

2021-2027年中国智能互联网电视市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2021-2027年中国智能互联网电视市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/report/Z751044RP5.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2021-09-24

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2021-2027年中国智能互联网电视市场分析与投资前景研究报告》介绍了智能互联网电视行业相关概述、中国智能互联网电视产业运行环境、分析了中国智能互联网电视行业的现状、中国智能互联网电视行业竞争格局、对中国智能互联网电视行业做了重点企业经营状况分析及中国智能互联网电视产业发展前景与投资预测。您若想对智能互联网电视产业有个系统的了解或者想投资智能互联网电视行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

智能电视，是具有全开放式平台，搭载了操作系统，用户在欣赏普通电视内容的同时，可自行安装和卸载各类应用软件，持续对功能进行扩充和升级的新电视产品。智能电视能够不断给用户带来有别于，使用有线数字电视接收机（机顶盒）的、丰富的个性化体验。

项目 移动 电信 联通

移动用户净增（万） 998 2048 896

累计移动用户（亿） 9.35 3.23 3.24

4G用户净增（万） 2113 2371 1910

累计4G用户（亿） 7.34 2.66 2.39

宽带用户净增（万） 1820 439 212

累计宽带用户（亿） 1.75 1.5 0.83

未显示数据请查阅正文

据博思数据发布的《2021-2027年中国智能互联网电视市场分析与投资前景研究报告》表明：2021年上半年我国彩色电视机产量累计值达8679.3万台，期末产量比上年累计增长5.6%。

指标	2021年6月	2021年5月	2021年4月	2021年3月	2021年2月	彩色电视机产量
当期值(万台)	1396.5	1442.9	1514.2	1824		彩色电视机产量累计值(万台)
	8679.3	7282.9	5837.6	4425.3	2578.2	彩色电视机产量同比增长(%)
	-13.4	-3.2	3.6	3.2		彩色电视机产量
	累计增长(%)	5.6	10.2	14.2	18.1	31.4

报告目录：

第一章 互联网电视产业发展预测

第一节 国内发展互联网电视产业的用户背景

一、宽带用户数

二、人均可支配收入

三、家庭住户数

四、彩电市场规模

五、数字电视用户数

第二节 互联网电视发展的阶段性标志

第三节 互联网电视产业用户数及收入数预测

第二章 2015-2019年中国互联网电视产业发展综合分析

第一节 2015-2019年中国IPTV市场发展分析

随着三网融合第一阶段完成，IPTV业务各地走势良好，用户数不断增长，从2014年用户数仅3363.6万户增长到2019年的19404万户，截至2019年底，全国IPTV用户净增3870万户。

2014-2019IPTV用户数及其增长率

一、中国iptv牌照运营商现状分析

二、中国iptv市场仍需进一步发展

三、中国iptv市场期待破局

四、中国式iptv在磨合中发展

第二节 2015-2019年中国iptv产业链分析

一、内容供应商的发展以渠道为主

二、频道运营商发展仍有缺失

三、广电运营商承担角色混乱

四、电信运营商业定位不明朗

五、生产厂家积极推进市场发展

第三节 2015-2019年中国互联网电视市场存在问题综述

一、制约中国iptv发展的主要问题解析

二、阻碍中国iptv发展的几个因素

三、iptv面临标准、市场及政策“三重门”

四、国内iptv发展存在硬伤

五、iptv的发展面临的五大障碍

六、中国iptv产业链存在六大问题

第四节 2015-2019年中国互联网电视发展对策分析

一、中国iptv发展需要更多耐心

- 二、中国iptv业务成功关键发展因素解析
- 三、应对iptv发展瓶颈的策略分析
- 四、iptv共赢需要产业链环节 联盟
- 五、发展iptv需要突破思维短板

第三章 2015-2019年中国互联网电视现状分析分析

第一节 2015-2019年iptv运营模式分析

- 一、iptv的运营模式概述
- 二、中国的iptv运营模式和美国的差别
- 三、互联网电视的产业链包括五个环节
- 四、中国iptv建网及运营模式
- 五、三种策略来降解广电、电信的冲突
- 六、中国各地iptv运营模式比较分析

第二节 2015-2019年中国iptv的商业、业务盈利模式分析

- 一、iptv的商业模式与赢利模式分析
- 二、中国iptv业务模式分析
- 三、iptv的业务及其商业模式的创新趋势
- 四、中国iptv商业模式及监管政策探析

第三节 2015-2019年中国三网融合分析

- 一、iptv和三网融合概述
- 二、pp互联网电视
- 三、iptv是促进三网融合的开端
- 四、iptv发展触动“三网融合”监管本质

第四节 2015-2019年中国iptv运营标准状况

- 一、iptv标准制定凸显中国力量
- 二、iptv通信行业标准的发展状况
- 三、iptv技术与标准存在多种问题
- 四、中国iptv不能简单套用“洋标准”;
- 五、iptv标准面临的问题及发展对策

第四章 2015-2019年中国互联网电视行业市场发展环境分析

第一节 2015-2019年中国经济环境分析

- 一、国民经济运行情况gdp(季度更新)
- 二、消费价格指数cpi、ppi（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、中国汇率调整（人民币升值）
- 八、对外贸易&进出口

第二节 2015-2019年中国互联网电视行业政策环境分析

- 一、互联网电视产业政策分析
- 二、互联网电视发展的政策解读
- 三、商用互联网电视还缺少政策“催化”

第三节 2015-2019年中国互联网电视行业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、中国城镇化率
- 六、居民的各种消费观念和习惯

第五章 用户对互联网电视机的消费行为分析

- 第一节 现有用户购买互联网电视机行为分析
- 第二节 潜在用户对互联网电视机的偏好分析

第六章 2015-2019年基于互联网电视的业务需求分析

- 第一节 2015-2019年互联网电视用户使用情况分析
- 第二节 2015-2019年互联网电视用户各类业务认知情况调研分析
- 第三节 2015-2019年互联网电视业务的需求分析
 - 一、不同家庭规模下对于互联网电视的需求分析
 - 二、不同家庭收入下对于互联网电视的需求分析
 - 三、不同经济区域对于互联网电视业务的需求分析

第七章 2015-2019年中国互联网电视业务用户行为分析

第一节 电视节目内容喜好

第二节 增值业务偏好

第三节 资费模式偏好

一、不同家庭规模下对于计费方式的喜好比例分析

二、不同家庭收入下对于计费方式的喜好比例分析

三、不同经济区域对于计费方式的偏好分布

第四节 使用互联网电视业务关注的主要因素

第五节 互联网电视用户评价分析

一、用户对互联网电视机价格因素的评价

二、用户对基于互联网电视业务资费满意度的评价

三、用户对目前电视不满意的主要因素

四、用户使用互联网电视的消极因素

五、不考虑费用时用户对互联网电视的评价

第六节 互联网电视用户期望分析

第八章 2015-2019年中国互联网电视用户特征

第一节 消费者基本构成

一、年龄结构

二、家庭收入水平

三、家庭居住人数构成

四、家庭带宽构成

五、用户连网方式构成

六、用户区域分布

第二节 消费者基本特征

第三节 潜在用户基本构成

一、年龄结构

二、家庭收入水平

三、家庭居住人数构成

四、家庭带宽构成

五、家庭内部网络覆盖方式构成

六、用户区域分布

第九章中国互联网电视牌照运营商业务分析

第一节 上海文广

一、用户规模

二、业务规模

三、业务收入

四、分布地区

第二节 央视国际

一、用户规模

二、业务规模

三、业务收入

四、分布地区

第三节 南方传媒

一、用户规模

二、业务规模

三、业务收入

四、分布地区

第四节 中国国际广播电台

一、用户规模

二、业务规模

三、业务收入

四、分布地区

第五节 杭州华数

一、用户规模

二、业务规模

三、业务收入

四、分布地区

第六节 江苏电视台

一、用户规模

二、业务规模

三、业务收入

四、分布地区

第七节 北京华夏安业科技有限公司

- 一、用户规模
- 二、业务规模
- 三、业务收入
- 四、分布地区

第十章中国互联网电视电信运营商市场业务分析

第一节 上海电信

- 一、发展模式研究
- 二、用户规模
- 三、业务规模
- 四、业务收入
- 五、分布地区

第二节 杭州网通

- 一、发展模式研究
- 二、用户规模
- 三、业务规模
- 四、业务收入
- 五、分布地区

第三节 山东联通

- 一、发展模式研究
- 二、用户规模
- 三、业务规模
- 四、业务收入
- 五、分布地区

第十一章 2021-2027年中国互联网电视趋势预测分析

第一节 2021-2027年世界互联网电视发展趋势分析

- 一、全球iptv趋势预测广阔
- 二、世界发展iptv具有战略前景
- 三、世界iptv迎来黄金发展时期
- 四、世界iptv市场营收预测

第二节 2021-2027年中国互联网电视发展趋势分析

- 一、中国iptv投资预测预测
- 二、中国互联网电视市场热点及趋势分析
- 三、中国iptv发展阶段预测
- 四、iptv四大增值业务发展预测
- 五、互联网电视商业模式发展建议与预测
- 第三节 2021-2027年中国互联网电视产业盈利预测分析

第十二章 2021-2027年中国互联网电视投资机会与风险分析

- 第一节 2021-2027年中国互联网电视行业投资环境分析
- 第二节 2021-2027年中国互联网电视行业投资机会分析
 - 一、中国iptv产业凸显投资机会
 - 二、半导体公司和设备制造商看好互联网电视市场商机
 - 三、中国iptv市场面临奥运机会
- 第三节 2021-2027年中国互联网电视行业投资前景分析
 - 一、市场竞争风险分析
 - 二、政策风险分析
 - 三、技术风险分析
- 第四节 建议

第十三章 互联网电视产业发展建议

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

图表目录

- 图表：2015-2019年我国宽带用户数
- 图表：2021-2027年我国互联网电视产业用户数预测
- 图表：2021-2027年我国互联网电视产业收入数预测
- 图表：频道运营商分类
- 图表：广电运营商发展
- 图表：iptv系统/解决方案厂家发展
- 图表：终端设备厂家发展

图表：软件厂家发展

图表：硬件设备厂家发展

图表：iptv商业模式

图表：国外主要iptv运营模式

图表：国内主要iptv运营模式

图表：iptv的商业模式

图表：iptv的价值链模型

图表：iptvarpu收入变化趋势

图表：2015-2019年国内生产总值及其增长速度

图表：2015-2019年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2015-2019年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2015-2019年农村居民人均纯收入及其实际增长速度

图表：2015-2019年城镇居民人均纯收入及其实际增长速度

图表：2015-2019年恩格尔系数

图表：2015-2019年全部工业增加值及其增长速度

图表：2015-2019年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2015-2019年全社会固定资产投资及其增长速度

图表：2015-2019年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2015-2019年固定资产投资新增主要生产能力

图表：人民币汇率走势图

图表：2015-2019年货物进出口总额

图表：2015-2019年人口数及其构成

图表：2015-2019年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：用户购买互联网电视机原因

图表：用户购机渠道分布

图表：用户购机价格分布

图表：互联网电视资讯受众接收渠道的分布

图表：用户对购买互联网电视机关注因素的评价

图表：用户意向购买的互联网电视机价位分布

图表：是否开通了基于互联网电视的业务

图表：对基于互联网电视的业务满意度评价

图表：用户对基于互联网电视业务的认知度

图表：用户对于互联网电视终端业务的体验倾向

图表：不同家庭规模下对于互联网电视的需求

图表：不同家庭收入下对于互联网电视的需求

图表：不同经济区域对于互联网电视业务的需求

图表：用户经常看电视节目分布

图表：用户业务偏好

图表：不同家庭规模下对于计费方式的喜好比例

图表：不同家庭收入下对于计费方式的喜好比例

图表：不同经济区域对于计费方式的偏好分布

图表：用户对互联网电视机价格因素的评价

图表：用户对业务资费满意度的评价

图表：用户对目前电视不满意的主要因素

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/Z751044RP5.html>