



艾凯咨询
ICAN Consulting

2006年中国IPTV行业市场分 析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2006年中国IPTV行业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/43354.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

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

【 描述 】

IPTV本质是一个开放的综合服务平台，电视机顶盒是其主要终端。IPTV之所以成为关注的焦点，最主要的一点在于它的宽带服务模式即将形成一个极具前景的产业。在国内，IPTV引起极大重视的最为直接原因就是宽带互联网的快速发展和用户群的扩大，使得宽带应用成为运营商关注的主要问题，IPTV被固定运营商认定为最有潜力的增值业务。

IPTV市场大规模启动将在2006年，IPTV全球业务收入将达到80亿美元，用户数将达到800万以上。到2008年，全球IPTV用户数将从2005年的370万增长到2009年的3690万；来自最终用户的销售收入将从2005年的8.8亿美元增长到2009年的99亿美元。

2006年将是IPTV发展关键的一年。当前IPTV市场的总体态势是什么？它的发展趋势如何？用户在那里？业务该如何定位？市场的竞争格局如何？怎样运营才能赢利？如何在IPTV市场未来发展中把握先机掌握主动？总之，无论是从PC终端进行预测，还是从TV终端进行预测，中国IPTV的市场前景是十分乐观的，中国的IPTV用户规模有望在未来十年内成为全球之最，这不仅是中国固网运营商的愿望，也是IPTV产业链各个环节主体的愿望。

本研究咨询报告汲取了同类研究成果之精华，描述了IPTV的技术和业务特性，同时通过对IPTV市场的广泛调查和深入研究，从需求、设备市场、网络运营市场、内容市场、外部环境、竞争格局、国际经验、IPTV的产业链、运营商的发展策略和运营模式等方面进行了详尽的分析；最后，在此基础上对IPTV的发展趋势作出预测，并提出了相关投资建议，是IPTV制造业、运营商及相关研究单位准确了解目前中国IPTV市场发展动态，把握IPTV行业发展方向的精品。

【 目录 】

第一部分 行业发展概况

第一章 IPTV的定义及相关问题1

第一节 IPTV定义1

一、定义	1
二、IPTV的内涵	2
三、IPTV关键技术	3
第二节 IPTV的关键问题浅析	4
一、什么是"TV"	4
二、发展IPTV的好处	4
三、IPTV的典型模型	6
四、电信业与IPTV	7
第三节 主要特点	9
一、IPTV功能特点	9
二、IPTV的特点及应用	10
三、IPTV发展面临的问题与应对	11
第四节 IPTV要点解析	13
一、播出与传输	14
二、接收终端	15
三、运营支撑系统	16
第五节 IPTV的技术体系分析	16
一、IPTV技术体系	16
二、行业技术环境	17
第二章 IPTV的发展现状	19
第一节 IPTV用户发展现状	19
一、用户对IPTV的需求分析	19
二、IPTV用户消费习惯	20
三、亚太区IPTV用户	22
第二节 我国IPTV发展现状	25
一、传播学的角度理解IPTV	26
二、IPTV在中国	28
第三节 国际IPTV市场发展概况	34
一、IPTV市场发展概况	36
二、业务与资费	41
三、运营模式	42

四、各国IPTV发展的经验43

第四节 国内IPTV发展亟须解决的问题46

- 一、政策还不明朗46
- 二、观众认可的收费和盈利模式尚未形成46
- 三、技术上还无法实现IPTV的无障碍观看47
- 四、内容上还不太成熟47
- 五、统一协议标准没有形成47
- 六、切实可行、公平共赢的商业模式尚未形成47

第三章 IPTV的商业模式49

第一节 国内IPTV模式和现状49

- 一、政策立法的不完善，导致产业发展无规律可循49
- 二、始终无法明确运营主体，导致多头运营50
- 三、IPTV市场和效益的辩证关系51
- 四、牌照制度形成垄断，无益于市场发展53

第二节 4种运营模式各自为战 IPTV短期难以长大53

- 一、4大运营模式各自为战54
- 二、运营主体间互不相让55
- 三、运营模式缺乏稳定性制约IPTV做大56

第三节 IPTV应发展商业模式58

- 一、IPTV，烫手的香饽饽58
- 二、IPTV发展尴尬，瓶颈难破59
- 三、合作才能使IPTV走得更远60

第四节 IPTV的商业模式、运营模式与赢利模式分析62

- 一、IPTV的商业模式62
- 二、IPTV的运营模式64
- 三、IPTV的赢利模式66

第五节 IPTV的业务与商业模式创新69

- 一、IPTV的业务模式创新70
- 二、IPTV的商业模式创新72
- 三、IPTV商业合作73

第六节 法国电信IPTV商业模式75

第二部分 市场现状分析

第四章 IPTV市场需求分析77

第一节 中国IPTV市场77

- 一、中国IPTV正步入"黄金时代"77
- 二、掘金中国IPTV市场的战略战术78
- 三、中国IPTV分类市场规模比较80

第二节 消费者分析83

- 一、内容是影响消费者使用IPTV的关键因素83

- 一、消费者倾向包月制85

第三节 IPTV能给老百姓带来什么85

- 一、IPTV能为消费者提供独特的服务86
- 二、IPTV将带给用户丰富的内容87
- 三、IPTV将改变人们的生活方式87

第四节 消费区域分析89

- 一、北京IPTV市场89
- 二、上海IPTV市场92

第五章 IPTV与数据电视分析95

第一节 我国数字电视市场启动和发展分析95

- 一、我国数字电视现状及面临的问题95
- 二、市场有其自身的客观规律97
- 三、如何打开广电赢利空间98

第二节 数字电视和IPTV的关键年100

- 一、卖点没有吸引力101
- 二、运营模式不确定101
- 三、IPTV的诱惑102
- 四、运营商和广电之间105

第三节 IPTV与数字电视的异同105

- 一、技术体系106
- 二、业务内容106
- 三、主要优势107

四、用户群107

第四节 IPTV加速网络宽带化107

一、全球热衷IPTV108

二、业务模式已经清晰108

三、带宽瓶颈亟待打破109

第五节 电信与广电IPTV市场SWOT浅析110

一、电信广电在IPTV市场上的优劣势111

二、电信广电各自面临的威胁112

三、电信广电携手IPTV、互补共赢的合作机会112

第六章 IPTV市场前景分析114

第一节 IPTV在中国的前景分析114

一、竞争技术114

二、内容的匮乏115

三、网速过慢，价格过贵？115

四、运营商抢滩电视运营117

五、IPTV渐成宽带市场热点119

六、IPTV勾勒机顶盒市场广阔前景120

第二节 国内宽带用户需求前景122

一、IPTV应用的带宽瓶颈122

二、如何消除IPTV的带宽瓶颈123

第三节 用户对IPTV概念的认知125

第四节 中国IPTV仍在试水130

一、竞争焦点白热化130

二、内容成IPTV救命草131

三、运营商谨慎中前行132

第五节 IPTV的前景猜想133

一、IPTV技术及商业模式还有待发展134

二、在服务界面整合竞争的时期135

第三部分 竞争格局分析

第七章 IPTV行业竞争格局139

第一节 行业竞争环境139

- 一、电信运营商之间的竞争139
- 二、电信运营商与广电的竞争139
- 三、设备商之间的竞争139
- 四、内容提供商之间的竞争140

第二节 IPTV的中国布局140

- 一、技术瓶颈短期将获解决141
- 二、政策障碍尚待有效突破141
- 三、短期概念性投资机会值得关注142

第三节 标准决定市场格局未来发展142

第八章 IPTV产业发展因素分析144

第一节 IPTV如何发展成为业务关注的焦点144

- 一、中国IPTV发展的潜力因素144
- 二、IPTV发展环境在不断改进145

第二节 IPTV概念未来炒作热点146

- 一、行业前景十分诱人147
- 二、产业链涉及面甚广147

第三节 影响IPTV的六大因素148

- 一、替代竞争148
- 二、政策管制149
- 三、成本与价格149
- 四、获利点150
- 五、内容150
- 六、商业模式151

第四节 IPTV发展处于厂家寡头时代运营商大跃进152

- 一、厂家的寡头时代152
- 二、运营商的大跃进步伐153

第五节 影响IPTV发展的关键因素155

- 一、IPTV基本概念155
- 二、IPTV的主要应用156
- 三、IPTV发展的制约因素156

四、IPTV推广的困难160

第四部分 行业发展趋势

第九章 IPTV发展趋势163

第一节 IPTV发展趋势及其关键技术163

一、IPTV发展趋势163

二、IPTV关键技术164

三、IPTV在广电行业发展168

四、合纵连横IPTV之路渐行渐宽168

第二节 国内IPTV市场的发展趋势172

一、消费市场发展趋势172

二、运营市场发展趋势173

三、制造市场发展趋势174

第三节 全球IPTV发展趋势175

第四节 IPTV市场规模176

一、宽带网络高速发展176

二、风险与机遇并存177

三、2010年IPTV潜在市场规模180

四、商业模式和产业价值链是关键181

第五节 IPTV的业务应用及终端技术发展趋势183

一、IPTV系统技术发展趋势183

二、IPTV技术的优势185

第六节 IPTV规模商用面临的问题186

一、宽带快速发展催生IPTV186

二、规模商用面临四大问题187

第十章 IPTV市场发展预测分析190

第一节 IPTV发展预测190

一、发展趋势预测190

二、业务发展预测194

第二节 中国大陆IPTV业务潜力预测196

一、IPTV业务用户规模预测196

二、IPTV业务产业链分析197

三、终端厂商197

四、业务演进策略建议198

第三节 我国IPTV技术风险和防范措施199

一、目前存在的技术问题200

二、防范措施202

第四节 2010年我国IPTV市场预测205

第十一章 IPTV发展战略分析206

第一节 IPTV标准面临的问题分析206

一、体系架构不明确206

二、编码标准的确定207

三、系统间无法互联互通208

四、STB的最终形态确定208

五、安全问题208

第二节 IPTV标准发展建议209

一、明确IPTV的概念209

二、标准要考虑兼容性210

三、推进行业标准的制订210

四、明确知识产权的问题210

第三节 法国电信IPTV新战略211

一、丰富全面的新业务211

二、MaLigneTV-ADSL上的数字电视212

三、马可·波罗计划-基于DVB的数字奥运213

四、强大的平台优势214

第四节 IPTV的战略价值214

一、IPTV催生与促进三网资源与业务的融合214

二、IPTV创造新的产业生态环境与新的价值215

三、三网融合符合实际市场需求，为历史必然216

四、IPTV促进有效的多核心协同监管机制运作217

第五节 IPTV的挑战和机遇并存218

第十二章 IPTV投资分析221

第一节 投资者涉足需谨慎222

一、参与者态度谨慎222

二、三大因素掣肘222

三、数字电视拦路223

第二节 IPTV产业和投资机会分析224

一、IPTV是宽带期待已久的杀手级应用224

二、在全球范围内IPTV都是一种新兴业务226

三、中国的IPTV发展环境跟国外有很大的不同226

四、IPTV产业链正在形成227

五、再掀主题投资新高潮229

第三节 运营IPTV业务投资建议230

一、运营模式-呼唤网络与内容的融合231

二、产业链-呼唤"度身定制"的增值服务231

三、系统技术-呼唤从网络到终端的全面成熟232

图表目录

图表：典型IPTV业务组成6

图表：IPTV厂商所面临的外部环境18

图表：IPTV用户付费方式比例22

图表：IPTV用户使用习惯比例22

图表：2004-2009年亚太地区宽带IPTV宽带TV用户增长趋势预测23

图表：拥护希望IPTV能够提供的点播节目24

图表：IPTV的监管体制31

图表：IPTV业务的关键成功因素34

图表：加拿大和美国IPTV运营商的经营情况37

图表：一些欧洲国家IPTV运营商的运营情况37

图表：亚洲若干国家和地区IPTV经营情况38

图表：IPTV市场发展的主要驱动因素39

图表：部分国家和地区进入IPTV市场的年份及主要运营商43

图表：电信运营商的IPTV业务43

图表：世界主要国家（地区）开展IPTV年份45

图表：亚洲主要IPTV服务提供商市场进入情况45

图表：2008年全球IPTV市场价值比较46

图表：2005年亚太地区IPTV用户数46

图表：全球部分国家和地区开展IPTV服务情况表48

图表：IPTV主要城市情况50

图表：IPTV产业模式对比51

图表：创新的IPTV商业模式62

图表：IPTV的商业模式63

图表：IPTV的价值链模型64

图表：2004-2008年IPTV ARPU收入变化趋势预测69

图表：法国电信IPTV网络结构76

图表：中国宽带用户规模与增长79

图表：2005-2009年中国IPTV规模及其发展速度预测80

图表：2004-2008年中国IPTV设备及解决方案市场规模及预测80

图表：中国IPTV分类市场规模比较81

图表：中国IPTV安装用户规模及预测82

图表：不同年龄段对未来IPTV点播节目的偏好82

图表：用户对IPTV的关注因素83

图表：一线城市IPTV用户对节目内容的偏好84

图表：二线城市IPTV用户对节目内容的偏好84

图表：北京城镇居民人均教育文化娱乐服务消费情况89

图表：北京市居民的文化消费90

图表：北京地区与意大利全国电视用户、互联网用户比例对比91

图表：全国数据电视推广时间107

图表：电信和广电在IPTV市场上的SWOT分析113

图表：2005年-2009年中国IPTV用户数发展预测116

图表：2005年-2009年中国IPTV用户的ARPU值的增长预测117

图表：有POTS信号需求时的应用123

图表：无POTS信号需求时的应用124

图表：3ADSL线路延伸器应用前后的对比124

图表：用户对IPTV的认知度126

图表：听说过IPTV的概念的比例127

图表：了解IPTV渠道的比例127
图表：理解的IPTV是怎样的概念127
图表：会使用IPTV的比例128
图表：认为IPTV机顶盒的价格在合理范围之内比例128
图表：认为IPTV的收费合理范围内比较128
图表：认为IPTV的最大意义比例129
图表：觉得IPTV发展目前需要解决的问题比例129
图表：IPTV的未来发展前景比例129
图表：IPTV主要的视频流编码格式156
图表：IPTV技术系统结构165
图表：2003-2008年中国IPTV市场预测180
图表：2003-2008年中国IPTV市场规模与预测181
图表：2004-2008年全球IPTV用户发展预测192
图表：2004-2008年全球IPTV业务用户增长趋势预测195
图表：2003-2007年全球IPTV业务收入预测195
图表：2006年中国互联网及宽带用户规模及预测196
图表：IPTV产业链197
图表：IPTV业务的演进199
图表：2008年全球各大州IPTV市场价值预测205
图表：IPTV数字机顶盒产品类型229
图表：IPTV业务的三重播放229

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43354.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）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提供专业投资咨询报告、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。