，电信运营商要及时将IPTV发展中遇到的问题，尤其是客户反映的问题反馈给合作伙伴，不断改进和完善IPTV业务，提高客户感知。最后是实行终端等研发外包。电信运营商要充分发挥外部资源的优势，将设备、终端、中间件等外包

。四是“引进来、走出去”，加强与外部合作伙伴的交流和沟通，定期举办研讨会等，实现知识的交流和互动。同时，要加强对合作伙伴的管理，引入竞争机制，优胜劣汰，建立良性发展的生态系统，才能够促使企业健康发展。

本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家广电总局、国家海关总署、中国通讯标准化协会、国内外相关报刊杂志的基础信息、IPTV行业研究单位等公布和提供的大量资料以及对行业内企业调研访察所获得的大量第一手数据。

本IPTV行业报告，对我国IPTV市场的发展状况、供需状况、竞争格局、赢利水平、发展趋势、投资机会、风险预测等进行了分析。报告重点分析了IPTV的开发、产销、战略、经营状况等。报告还对IPTV市场风险进行了预测，为IPTV商家、运营企业以及设备生产商提供了新的投资机会和可借鉴的操作模式，对欲在IPTV行业从事资本运作的经济实体等单位准确了解目前中国IPTV行业发展动态，把握企业定位和发展方向有重要参考价值。

## 报告目录

### 第一部分 IPTV行业发展概述

#### 第一章 IPTV相关概述 1

##### 第一节 IPTV基础概述 1

###### 一、IPTV服务类型 1

###### 二、IPTV生态链 1

###### 三、IPTV业务模式 2

###### 四、IP机顶盒的构成与功能 2

###### 五、IPTV技术标准化现状 4

###### 六、IPTV资费标准 14

##### 第二节 IPTV的特点及应用 14

###### 一、技术体系 15

###### 二、业务内容 16

###### 三、主要优势 16

###### 四、用户群 20

##### 第三节 IPTV技术 25

###### 一、IPTV基本技术形态 25

###### 二、IPTV关键技术 26

###### 三、主要技术 27

##### 第四节 影响IPTV发展的宏观经济分析 28

###### 一、居民消费价格指数 28

二、基本面分析	35
三、经济面分析	37
第二部分 IPTV市场发展分析	
第二章 我国IPTV发展现状	43
第一节 总体市场	43
一、规模及用户数增长	43
二、IPTV市场现状及特点	44
三、趋势与预测	48
第二节 区域市场	53
一、上海	53
二、广东	56
三、哈尔滨	57
四、江苏	60
五、杭州	62
六、河南	69
第三章 IPTV存在问题	74
第一节 政策监管问题	74
第二节 技术问题	80
第三节 终端问题	89
第四节 业务模式问题	97
第五节 市场问题	102
第六节 内容问题	106
第七节 盈利模式问题	113
第八节 投资回报问题	118
第三部分 IPTV行业竞争分析	
第四章 IPTV现有商业模式总结分析	120
第一节 价值链合作模式	120
一、电信运营商独立运营模式	122
二、电信运营商+广电运营商合作模式	122
三、电信运营商+广电运营商合作模式+方案提供商	124
四、其他模式	128
第二节 技术发展模式	132

### 第三节 内容及应用发展模式分析 136

- 一、党政远程教育特色模式发展分析 138
- 二、视频娱乐模式发展分析 147
- 三、家庭广告模式发展分析 149
- 四、综合信息服务模式发展分析 153
- 五、楼宇视频广告模式发展分析 158
- 六、酒店模式发展路线发展分析 161
- 七、宽带及移动互联网增值业务发展模式 175

### 第四节 对用户的收费模式分析 182

- 一、内容包月收费模式 183
- 二、频道包月收费模式 185
- 三、与其他电信业务捆绑收费模式 186
- 四、免费模式 186

### 第五节 盈利模式分析 188

- 一、内容收费盈利模式 189
- 二、广告收费盈利模式 189
- 三、增值业务盈利模式 192

### 第六节 终端发展分析 202

## 第五章 IPTV产业链分析 209

### 第一节 产业链组成及细分市场 209

- 一、设备供应商及设备供应市场 209
- 二、平台提供商及平台市场 210
- 三、电信运营商及运营市场 211
- 四、频道/内容运营商及内容市场 212
- 五、芯片及其他技术供应商及市场 213
- 六、终端厂商及终端市场 213
- 七、用户 214

### 第二节 产业链代表企业分析 216

- 一、华为 216
- 二、中兴通讯 221
- 三、上海贝尔阿尔卡特 226
- 四、UT斯达康 231

五、经纬中天	236
六、上海文广	241
第六章 IPTV商业模式评估	250
第一节 IPTV商业模式评估体系	250
第二节 IPTV商业模式评估方法	254
第三节 IPTV商业模式分析	255
第四节 IPTV商业模式评估	265
一、价值链健康高效评测	265
二、可盈利能力评测	268
三、未来潜力评测	273
四、不易效仿性评测	279
五、对客户价值评测	292
六、资源有效整合评测	295
七、不利因素的克服评测	299
八、IPTV商业模式等级评估	301
第四部分 IPTV行业投资机会及风险分析	
第七章 对IPTV商业模式创新设计建议	304
第一节 业务模型设计	304
一、业务规划策略	304
二、频道发展策略	309
第二节 价值链及运营模式策略	313
第三节 目标定位	320
一、目标市场综合定位	320
二、家庭用户市场细分与定位	324
三、行业/企业用户市场细分与定位	326
第四节 内容策略	328
一、IPTV内容缺乏的原因分析	328
二、IPTV内容市场激励策略	331
第五节 盈利模式策略	334
第六节 市场推广策略	338
一、促销	338
二、媒体传播	338

### 三、公关活动 343

#### 第七节 终端推广策略 346

##### 图表目录

图表：IPTV生态链 1

图表：IPTV的主要业务分类 2

图表：专业影视设备行业偿债能力 2

图表：家用影视设备行业偿债能力 2

图表：专业影视设备行业盈利能力 3

图表：家用影视设备行业盈利能力 3

图表：专业影视设备发展能力 3

图表：家用影视设备发展能力 3

图表：世界主要国家（地区）开展IPTV主要提供商 23

图表：2011年居民消费价格月度涨跌幅度 24

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度 24

图表：2006-2011年年末电话用户数 25

图表：IPTV功能介绍 26

图表：用户体验IPTV质量影响因素 26

图表：IPTV三重技术 27

图表：2011年年末人口数及其构成 27

图表：2011年1月居民消费价格指数 28

图表：2011年2月居民消费价格指数 28

图表：2011年3月居民消费价格指数 28

图表：2011年4月居民消费价格指数 28

图表：2011年5月居民消费价格指数 28

图表：2011年6月居民消费价格指数 29

图表：2011年7月居民消费价格指数 29

图表：2011年8月居民消费价格指数 29

图表：2011年9月居民消费价格指数 29

图表：2011年10月居民消费价格指数 29

图表：2011年11月居民消费价格指数 30

图表：2011年12月居民消费价格指数 30

图表：2012年1月居民消费价格指数 30



图表：2012年2月居民消费价格指数 30

图表：2012年3月居民消费价格指数 30

图表：2012年4月居民消费价格指数 31

图表：2011年1月消费者预期指数 31

图表：2011年2月消费者预期指数 31

图表：2011年3月消费者预期指数 31

图表：2011年4月消费者预期指数 31

图表：2011年5月消费者预期指数 31

图表：2011年6月消费者预期指数 31

图表：2011年7月消费者预期指数 31

图表：2011年8月消费者预期指数 32

图表：2011年9月消费者预期指数 32

图表：2011年10月消费者预期指数 32

图表：2011年11月消费者预期指数 32

图表：2011年12月消费者预期指数 32

图表：2012年1月消费者预期指数 32

图表：2012年2月消费者预期指数 32

图表：2012年3月消费者预期指数 32

图表：2012年4月消费者预期指数 33

图表：2011年1月消费者满意指数 33

图表：2011年2月消费者满意指数 33

图表：2011年3月消费者满意指数 33

图表：2011年4月消费者满意指数 33

图表：2011年5月消费者满意指数 33

图表：2011年6月消费者满意指数 33

图表：2011年7月消费者满意指数 33

图表：2011年8月消费者满意指数 34

图表：2011年9月消费者满意指数 34

图表：2011年10月消费者满意指数 34

图表：2011年11月消费者满意指数 34

图表：2011年12月消费者满意指数 34

图表：2012年1月消费者满意指数 34

图表：2012年2月消费者满意指数 34

图表：2012年3月消费者满意指数 34

图表：2012年4月消费者满意指数 35

图表：2011年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况 35

图表：2006-2011年城镇新增就业人数 35

图表：中国最新人口规模情况 36

图表：中国各地区人口数量情况 36

图表：2008-2012我国第一产业增加值统计 37

图表：2008-2012年我国第二产业增加值统计 37

图表：2008-2012年我国第三产业增加值统计 37

图表：2008-2012年我国国内生产总值统计分析 38

图表：2012年固定资产投资完成额统计 38

图表：2006-2011年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 39

图表：2006-2011年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 39

图表：2006-2011年年末国家外汇储备及其增长速度 40

图表：2006-2011年公共财政收入及其增长速度 40

图表：2006-2011年全社会固定资产投资及其增长速度 41

图表：2011年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度 41

图表：IPTV用户数的部分 国家或地区 43

图表：2008-2012年我国IPTV用户数及增长 43

图表：2014-2020年IPTV未来前景网上评测 48

图表：中国电网结构分布 53

图表：上海IPTV市场总结 55

图表：2011-2012年广东IPTV用户数及增长 56

图表：2013年跨年晚会广东电信IPTV节目点播收视份额 57

图表：2011-2012年哈尔滨IPTV用户数及增长 59

图表：2011-2012年江苏IPTV用户数及增长 61

图表：2011-2012年杭州IPTV用户数及增长 68

图表：2011-2012年河南IPTV用户数及增长 71

图表：AM3x平台在香港电信盈科的应用平台 81

图表：IPTV终端管理结构 90

图表：DSLForum终端管理结构 92

图表：HGI终端管理结构 93

图表：HGI终端管理功能分布 94

图表：ATIS终端管理结构 94

图表：党政远程教育系统组成 139

图表：党政远程教育直播频道引入流程 140

图表：党政远程教育本地课件引入流程 140

图表：党政远程教育播控平台 141

图表：安徽党建系统组网图 143

图表：2013年福建全省IPTV用户跨年收视率排名 149

图表：2013年湖南全省IPTV用户跨年收视率排名 150

图表：酒店多媒体服务产业架构 163

图表：应用业务系统部分 成本总体预算 167

图表：OSS运营支撑系统投资总成本预算 168

图表：机顶盒投资总成本 169

图表：酒店IPTV系统平台的直接投资总成本 169

图表：IPTV应用开发 192

图表：IPTV标准化时间表 202

图表：IPTV业务产业链 209

图表：用户收视数据比较 214

图表：用户对IPTV认知程度 215

图表：用户最喜欢的IPTV应用 216

图表：用户IPTV业务支出能力 216

图表：中兴IPTV系统组网结构 221

图表：中兴通讯IPTV解决方案组网图 223

图表：上海贝尔阿尔卡特IPTV解决方案 230

图表：UTIPTV解决方案 231

图表：经纬中天IPTV多媒体网上直播系统 241

图表：IPTV商业模式图 260

图表：IPTV商业模式分析 264

图表：IPTV商业模式价值链健康高效性评测 265

图表：可盈利能力评测图 268

图表：IPTV商业模式未来潜力评测 273

图表：IPTV商业模式不易效仿性评测 279

图表：IPTV商业模式对客户价值评测 292

图表：IPTV商业模式资源整合性评测 295

图表：IPTV商业模式不利因素克服能力评测 299

图表：IPTV商业模式综合评估 301

图表：IPTV业务规划模型 304

图表：IPTV细分频道规划建议 309

图表：IPTV用户细分模型 320

图表：电子信息制造业“十一五”规模指标增长情况表 334

略……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201406/107503.html>