



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2005年中国IPTV市场市场分 析及发展趋势研究报告

## 一、调研说明

《2005年中国IPTV市场市场分析及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/43320.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.com)

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

2004年下半年，IPTV这个概念在中国的广电和电信领域被炒得火热，有人称2005年将是中国的IPTV年，各大运营商均摩拳擦掌，蓄势待发。但IPTV对很多人来讲也还只是一种概念，对用户和厂商皆是如此，IPTV的发展面临重重障碍，比如技术标准、产业政策、用户消费习惯等，如何使IPTV的发展突破瓶颈的限制获得良性发展，如何在IPTV的发展中寻找投资机会，这都是业内备受关注的话题。为了认识IPTV产业的发展现状、把握其运行和发展规律，我们推出了此份研究报告，本报告对IPTV产业的市场状况及其发展潜力、相关产业政策和标准以及发展趋势进行了深入分析。在报告的行业部分中我们深入阐述了IPTV发展中存在的有利和不利因素，从多个角度分析了IPTV的应用前景，并对运营商提供了可借鉴的价格策略和产品建议。在报告的用户部分中，我们对线上问卷获得的用户数据进行了科学的统计分析，获得了大量关于潜在用户消费倾向的研究成果，可以为运营商和内容提供商开展IPTV业务提供良好的借鉴。

Page4	——	I.研究背景	
Page4	——	II.概念定义	
Page5	——	III.研究方法	
Page6	——	.报告摘要	
Page7	——	.报告正文	Page7 —— 第一部分 行业研究
Page7	——	1.IPTV相关定义及技术标准	
Page7	——	1.1.IPTV的定义	
Page7	——	1.2.IPTV相关技术标准	
Page9	——	1.2.1.编码技术	
Page10	——	1.2.2.内容分发技术	
Page10	——	1.2.3.机顶盒技术	Page11 —— 2.全球互联网及宽带市场发展概况
Page11	——	2.1.全球互联网用户发展情况	
Page12	——	2.2.全球互联网用户发展及渗透率	
Page13	——	2.3.全球宽带用户数发展现状及预测	
Page14	——	2.4.全球主要国家宽带连接用户	Page15 —— 3.全球IPTV发展概览及规模预测
Page15	——	3.1.全球IPTV发展概览	
Page18	——	3.2.全球及亚洲IPTV发展规模及预测	

Page18	——	3.2.1.全球IPTV用户规模及预测	
Page19	——	3.2.2.全球IPTV市场规模及预测	
Page20	——	3.2.3.亚洲地区IPTV用户规模及预测	Page21 —— 4.中国互联网及宽带用户发展概况
Page21	——	4.1.中国互联网用户规模现状及预测	
Page22	——	4.2.中国宽带用户数发展现状及预测	
Page23	——	4.3.中国宽带市场接入方式	
Page24	——	4.4.中国主要运营商ADSL市场份额	Page25 —— 5.中国IPTV发展现状分析
Page25	——	5.1.中国IPTV市场发展环境	
Page26	——	5.1.1.行业政策环境	
Page28	——	5.1.2.行业技术环境	
Page30	——	5.1.3.行业竞争环境	
Page31	——	5.2.中国IPTV产业价值链构成	
Page33	——	5.3.IPTV与有线数字电视的竞争分析	
Page33	——	5.3.1.国内有线数字电视发展现状	
Page34	——	5.3.2.IPTV与有线数字电视的特点比较	
Page35	——	5.3.3.IPTV与有线数字电视的优劣势比较	
Page36	——	5.4.广电与电信在IPTV行业的博弈	
Page36	——	5.4.1. IPTV领域广电和电信的优劣势对比	
Page37	——	5.4.2. IPTV领域广电和电信的博弈矩阵	Page38 —— 6.中国IPTV发展规模及预测
Page38	——	6.1.中国IPTV安装用户规模及预测	
Page39	——	6.2.中国IPTV市场总体规模及预测	
Page40	——	6.3.中国IPTV分类市场规模与预测	
Page40	——	6.3.1.中国IPTV运营商服务市场规模及预测	Page41 —— 6.3.2.中国IPTV机顶盒市场规模预测
Page42	——	6.3.3.中国IPTV设备及解决方案市场规模及预测	Page43 —— 6.3.4.中国IPTV内容和应用市场规模及预测
Page44	——	6.3.5.中国IPTV分类市场规模比较	Page45 —— 7.中国IPTV运营商运营模式及发展策略
Page45	——	7.1.现有运营商的运营模式	
Page46	——	7.2. IPTV运营商发展规划	

Page48	——	7.3.中国IPTV运营商工程建设流程	Page49	——	8.IPTV产业链各环节主要运营商介绍
Page49	——	8.1.设备及方案提供商：			
Page49	——	8.1.1.国内IPTV端到端完整技术解决方案提供商	Page51	——	8.1.2.方案及软件提供商
Page52	——	8.1.3.虚拟运营商			
Page54	——	8.2.IPTV运营商	Page55	——	9.目前已开展的IPTV运营模式介绍：
Page55	——	9.1.杭州模式			
Page55	——	9.1.1.杭州IPTV模式背景介绍：			
Page56	——	9.1.2.杭州IPTV内容模式：			
Page56	——	9.1.3.杭州IPTV推广模式：			
Page57	——	9.2.电讯盈科香港NOW模式			
Page57	——	9.2.1.盈科IPTV业务及服务模式介绍			
Page57	——	9.2.2.盈科IPTV收费模式介绍			
Page57	——	9.2.3.盈科IPTV推广模式介绍	Page58	——	10.价格策略与产品建议
Page58	——	10.1.差异化定价策略			
Page58	——	10.1.1.IPTV运营中的二级价格歧视			
Page59	——	10.1.2.IPTV运营中的三级价格歧视			
Page59	——	10.2.产品建议			
Page59	——	10.2.1.网络游戏			
Page59	——	10.2.2.网络教育			
Page60	——	10.2.3.个人网络电视台	Page61	——	第二部分 用户研究
Page61	——	1.用户对IPTV的认知程度	Page62	——	2.用户对IPTV的消费倾向分析
Page62	——	2.1.用户最希望IPTV能够提供的服务			
Page63	——	2.2.用户最希望IPTV能够提供的点播节目			
Page64	——	2.3.不同性别用户未来对IPTV点播节目的偏好分析	Page65	——	2.4.不同年龄段用户未来对IPTV点播节目的偏好分析
Page66	——	3.用户对基于IPTV的网络游戏和网络教育的消费倾向分析			
Page66	——	3.1.用户对网络游戏的消费倾向			
Page66	——	3.1.1.用户未来愿意用电视玩网络游戏的原因	Page67	——	3.1.2.用户未来最喜欢在电视上玩的网络游戏类型
Page68	——	3.1.3.不同性别用户对未来通过电视玩的网络游戏的类型偏好			

Page69	——	3.1.4.不同年龄段用户对IPTV游戏类型的偏好分析	Page70	——	3.1.5.用户未来不愿在电视上玩网络游戏的原因
Page71	——	3.2.用户未来对网络教育的消费倾向	Page71	——	3.2.1.用户未来愿意通过电视进行网络教育的原因
Page72	——	3.2.2.用户未来不愿通过电视进行网络教育的原因	Page73	——	4.用户对IPTV收费的预期承受能力分析
Page73	——	4.1.用户未来对机顶盒价格的预期承受能力	Page73	——	4.1.1.用户总体未来对机顶盒价格的预期承受能力
Page74	——	4.1.2.不同年龄段用户未来对机顶盒价格的预期承受能力分析	Page75	——	4.1.3.不同收入段用户未来对机顶盒价格的预期承受能力分析
Page76	——	4.2.用户对IPTV付费方式的选择倾向	Page77	——	4.3.用户对IPTV服务费价格的预期承受能力
Page77	——	4.3.1.用户总体对IPTV服务费价格的预期承受能力	Page78	——	4.3.2.不同年龄段用户对IPTV服务费价格的预期承受能力分析
Page79	——	4.3.3.不同收入段用户对IPTV服务费价格的预期承受能力分析	Page80	——	附录：艾瑞调研方法及调研流程
Page84	——	法律声明	图表目录		
Page8	——	图 IPTV系统物理结构图			
Page9	——	图 H.264的优势			
Page11	——	图 全球互联网用户数现状及预测			
Page12	——	表 全球主要国家互联网用户数及渗透率			
Page13	——	图 全球宽带用户数及预测			
Page14	——	表 主要国家宽带连接用户数			
Page15	——	表 欧洲主要IPTV服务提供商市场进入情况	Page16	——	表 北美主要IPTV服务提供商市场进入情况
Page17	——	表 亚洲主要IPTV服务提供商市场进入情况	Page18	——	图 全球IPTV用户规模及预测
Page19	——	图 全球IPTV市场规模及预测			
Page20	——	图 亚洲地区IPTV用户规模及预测			
Page21	——	图 中国互联网用户规模现状及预测			
Page22	——	图 中国宽带用户规模及预测			
Page23	——	图 中国宽带用户接入结构变化			
Page24	——	图 主要运营商ADSL市场份额变化情况			
Page25	——	图 IPTV厂商所面临的外部环境			
Page31	——	图 中国IPTV产业价值链构成			
Page34	——	表 IPTV与有线数字电视的比较			

Page35	——	表 IPTV与有线数字电视的优劣势对比
Page36	——	图 IPTV领域广电和电信的优劣势对比
Page37	——	图 IPTV领域广电和电信的博弈矩阵
Page38	——	图 中国IPTV安装用户规模及预测
Page39	——	图 中国IPTV市场规模及预测
Page40	——	图 中国IPTV运营商服务市场规模及预测
Page41	——	图 中国IPTV机顶盒市场规模预测
Page42	——	图 中国IPTV设备及解决方案市场规模及预测
Page43	——	图 中国IPTV内容和应用市场规模及预测
Page45	——	图 IPTV运营商发展策略
Page48	——	表 IPTV端到端完整技术解决方案提供商
Page51	——	表 IPTV虚拟运营商
Page60	——	图 用户对IPTV的认知程度
Page61	——	图 用户最希望IPTV能够提供的服务
Page62	——	图 用户最希望IPTV能够提供的点播节目
Page63	——	图 不同性别用户未来对IPTV点播节目的偏好分析
Page64	——	图 不同年龄段用户未来对IPTV点播节目的偏好分析
Page65	——	图 用户未来愿意用电视玩网络游戏的原因
Page66	——	图 用户未来最喜欢在电视上玩的网络游戏类型
Page67	——	图 不同性别用户对未来通过电视玩的网络游戏的类型偏好
Page68	——	图 不同年龄段用户对IPTV游戏类型的偏好分析
Page69	——	图 用户未来不愿在电视上玩网络游戏的原因
Page70	——	图 用户未来愿意通过电视进行网络教育的原因
Page71	——	图 用户未来不愿通过电视进行网络教育的原因
Page72	——	图 用户总体未来对机顶盒价格的预期承受能力
Page73	——	图 不同年龄段用户未来对机顶盒价格的预期承受能力
Page74	——	图 不同收入段用户未来对机顶盒价格的预期承受能力
Page75	——	图 用户对IPTV付费方式的选择倾向
Page76	——	图 用户总体对IPTV服务费价格的预期承受能力
Page77	——	图 不同年龄段用户对IPTV服务费价格的预期承受能力
Page78	——	图 不同收入段用户对IPTV服务费价格的预期承受能力

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43320.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>



联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。