

# 2024-2030年中国互联网电 视行业发展趋势与产业竞争格局报告

## 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

《2024-2030年中国互联网电视行业发展趋势与产业竞争格局报告》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/202408/465460.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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国互联网电视行业发展趋势与产业竞争格局报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

### 第1章：互联网电视行业概念界定及发展环境剖析

#### 1.1 互联网电视行业的概念界定及统计说明

##### 1.1.1 互联网电视的界定

- (1) 互联网电视的界定
- (2) 中国电视业务形态
- (3) 互联网电视终端形态
- (4) 互联网电视与有线电视、IPTV的对比

##### 1.1.2 本报告行业研究范围的界定说明

##### 1.1.3 本报告的数据来源及统计标准说明

#### 1.2 互联网电视行业政策环境

##### 1.2.1 行业监管体系及机构介绍

##### 1.2.2 行业标准体系建设现状

##### 1.2.3 行业发展相关政策规划汇总及解读

- (1) 行业发展相关政策及规划汇总
- (2) 行业发展重点政策及规划解读

##### 1.2.4 政策环境对行业发展的影响分析

#### 1.3 互联网电视行业经济环境

##### 1.3.1 宏观经济发展现状

- (1) 国内GDP增长分析
- (2) 国内工业增加值增长分析

##### 1.3.2 宏观经济发展展望

##### 1.3.3 行业发展与宏观经济相关性分析

#### 1.4 互联网电视行业社会环境

- 1.4.1 居民消费能力及消费意愿提升
- 1.4.2 居民耐用消费品拥有量结构情况
- 1.4.3 网络视频用户持续增长
- 1.4.4 进入智能家居时代
- 1.4.5 社会环境对行业发展的影响分析
- 1.5 互联网电视行业技术环境
  - 1.5.1 互联网电视技术架构及标准要求
  - 1.5.2 互联网电视核心关键技术
    - (1) 编解码技术
    - (2) 语音/语义识别技术
    - (3) 流媒体技术
    - (4) PeerToPeer技术
    - (5) 大数据及云计算技术
    - (6) 4K高清技术
    - (7) 8K超高清技术
  - 1.5.3 互联网电视行业相关技术专利
    - (1) OTT机顶盒
    - (2) 智能电视
  - 1.5.4 互联网电视行业技术研发创新发展趋势
    - (1) CPU+GPU方案有望成为下一代视频编码主流平台
    - (2) SaaS云化解码盛行
    - (3) 8K+5G生态产业链加速成熟
  - 1.5.5 技术环境对行业发展带来的深刻影响分析

## 第2章：全球互联网电视行业发展趋势及前景预测

- 2.1 全球互联网电视行业发展现状及市场规模测算
  - 2.1.1 全球互联网电视行业发展历程
  - 2.1.2 全球互联网电视行业技术环境
    - (1) 互联网基础环境
    - (2) 互联网电视技术环境
  - 2.1.3 互联网电视市场渗透率
  - 2.1.4 全球电视行业出货量及市场结构

(1) 全球电视出货量

(2) 全球电视出货平均尺寸

#### 2.1.5 全球互联网电视终端设备规模

(1) OTT机顶盒

(2) 智能电视

#### 2.2 全球互联网电视行业区域发展格局及重点区域市场研究

##### 2.2.1 全球互联网电视行业区域发展现状

##### 2.2.2 重点区域互联网电视行业发展分析

(1) 美国

(2) 韩国

#### 2.3 全球互联网电视行业企业竞争格局及代表性企业案例分析

##### 2.3.1 全球互联网电视行业的市场竞争格局

(1) OTT机顶盒

(2) 智能电视

##### 2.3.2 全球互联网电视行业代表性企业布局案例

(1) 三星电子

(2) 索尼

##### 2.3.3 全球互联网电视行业企业兼并重组动态

#### 2.4 全球互联网电视行业发展趋势及市场前景预测

##### 2.4.1 全球互联网电视行业发展趋势

##### 2.4.2 全球互联网电视行业市场前景预测

(1) OTT机顶盒

(2) 智能电视

### 第3章：中国互联网电视行业的发展与市场痛点分析

#### 3.1 中国互联网电视行业发展历程及市场现状

##### 3.1.1 中国互联网电视行业发展历程

##### 3.1.2 中国互联网电视市场发展特征

##### 3.1.3 中国互联网电视行业市场规模

(1) 互联网电视集成服务业务收入规模

(2) 互联网电视不同业务用户激活规模

#### 3.2 中国互联网电视行业管理模式

### 3.3 中国电视用户规模及网络接入情况

#### 3.3.1 中国家庭规模及电视保有量

(1) 中国家庭规模情况

(2) 中国电视保有量

#### 3.3.2 中国宽带接入情况及Ipv6改造升级现状

(1) 中国宽带接入情况及宽带速率升级趋势

(2) 中国Ipv6地址数量及改造升级情况

#### 3.3.3 中国互联网络接入设备使用情况

#### 3.3.4 中国电视渗透率及联网电视家庭渗透率

### 3.4 中国互联网电视行业终端设备供需状况分析

#### 3.4.1 中国互联网电视行业终端设备参与者类型及规模

#### 3.4.2 中国互联网电视行业终端设备供给状况

#### 3.4.3 中国互联网电视行业终端设备需求状况

#### 3.4.4 中国居民上网终端使用设备使用率分布及变化

### 3.5 中国互联网电视行业用户行为及平台偏好

#### 3.5.1 中国互联网电视设备日均开机规模及分布情况

#### 3.5.2 OTT终端开机时长及趋势

#### 3.5.3 互联网电视节目类型偏好

#### 3.5.4 互联网电视点播平台偏好

### 3.6 中国互联网电视用户付费及收视情况

#### 3.6.1 互联网电视视频点播及直播状况

#### 3.6.2 互联网电视行业用户付费情况

#### 3.6.3 互联网电视行业不同节目类型收视情况

(1) 电视剧排行榜

(2) 综艺节目排行榜

### 3.7 中国互联网电视行业安全威胁及发展痛点

#### 3.7.1 互联网电视安全威胁

#### 3.7.2 互联网电视安全防范策略

#### 3.7.3 互联网电视发展痛点分析

## 第4章：中国互联网电视行业竞争状态及市场格局分析

### 4.1 互联网电视行业波特五力模型分析

- 4.1.1 行业现有竞争者分析
- 4.1.2 行业潜在进入者威胁
- 4.1.3 行业替代品威胁分析
- 4.1.4 行业供应商议价能力分析
- 4.1.5 行业购买者议价能力分析
- 4.1.6 行业竞争情况总结
- 4.2 中国互联网电视行业市场格局及集中度分析
  - 4.2.1 中国互联网电视行业市场竞争格局
    - (1) 互联网电视行业竞争主体布局
    - (2) 互联网电视行业竞争格局概述
    - (3) 互联网电视大屏企业竞争格局
    - (4) 智能电视激活量厂商竞争格局
  - 4.2.2 中国互联网电视行业市场集中度分析
- 4.3 中国互联网电视行业区域发展格局
  - 4.3.1 中国互联网电视行业区域竞争格局
    - (1) 省份终端激活情况
    - (2) 区域终端家庭渗透率
  - 4.3.2 中国互联网电视行业城市竞争格局

## 第5章：中国互联网电视产业链梳理及全景深度解析

- 5.1 互联网电视行业产业链梳理及商业模式分析
  - 5.1.1 互联网电视行业产业链梳理
    - (1) 产业链结构
    - (2) 产业链特点
    - (3) 产业链一体化趋势
  - 5.1.2 互联网电视设备生产成本结构分析
  - 5.1.3 中国互联网电视商业模式及利益分配
    - (1) 商业模式分析
    - (2) 盈利模式分析
    - (3) 营销模式分析
- 5.2 中国互联网电视行业网络运营服务市场分析
  - 5.2.1 互联网电视接入服务网络运营商主体

## 5.2.2 互联网电视对网络运营商的影响分析

## 5.3 中国互联网电视行业核心元器件供应市场

### 5.3.1 芯片

- (1) 概念界定及分类
- (2) 发展现状及品牌竞争
- (3) 芯片出货量预测

### 5.3.2 面板

- (1) 概念界定及分类
- (2) 市场供需情况
- (3) 产品品牌竞争
- (4) 行业发展分析

## 5.4 中国互联网电视行业操作系统及应用软件市场分析

### 5.4.1 操作系统市场

- (1) “大系统”模式
- (2) 主流终端系统
- (3) 发展趋势分析

### 5.4.2 应用软件市场

- (1) 路径转化效果
- (2) 应用使用时长
- (3) 独立应用市场运营收入

## 5.5 中国互联网电视行业终端设备市场分析

### 5.5.1 互联网机顶盒

- (1) 概念界定
- (2) 产品市场发展现状
- (3) 产品品牌竞争
- (4) 市场发展趋势

### 5.5.2 智能电视

- (1) 概念界定
- (2) 产品市场发展现状
- (3) 产品品牌竞争
- (4) 市场发展趋势

### 5.5.3 智能投影/无屏电视

- (1) 概念界定及分类
- (2) 产品市场发展现状
- (3) 产品品牌竞争
- (4) 市场发展趋势
- 5.5.4 中国互联网电视行业终端设备销售渠道发展现状
  - (1) 销售渠道发展现状
  - (2) 销售渠道发展趋势
- 5.6 中国互联网电视行业内容供应与集成服务市场分析
  - 5.6.1 中国互联网电视内容平台服务商发展现状分析
    - (1) 内容平台服务商概念
    - (2) 内容及业务提供商参与主体
    - (3) 内容服务牌照持有方和内容服务平台运营方
    - (4) 内容平台服务商的市场竞争方式
  - 5.6.2 中国互联网电视集成平台发展现状分析
    - (1) 互联网电视集成平台概念与职责
    - (2) 互联网电视集成业务牌照持有情况
- 5.7 中国互联网电视行业会员服务市场分析
  - 5.7.1 中国互联网电视大屏会员服务市场运营模式
    - (1) 会员运营模式分析
    - (2) 会员市场发展生态圈
    - (3) 主要平台会员权益分析
  - 5.7.2 中国互联网电视大屏会员规模及收入变化
  - 5.7.3 中国互联网电视大屏会员付费内容与形式
    - (1) 付费内容分析
    - (2) 付费形式分析
- 5.8 中国互联网电视行业广告市场分析
  - 5.8.1 中国互联网电视广告运营收入规模
  - 5.8.2 中国互联网电视广告投放介绍与规模
  - 5.8.3 中国互联网电视广告库存量情况分析
    - (1) 开机广告库存总量
    - (2) 贴片广告库存总量
    - (3) 广告投放率变化

#### 5.8.4 中国互联网电视广告曝光量情况分析

### 第6章：互联网电视行业产业链代表性企业案例研究

#### 6.1 中国互联网电视行业产业链代表性企业发展布局对比

#### 6.2 中国互联网电视七大牌照商发展布局案例分析

##### 6.2.1 中国国际广播电台（CIBN）

- (1) 平台基本信息简介
- (2) 运营主体主营业务分析
- (3) 平台主要产品与服务布局分析
- (4) 平台与版权方和硬件合作情况

##### 6.2.2 未来电视（CNTV）

- (1) 平台基本信息简介
- (2) 平台主要产品介绍
- (3) 平台内容矩阵分析
- (4) 平台创新业务架构
- (5) 平台硬件合作情况
- (6) 平台海外业务布局

##### 6.2.3 百视通（BesTV）

- (1) 平台发展历程及基本信息
- (2) 平台主营业务
- (3) 平台互联网电视业务发展概况
- (4) 平台核心竞争力分析
- (5) 平台最新动向及合作趋势

##### 6.2.4 华数传媒（华数wasu）

- (1) 平台基本信息
- (2) 平台主营业务
- (3) 平台经营效益
- (4) 平台互联网电视业务布局
- (5) 平台核心竞争力分析

##### 6.2.5 南方传媒（SMC）

- (1) 平台基本信息
- (2) 平台主营业务

(3) 平台经营效益

(4) 平台互联网电视业务发展布局

#### 6.2.6 湖南电视台（芒果TV）

(1) 平台及运营公司基本信息

(2) 芒果超媒股份有限公司主营业务分析

(3) 芒果超媒股份有限公司经营效益

(4) 芒果TV平台发展业务布局

#### 6.2.7 银河电视（GITV）

(1) 银河互联网电视有限公司基本信息

(2) 银河互联网电视有限公司运营能力分析

(3) 银河互联网电视有限公司主营业务分析

(4) 银河奇异果产品发展概况

### 6.3 中国互联网电视行业终端设备代表性企业发展布局案例

#### 6.3.1 华为技术有限公司&rarr;华为智慧屏+华为秘盒

(1) 企业发展历程及基本信息

(2) 企业整体经营效益

(3) 企业整体业务架构及销售网络

(4) 企业互联网电视机业务布局

(5) 企业发展互联网电视业务的优劣势分析

#### 6.3.2 小米科技有限责任公司&rarr;小米电视+小米盒子

(1) 企业发展历程及基本信息

(2) 企业整体经营效益

(3) 企业整体业务架构及销售网络

(4) 企业互联网电视机业务布局

(5) 企业发展互联网电视业务的优劣势分析

#### 6.3.3 创维集团有限公司&rarr;创维电视+创维盒子

(1) 企业发展历程及基本信息

(2) 企业整体经营效益

(3) 企业整体业务架构及销售网络

(4) 企业互联网电视行业业务布局

(5) 企业发展互联网电视行业业务的优劣势分析

#### 6.3.4 成都极米科技股份有限公司&rarr;智能投影+激光电视

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业整体经营效益
- (3) 企业整体业务架构及销售网络
- (4) 企业互联网电视行业业务布局
- (5) 企业研发情况简介
- (6) 企业发展互联网电视行业业务的优劣势分析

#### 6.3.5 浙江天猫网络科技有限公司 &rarr;天猫魔盒

- (1) 企业基本信息
- (2) 企业整体经营效益
- (3) 企业整体商业模式分析
- (4) 企业互联网电视行业业务布局
- (5) 企业发展互联网电视行业业务的优劣势分析

### 第7章：中国互联网电视行业市场及投资策略建议

#### 7.1 中国互联网电视行业市场

##### 7.1.1 互联网电视行业发展生命周期和潜力评估

##### 7.1.2 互联网电视行业市场前景预测

##### 7.1.3 互联网电视行业建设发展趋势预判

#### 7.2 中国互联网电视行业投资情况及风险分析

##### 7.2.1 行业投融资发展状况

##### 7.2.2 行业兼并与重组状况

##### 7.2.3 行业进入与退出壁垒

##### 7.2.4 行业投资风险预警

#### 7.3 中国互联网电视行业投资价值与投资机会

##### 7.3.1 行业投资价值评估

##### 7.3.2 行业投资机会分析

#### 7.4 中国互联网电视行业投资策略与可持续发展建议

##### 7.4.1 行业投资策略与建议

##### 7.4.2 行业可持续发展建议

### 图表目录

#### 图表1：中国电视业务形态

图表2：中国电视三大收视业务对比分析

图表3：报告的研究方法及数据来源说明

图表4：互联网电视行业监管体系及机构

图表5：截至2021年中国互联网电视行业标准汇总

图表6：截至2021年互联网电视行业发展政策汇总

图表7：2010-2021年中国GDP增长走势图（单位：亿元，%）

图表8：2011-2021年全部工业增加值及其增长速度（单位：亿元，%）

图表9：中国社科院2022年主要经济指标增长预测（单位：%）

图表10：2022年全国两会公布经济发展目标（单位：%、亿元、万亿元）

图表11：2013-2021年中国居民人均可支配收入情况（单位：元，%）

图表12：2013-2021年中国居民人均消费支出情况（单位：元，%）

图表13：2016-2021年中国居民平均每百户主要耐用消费品拥有量趋势图（单位：台、辆）

图表14：2018-2021年中国网络视频（含短视频）用户规模及使用率（单位：万人，%）

图表15：2017-2021年智能电视市场上能够联动其他家庭设备的比例（单位：%）

图表16：中国互联网电视架构示意图

图表17：编解码技术在超高清视频内容的工作流程

图表18：超高清的六个维度

图表19：语音/语义识别流程图

图表20：流媒体技术

图表21：2012-2021年中国OTT机顶盒专利申请情况（单位：项）

图表22：截至2022年3月中国OTT机顶盒专利申请人Top10（单位：项，%）

图表23：截至2022年3月OTT机顶盒相关专利分布领域TOP10（单位：项，%）

图表24：2012-2022年中国智能电视专利申请情况（单位：项）

图表25：截至2022年3月中国智能电视专利申请人Top10（单位：项，%）

图表26：截至2022年3月智能电视相关专利分布领域TOP10（单位：项，%）

图表27：编解码领域对比分析

图表28：全球互联网电视行业发展历程

图表29：2022-2027年全球宽带网络用户数量（单位：亿人）

图表30：移动通信技术2G-5G演变历程

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202408/465460.html>