

2024-2030年中国互联网电视行业市场研究分析及 发展趋向分析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国互联网电视行业市场研究分析及发展趋向分析报告》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：<https://www.chyxx.com/research/1137062.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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、报告目录及图表目录

在当下高度信息化的社会背景下，精准的数据分析与深入的行业研究已成为企业战略规划、市场拓展以及投资决策不可或缺的指南针。智研咨询研究团队经过长期的市场调研与数据分析，重磅推出《2024-2030年中国互联网电视行业市场研究分析及发展趋向分析报告》，期为业界提供一份高质量、专业化的行业分析。

本研究报告基于智研团队对行业的深刻理解与精准把握，通过采集全球范围内的行业数据，运用先进的数据分析模型，对行业的过去、现在与未来进行了全面、系统的剖析。深入挖掘了各个细分市场的运行规律，对市场容量、增长速度、竞争格局以及盈利模式等关键指标进行了详尽的量化分析与质性解读。

报告内容不仅涵盖了宏观经济的走势分析、产业政策的深度解读，还包括了买方行为的细致刻画、技术创新的趋势预测。我们综合运用了定量分析与定性访谈等多种研究方法，力求在确保数据精确性的同时，也能捕捉到市场动态中的微妙变化。

此外，我们还特别关注了全球范围内的行业领先企业，通过对比分析它们的经营策略、市场布局以及创新能力，为业界读者提供了宝贵的行业洞察与经营启示。

作为业内知名的研究机构，智研研究团队深知高质量的研究报告对于企业决策的重要性。因此，在编撰本报告的过程中，我们始终坚持科学、严谨的研究态度，力求通过详实的数据、深入的分析以及研判性的观点，为读者提供一份真正有价值的行业指南！

互联网电视即OTT TV（Over the Top TV），是指以广域网即传统互联网或移动互联网为传输网络，以电视机为接收终端，向用户提供视频及图文信息内容等服务的电视形态。它有别于交互式网络电视（IPTV），不受地域限制，只要有能够接入互联网端口的电视机、电脑、平板电脑、手机等视频接收终端，就可以收看电视节目。互联网电视是一种利用宽带有线电视网，集互联网、多媒体、通讯等多种技术于一体，向家庭互联网电视用户提供包括数字电视在内的多种交互式服务的崭新技术。用户在家中可以通过计算机或网络机顶盒普通电视机享受IPTV服务。

互联网电视以其丰富的内容资源、便捷的观看方式和智能化的操作体验，满足了用户对于高品质、多样化娱乐内容的需求，从而吸引了大量用户的关注和使用。2023年，我国互联网电视用户数约为12.19亿户，较2017年用户规模增长3倍。得益于互联网电视内容资源的不断丰富以及商业模式的日益创新，中国互联网电视用户规模持续增长，为集成业务提供了庞大的用户基础。用户需求的多样化和个性化发展，也推动了互联网电视集成业务不断创新和升级，推动中国互联网电视集成业务收入呈现出稳步增长的趋势。2023年，中国互联网电视集成服务业务收入为96.56亿元，同比增长10.8%。

互联网电视产业链上游主要为影视内容和服务提供商、互联网软件及硬件开发商。影视制作公司主要负责电视内容生产制作；内容服务牌照商对互联网电视内容汇集、审核、编排和版

权管理，提供符合播出要求的内容服务平台。此外，互联网电视顺利运营还需芯片、操作系统、应用软件、显示器、主机等软硬件产品。产业链中游为互联网电视企业，主要负责整合上游内容资源，通过技术手段将其呈现给用户，并提供相应的服务。产业链下游为终端设备生产，包括电视机、智能终端设备等，直接面向个人消费者、大型商场、酒店、会议中心、智能公共交通等应用领域。

目前，广电总局共发放了两批互联网电视牌照，且今后不再发放。第一批为央视国际、百事通、杭州华数。第二批为南方传媒、湖南电视台、中国国际广播电台以及中央人民广播电台。厂商必须要与这七个持有互联网电视牌照的公司中任意一家合作，才可以推出互联网电视和网络机顶盒等产品。从用户接受上看，云视听极光（腾讯视频）、银河奇异果（爱奇艺）、CIBN酷喵影视（优酷视频）、芒果TV（芒果TV）四大头部视频平台依靠剧集、综艺依旧是互联网电视行业竞争的第一梯队。

我们坚信，《2024-2030年中国互联网电视行业市场研究分析及发展趋向分析报告》将成为您洞悉市场动态、把握行业趋势的重要工具。无论您是企业决策者、市场分析师还是相关主管部门，本报告都将为您提供宝贵的信息支持与决策依据，助力您在复杂多变的市场环境中稳健前行。

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) 日本
- 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发展格局

4.5.1 中国电视剧竞争格局

(1) 不同频道组份额瓜分：两个上升、一个下降

(2) 上星频道晚黄档竞争格局:内卷时代的“永平调”

4.5.2 中国电视剧市场热点

(1) 上星频道现实题材剧占比逼近80%

(2) 都市情感剧聚焦“小人物”,人间烟火酿造“大作品”

4.5.3 中国电视剧热播剧目

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 中国互联网电视七牌照商发展布局案例分析
 - 6.2.1 国广东方 (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 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：不同电视收视形态的内容和运营商

图表：IPTV与互联网电视主要属性对比

图表：互联网电视行业研究定义的包含要素示意图

图表：互联网电视行业相关现行标准

图表：行业主要法律法规

图表：互联网电视行业主要政策

图表：2019-2023年中国OTT机顶盒相关部分申请人专利分布分析

图表：2019-2023年中国智能电视申请人专利类型分布分析

图表：2019-2023年中国智能电视相关部分申请人专利分布分析

图表：2019-2023年中国智能电视申请人专利类型分布分析

图表：全球互联网电视行业发展历程

图表：2019-2023年全球互联网电视（OTT）业务收入情况

图表：2019-2023年全球电视出货量情况

图表：2019-2023年全球电视出货平均尺寸

图表：2019-2023年全球OTT机顶盒出货量情况

图表：2019-2023年全球智能电视出货量情况

图表：2023年全球互联网电视区域分布情况

图表：2024-2030年全球互联网电视（OTT）业务收入预测

图表：2019-2023年中国互联网电视行业市场规模情况

图表：2019-2023年中国智能电视保有量情况

图表：2022/2023年中国互联网络接入设备使用情况

图表：2019-2023年中国智能电视渗透率

图表：2019-2023年中国互联网电视渗透率

图表：2019-2023年中国智能电视产量情况

图表：2019-2023年中国OTT终端激活数量情况

图表：2019-2023年中国互联网电视机OTT盒子端激活数量

图表：2019-2023年中国互联网电视机智能电视端激活数量

图表：2019-2023年我国互联网电视（OTT）用户数统计图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1137062.html>