

# 2016-2022年中国互动电视媒体行业深度研究及十三五未来前景分析报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国互动电视媒体行业深度研究及十三五未来前景分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/dianshi/243987243987.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

互动电视，是基于数字电视和宽带网络技术的新一代电视，是电视科技与时尚生活的完美结合，能提供可点播的具有高度个性化和互动性的精彩节目，带来全新的收看体验，让收看者真正成为电视的主人。图表1IPTV的业务模式资料来源：我司数据中心互动电视发展呈现四大特点：一是以类整转手段加快互动电视快速规模化。大力开展“以旧换新——单向换互动升级置换”活动，加快普及，效果明显，新发展互动比例超过30%。二是借助高清优势发展互动。全力打造“高清”品牌，策划到位、宣传到位、培训到位、营销到位，同时利用重要节日重大活动加强推广，积极推建“高清双向数字化示范社区”，打开高清互动市场局面。三是以服务提高用户黏合度。通过“走访千家万户，激活互动电视”服务活动，激活了大部分“沉默”的互动用户。四是在发展手段上更加多元化。积极联合房地产开发商打造综合业务高端楼盘，以高清互动电视为卖点推广互动高清宽带综合业务，同时狠抓农网的二、三次开发，推动互动电视业务进村入户。根据各地区有线网络运营商对于有线电视数字化工作的中远期规划，合理的推断出：2015年，预计有线数字电视用户新增1500万户，有线数字电视用户数量达到1.65亿户，预计2015年，中国有线数字电视用户新增825万户，有线数字电视用户数量达到1.7325亿户。

中国报告网发布的《2016-2022年中国互动电视媒体行业深度研究及十三五未来前景分析报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

### 第一章互动电视产业概述 6

#### 1.1互动电视概念和发展概述 6

##### 1.1.1互动电视的概念 6

##### 1.1.2发展的背景 7

##### 1.1.3发展驱动因素 8

##### 1.1.4发展主要瓶颈 9

##### 1.1.4.1商业模式问题 9

1.1.4.2传播模式问题	10
1.2互动电视产业结构	11
1.2.1内容供应商	11
1.2.2互动电视运营商	12
1.2.3终端设备提供商	12
1.3国际互动电视产业发展现状	13
1.3.1节目制作发展现状	13
1.3.2播放技术发展现状	13
1.3.3市场规模发展现状	15
1.4互动电视的分类	15
1.4.1数字互动电视	15
1.4.2交互式网络电视（IPTV）	16
1.4.3互联网电视	17
第二章互动电视媒体	19
2.1流媒体	19
2.1.1流媒体的定义	19
2.1.2流媒体的技术	19
2.1.2.1流式传输的基础	19
2.1.2.2顺序流式传输	20
2.1.2.3实时流式传输	21
2.1.2.4智能流技术	21
2.1.3流媒体播放方式	21
2.1.3.1单播	21
2.1.3.2组播	22
2.1.3.3点播与广播	22
2.1.4流媒体技术的应用	22
2.2新媒体和传统媒体的融合发展	24
2.2.1传统媒体的优势	24
2.2.2新媒体的优势	24
2.2.3传统媒体与新媒体融合	25
2.3网络互动模式	27
2.3.1特征—双向互动	27
2.3.2核心—观众参与	28
2.3.3技术—双行通道	28
2.4互动电视平台系统架构	28

2.4.1交互领航架构	28
2.4.2交互平台系统架构	29
2.4.3后台管理系统架构	29
2.4.4视频服务体系部署架构	32
第三章中国互动电视市场发展宏观环境分析	34
3.1经济环境分析	34
3.1.1国民经济增长情况	34
3.1.2CPI、PPI分析	35
3.1.3国民消费水平分析	36
3.2政策环境分析	37
3.2.1“十二五”规划的影响	37
3.2.2相关重点政策汇总	39
3.2.3相关重大事件分析	40
3.3社会文化环境分析	41
3.3.1社会环境分析	41
3.3.1.1社会信息的发布催化了受众对新媒体的依赖	41
3.3.1.2新媒体的优势特性迎合了受众的媒介消费	42
3.3.1.3新媒体满足了受众的心理需求	42
3.3.2文化环境分析	43
第四章2013-2015中国互动电视市场分析	46
4.1有线数字互动电视用户市场	46
4.1.1用户规模分析	46
4.1.2用户结构分析	46
4.1.3运营商分析	47
4.2网络交互电视（IPTV）市场	49
4.2.1用户规模分析	49
4.2.2用户结构分析	49
4.2.3运营商分析	49
4.2.3.1运营商竞争格局分析	49
4.2.3.2电信运营商、广电运营商的SWOT分析	50
4.2.3.3电信运营商与广电运营商的博弈矩阵分析	51
4.2.3.4设备商之间的竞争	53
4.2.3.5内容提供商之间的竞争	54
4.3互联网电视市场	56
4.3.1用户规模分析	56

4.3.2用户结构分析 56

4.3.3运营商分析 58

第五章2013-2015互动电视终端设备市场 60

5.1机顶盒市场 60

5.1.1机顶盒技术发展现状 60

5.1.1.1中国数字电视机顶盒市场产品线千差万别 60

5.1.1.2中国数字机顶盒市场利润下滑、成本加大 61

5.1.1.3中国数字电视机顶盒市场以基本型机顶盒为主 61

5.1.2市场规模分析 61

5.1.3主要厂商分析 61

5.1.4发展趋势分析 64

5.1.4.1双向机顶盒 64

5.1.4.2PVR机顶盒 64

5.1.4.3高清机顶盒 65

5.1.4.4多模机顶盒 65

5.1.4.5统一平台机顶盒 65

5.2数字一体机市场 66

5.2.1数字一体机技术发展现状 66

5.2.2市场规模分析 67

5.2.3主要厂商分析 67

5.2.4发展趋势分析 69

5.3电脑终端市场 70

5.3.1电脑终端技术发展现状 70

5.3.2市场规模分析 71

5.3.2.1中国台式电脑市场概述 71

5.3.2.2中国平板电脑市场概述 72

5.3.2.3中国笔记本电脑市场概述 73

5.3.3主要厂商分析 73

5.3.3.1中国台式电脑市场品牌关注度 73

5.3.3.2中国平板电脑市场品牌关注度 74

5.3.3.3中国笔记本电脑市场品牌关注度 75

5.3.4发展趋势分析 76

5.4智能手机市场 78

5.4.1手机电视技术发展现状 78

5.4.2市场规模分析 79

- 5.4.3主要厂商分析 79
- 5.4.4发展趋势分析 81
- 5.5移动电视市场 83
  - 5.5.1移动电视技术发展现状 83
  - 5.5.2市场规模分析 85
  - 5.5.3主要厂商分析 86
  - 5.5.4发展趋势分析 87
    - 5.5.4.1趋势一：广告主认可度迅速提高 87
    - 5.5.4.2趋势二：广告提价势在必行 87
    - 5.5.4.3趋势三：资源并购更加活跃 88
    - 5.5.4.4趋势四：营销下沉二三线城市资源商机凸显 88
    - 5.5.4.5趋势五：植入式广告份额加大 89
    - 5.5.4.6趋势六：收视率将得到更广泛应用 89
    - 5.5.4.7趋势七：专业、专注凸显竞争优势 89
    - 5.5.4.8趋势八：媒介策略工具优化广告投放决策 90
    - 5.5.4.9趋势九：品牌建设将向纵深发展 90
    - 5.5.4.10趋势十：人才流动加剧 91
- 第六章2016-2022中国互动电视市场发展预测分析 92
  - 6.1中国互动电视用户市场规模预测 92
    - 6.1.1有线互动电视用户数量 92
    - 6.1.2IPTV用户数量 92
    - 6.1.3互联网电视用户数量 92
  - 6.2中国互动电视终端设备销量预测 93
    - 6.2.1机顶盒销量预测 93
    - 6.2.2数字一体机销量预测 93
    - 6.2.3电脑销量预测 94
      - 6.2.3.1中国台式电脑市场预测 94
      - 6.2.3.2中国平板电脑市场预测 95
      - 6.2.3.3中国笔记本电脑市场预测 95
    - 6.2.4智能手机销量预测 96
  - 6.3中国互动电视技术发展趋势 97
    - 6.3.1网络技术发展趋势 97
      - 6.3.1.1广播电视网络技术状况 97
      - 6.3.1.2骨干和城域网络的技术发展 99
      - 6.3.1.3编码和视频传输技术 99

## 6.3.2终端技术发展趋势 100

6.3.2.1高清电视：内容硬件携手发展 100

6.3.2.2机顶盒：低成本多功能是趋势 101

6.3.2.3双向改造：注重低成本技术 101

6.3.2.4增值业务：开拓运营商收入新来源 102

### 图表目录

图表1IPTV的业务模式 6

图表2IPTV结局方案 7

图表3互动电视生态链 11

图表4IPTV的功能 17

图表5流媒体技术 23

图表6完整后台管理系统功能架构 30

图表72011-2015年我国季度GDP增长率单位：% 34

图表82013-2015年我国三产业增加值季度增长率单位：% 34

图表92011年2月—2015年2月居民消费价格指数（上年同月=100） 35

图表102011年2月—2015年2月社会消费品零售总额月度同比增长率（%） 36

图表11运营商的SWOT分析 50

图表12IPTV领域广电和电信的博弈矩阵 52

图表13用户对购买互联网电视机关注的因素 56

图表14用户意向购买的互联网电视机价位分布 57

图表15机顶盒 60

图表162015年中国主要有线数字机顶盒厂家综合排名 62

图表172015年中国主要有线标清数字机顶盒厂家排名 62

图表182015年中国主要有线高清数字机顶盒厂家排名 63

图表192015年中国台式电脑市场品牌关注比例分布 74

图表202015年中国平板电脑市场品牌关注比例分布 74

图表212015年中国笔记本电脑市场品牌关注比例分布 75

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。（GYsyx）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianshi/243987243987.html>