

# 中国互联网电视市场现状趋势与竞争前景分析报告2021-2026年

产品名称	中国互联网电视市场现状趋势与竞争前景分析报告2021-2026年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

## 产品详情

中国互联网电视市场现状趋势与竞争前景分析报告2021-2026年【报告编号】：330624【出版时间】：2021年3月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递  
【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元【联系人】：杨静--客服专员【报告来源】：<http://www.zyzyjy.com/baogao/330624.html>  
免费售后服务一年，具体内容及订购程欢迎咨询客服人员。

### 【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）中国电视收视形态（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 居民消费升级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3.2  
中国互联网电视行业管理模式3.3 中国电视保有量及网络接入情况3.3.1 中国 家庭规模3.3.2  
中国电视保有量3.3.3 中国宽带普及率及Ipv6改造升级现状3.3.4 中国互联网络接入设备使用情况3.3.5  
中国电视渗透率及互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 (1) 中国OTT终端激活数量 (2) 中国互联网电视机OTT盒子端激活数量 (3) 中国互联网电视机智能电视端激活数量3.5 中国互联网电视行业用户规模及用户行为特征3.5.1  
中国互联网电视行业用户规模3.5.2 中国互联网电视行业用户行为特征 (1) 开机终端情况 (2) 终端开机时长 (3) 终端开机次数 (4) 网络平台偏好 (5) 节目类型偏好 (6) 点播媒体偏好3.6  
中国互联网电视收视情况3.6.1 互联网电视视频点播及直播状况 (1) 用户规模 (2) 用户结构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平台收视情况3.6.4  
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  
中国互联网电视网络安全威胁及监管防范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3.8  
中国互联网电视行业市场发展痛点分析第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 互联网电视行业投融资、兼并与重组分析4.2.1  
行业投融资发展状况 (1) 投融资主体 (2) 投融资方式 (3) 投融资事件汇总 (4) 投融资趋势预测4.2.2  
行业兼并与重组状况 (1) 兼并与重组事件汇总 (2) 兼并与重组动因分析 (3) 兼并与重组案例分析 (4) 兼并与重组趋势预判4.3 中国互联网电视行业细分市场格局4.4  
中国互联网电视行业市场格局及集中度分析4.4.1 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) 互联网电视机企业竞争格局 (4) 智能电视激活量厂商竞争格局4.4.2 中国互联网电视行业市场集中度分析4.5 中国互联网电视行业区域发展格局4.5.1  
中国互联网电视行业大区竞争格局 (1) 区域终端激活情况 (2) 区域日活规模对比4.5.2  
中国互联网电视行业省市竞争格局 (1) 省市终端激活情况 (2) 省市日活表现对比4.5.3  
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(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5.7.4 中国互联网电视大屏会员用户偏好分析5.8 中国互联网电视行业广告市场分析5.8.1 中国互联网广告流量屏端构成占比及趋势5.8.2 中国互联网电视广告运营收入规模5.8.3 中国互联网电视广告投放规模与结构5.8.4 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5.8.5 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发展布局案例研究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) 平台发展定位与资质情况(5) 平台牌照与硬件合作情况6.2.2 未来电视(CNTV)(1) 平台基本信息简介(2) 平台主营业务架构(3) 平台海外业务布局(4) 平台内容矩阵分析(5) 平台互联网电视主要产品(6) 平台硬件合作情况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) 平台经营效益(4) 平台互联网电视业务发展概况(5) 平台核心竞争力分析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 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 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 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 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 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前瞻及投资策略建议7.1 中国互联网电视行业市场前瞻7.1.1 互联网电视行业发展潜力评估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特性7.2.1 行业进入与退出壁垒7.2.2 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：中国电视三大收视形态对比分析图表2：报告的研究方法及数据来源说明图表3：互联网电视行业监管体系及机构图表4：截至2020年中国互联网电视行业标准汇总表5：截至2020年互联网电视行业发展政策汇总表6：2008-2020年中国GDP增长走势图(单位：亿元，%)图表7：2011-2020年全部工业增加值及其增长速度(单位：亿元，%)图表8：中国社科院2020年1月发布主要经济指标增长预测(单位：%)图表9：2020年全国两会公布经济发展目标(单位：%)图表10：2013-2020年H1中国居民人均可支配收入情况(单位：元，%)图表11：2013-2020年H1中国居民人均消费支出情况(单位：元，%)图表12：2013-2019年中国居民消费升级综合指数走势图图表13：2018-2020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14：2017-2019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15：中国互联网电视架构示意图图表16：编解码技术在超高清视频内容的制作流程图表17：超高清的六个维度图表18：声纹识别流程图表19：2012-2019年中国OTT机顶盒专利申请情况(单位：项)图表20：2012-2019年中国OTT机顶盒专利申请情况(单位：项)图表2

1：截至2020年12月中国OTT机顶盒专利申请人Top10（单位：项，%） 图表22：截至2020年12月OTT机顶盒相关专利分布领域TOP10（单位：项，%） 图表23：2012-2019年中国智能电视专利申请情况（单位：项） 图表24：2012-2019年中国智能电视专利申请情况（单位：项） 图表25：截至2020年12月中国智能电视专利申请人Top10（单位：项，%） 图表26：截至2020年12月智能电视相关专利分布领域TOP10（单位：项，%） 图表27：全球互联网电视行业发展历程 图表28：2018-2020年全球固定宽带连接用户数量（单位：亿人） 图表29：全球宽带技术演变历程 图表30：2013-2019年全球智能电视机家庭渗透率（单位：%） 图表31：2012-2020年全球电视出货量（单位：百万台，%） 图表32：2016-2020年全球电视出货平均尺寸（单位：英寸） 图表33：2012-2019年全球OTT机顶盒出货量（单位：万台） 图表34：2012-2019年全球智能电视出货量测算（单位：%，百万台） 图表35：2019年全球电视出货量区域分布（单位：%） 图表36：美国互联网电视行业重点事件梳理 图表37：2017-2019年美国OTT video service使用者数量及渗透率、OTT在互联网用户渗透率（单位：百万人，%） 图表38：美国OTT机顶盒竞争格局 图表39：2018-2019年美国智能电视竞争格局（单位：%） 图表40：韩国领先OTT机顶盒厂商一览表 图表41：全球领先OTT机顶盒厂商一览表 图表42：2019年全球智能电视机竞争格局（出货量口径）（单位：%） 图表43：三星电子发展历程 图表44：2016-2020年三星电子总收入与净利润情况（单位：万亿韩币） 图表45：三星智能电视产品简析（单位：英寸，元） 图表46：2019年三星电视在全球的地位（单位：%） 图表47：三星与中国互联网电视牌照方合作重点事件汇总 图表48：2016-2020年索尼总收入与净利润情况（单位：亿日元） 图表49：索尼智能电视产品简析（单位：英寸，元） 图表50：2015-2020年全球互联网电视机行业兼并与重组重点事件汇总 图表51：全球互联网电视行业发展趋势分析 图表52：2021-2026年全球OTT机顶盒出货量（单位：万台） 图表53：2021-2026年全球智能电视出货量预测（单位：%，百万台） 图表54：中国互联网电视市场发展特征 图表55：2017-2019年中国互联网电视集成服务业务收入及增速情况（单位：亿元，%） 图表56：中国互联网电视行业管理模式 图表57：2014-2019年中国家庭规模（单位：亿户） 图表58：2018-2019年中国电视机保有量情况（单位：台） 图表59：截止2019年6月中国家庭宽带规模（单位：亿户，%） 图表60：截止2019年6月中国宽带普及率TOP10省 图表61：2017-2020年中国IPv6地址数量（单位：块/32） 图表62：2020年中国互联网络接入设备使用情况（单位：%） 图表63：2019年H1中国联网电视规模（单位：亿台，%，亿人） 图表64：2019年中国电视家庭渗透率及联网电视机家庭渗透率（单位：%） 图表65：中国互联网电视机行业参与者类型 图表66：2017-2019年中国互联网电视机出货量情况（单位：万台） 图表67：2016-2019年中国OTT激活总量（单位：万台，%） 图表68：2016-2019年中国互联网电视机OTT盒子端激活数量（单位：万台，%） 图表69：2016-2019年中国互联网电视机智能电视端激活数量（单位：万台，%） 图表70：2018-2019年中国OTT用户规模（单位：亿户） 图表71：2018-2019年中国OTT终端日均开机规模（单位：万台） 图表72：2019年中国日每OTT终端开机时长和日次均开机时长（单位：小时/天，分钟/次） 图表73：2019年日每OTT终端开机次数（单位：次/天） 图表74：2018-2019年OTT观众网络平台选择（单位：%） 图表75：2018-2019年OTT观众电视节目选择（单位：%） 图表76：2020年10月中国OTT终端点播媒体TOP 10榜单（单位：万台，%） 图表77：2018-2019年智能电视端直播、点播日活用户规模（万人） 图表78：2019年智能电视端直点播用户结构（单位：%） 图表79：2019年OTT会员规模及收入情况（单位：万人，亿元，元/台） 图表80：2018-2019年全TV端（传统电视+智能电视）媒体日活（单位：万台） 图表81：2020上半年中国家庭OTT收拾排行榜卫视频道电视剧（首播）收拾排行榜TOP10（单位：户，分钟） 图表82：2020上半年中国家庭OTT收拾排行榜卫视频道综艺（首播）收拾排行榜TOP10（单位：户，分钟） 图表83：互联网电视安全威胁 图表84：互联网电视安全防范策略 图表85：中国互联网电视行业市场发展痛点分析 图表86：我国互联网电视行业现有企业的竞争分析 图表87：我国互联网电视行业潜在进入者威胁分析 图表88：我国互联网电视行业对上游供应商的议价能力分析 图表89：我国互联网电视行业对下游客户议价能力分析 图表90：中国互联网电视行业五力竞争综合分析 图表91：中国互联网电视机行业主要投资主体分析 图表92：中国互联网电视机行业投融资方式 图表93：2016-2020年中国互联网电视机行业重点投融资事件汇总（单位：亿元，亿美元） 图表94：2015-2020年中国互联网电视机行业兼并与重组重点事件汇总 图表95：互联网电视机行业并购重组驱动因素 图表96：截止2019年中国智能电视终端“各高端属性”设备规模及占比（单位：%） 图表97：电视台牌照方运营模式分析 图表98：中国互联网电视行业竞争主体布局 图表99：中国互联网电视行业主要平台日活排行榜（单位：万台） 图表100：中国互联网电视机市场三大竞争主体阵营 图表101：2019年中国互联网电视机市场竞争格局（单位：%） 图表102：截至2019年底智能电视不同厂商阵营激活终端规模（单位：万台，%） 图表103：2019年中国互联网电视机市场集中度（单位：%） 图表104：截至2019年底智能电视分大区激活终端分布（单位：%） 图表105：截至2019年底智能电视分大区激活终端家庭渗透率（单位：%） 图表106：2019年12月智能电视端各大区日均开机表现 图表107：截至2019年底智能电视分省激活终端数（单位：万台） 图表108：

截至2019年底智能电视激活量超1000万台省市（单位：万台）图表109：2019年12月智能电视端分省日活表现图表110：2019年12月智能电视端日活TOP10省份排行榜（单位：万台，%）图表111：截至2019年底智能电视激活终端城市分布（单位：%）图表112：截至2019年底智能电视激活终端分布（单位：万台，%）图表113：互联网电视行业产业链结构图表114：互联网电视行业产业链生态图谱图表115：2019年海尔智家生产成本结构（单位：%）图表116：中国互联网电视商业模式分析图表117：中国互联网电视盈利模式分析图表118：中国互联网电视网络运营商主体分析图表119：2019年中国机顶盒芯片竞争格局（单位：%）图表120：2019年中国OTT机顶盒芯片零售市场竞争格局（单位：%）