

iResearch

艾 瑞 咨 询

中国互联网电视行业研究报告

2016年

www.iresearch.cn



海量行研报告免费读

关键研究结论



互联网电视行业发展背景

- 政策背景—不断强化和细化的政策保证内容可管可控
- 社会经济背景—企业和市场共同推动市场发展
- 技术趋势力—硬件不断提升，内容不断丰富
- 用户驱动力—用户回归客厅趋势



中国互联网电视行业现状

- **行业规模**
 - 2016年智能电视销售量渗透率达到85%
 - 2016年中国智能电视保有量突破1.3亿
- **发展特征**
 - 行业发展的政策导向鲜明
 - 产业链整合频繁，各环节资本层面合作积极
- **发展特征**
 - 互联网电视商业模式初步探索
 - 互联网视频企业涉足互联网电视行业的两种方式：inside模式和自有品牌硬件模式
 - 内容层面：视频企业回归原始业务层面竞争



互联网电视用户行为分析

- 家庭当中互联网电视使用程度最高的是青年人
- 用户对于使用体验更为关注，对于内容关注度相对较低
- 互联网电视用户会关注广告，广告时长容忍度较低
- 用户最喜欢的应用类别（不含视频）是音乐和游戏



互联网电视核心企业介绍

- **终端企业**
 - 乐视
 - 以硬件为载体的生态体系，内容与硬件整合
 - 风行
 - 基于资本合作的产业链整合，全产业链发力
 - 极米
 - 无屏电视引领者，与芒果TV进行内容合作，未来值得期待
- **内容企业**
 - 爱奇艺
 - 以内容为基础的多层次合作，内容作为核心竞争力
 - 腾讯视频
 - 内容与资源优势共同发力，形成互动娱乐大格局

行业背景篇--中国互联网电视行业发展背景 1

行业现状篇--中国互联网电视行业现状 2

用户篇—互联网电视用户行为分析 3

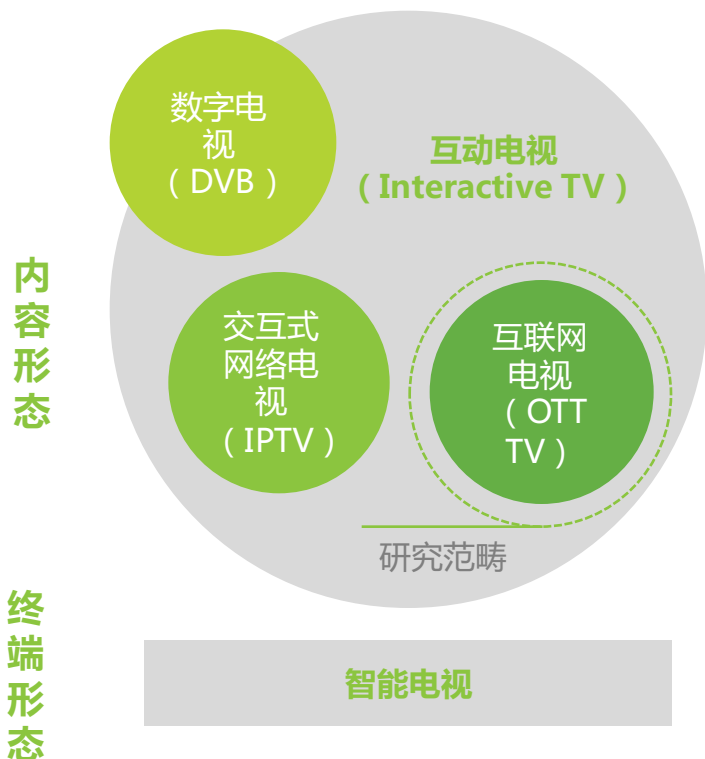
案例篇—互联网电视核心企业介绍 4

互联网电视概念解析

互联网电视 (OTT TV) 的概念定义

互联网电视 (OTT TV) 是以公共互联网为传输介质, 以绑定了特定编号的具备网络接入功能的电视一体机为输出终端, 并由经国家广电行政部门 (现国家新闻出版广电总局, 简称为广电总局, 下同) 批准的集成播控平台, 向全国范围内的用户提供视频点播和图文信息服务为主的内容服务及其他相关增值业务服务的电视终端。

2016年中国互联网电视相关概念划分



- ❖ **互动电视**：主要区别于模拟电视时代，观众只能被动服从于节目时间和节目内容的安排。互动电视使用户能够通过回放、录制、点播等方式选择内容进行观看，实现个性化收看需求。
- ❖ **数字电视**：是一个从节目采集、节目制作、节目传输直到用户端都以数字方式处理信号的端到端的系统，基于DVB技术标准的“广播式”和“交互式”数字电视。
- ❖ **交互式网络电视**：是一种利用宽带网，集互联网、多媒体、通讯等技术于一体，向家庭用户提供包括数字电视在内的多种交互式服务的技术。
- ❖ **智能电视**：是具有全开放式平台，搭载了操作系统，用户在欣赏普通电视内容的同时，可自行安装和卸载各类应用软件，持续对功能进行扩充和升级的电视机产品。

互联网电视概念解析

视频服务相关概念对比

国内各类视频服务都在政府监管之下，因此内容提供和行业运作方式均受到政府部门相关政策的影响。不同的服务类别主要通过提供服务的主体进行区分，电视端的内容服务整体还是在大的广电体系下进行运转。

2016年中国各种视频服务对比

视频服务类型	网络视频	数字有线电视	IPTV	中国互联网电视	国外互联网电视
政策监管	版权监管	内容监管	IPTV牌照	内容+集成牌照	开放
内容提供	视频网站	广电	广电	广电集成运营商	互联网
运营网络	公共互联网	有线专网	IPTV城域网	公共互联网	公共互联网
运营商	视频网站	有线网络运营商	电信运营商+广电牌照运营商	广电集成运营商	开放架构，产业链各环节都有可能成为运营商
终端方式	PC，手机，平板	机顶盒+TV	机顶盒+TV	互联网电视一体机	互联网电视一体机机顶盒+TV
主要收费方式	免费	前向收月费	与电信宽带使用费捆绑收费	免费	免费
业务形态	视频直播、点播	视频直播、点播	直播、回看、点播、时移及部分增值业务	视频点播、轮播、增值服务、互联网应用	视频直播、点播、轮播、增值服务、互联网应用
清晰度	清晰度较高	标清为主，高清较少	标清为主	高清为主（720P和1080P）	内容品质无法保证

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

互联网电视发展背景

政策背景解读

广电总局关于互联网电视的管理规范，其根本初衷是为了能够更好地把控观众能够通过电视观看的内容。电视作为家庭必备的收看终端，其对象包含了相比互联网更为广泛的用户群体，而广电体系下播出的内容也历来都经过严格的把控和审核。在互联网电视发展初期，相对开放的环境决定了用户可能通过电视看到的内容不可把控，因此最终通过颁发牌照的方式，使得“互联网-电视”的内容流动更为可管可控。2011年10月颁发的181号文为互联网电视的具体操作提供了较为严格和清晰的规范。

2007.12

广电总局、信息产业部发布《互联网视听节目服务管理规定》，对从事互联网视听节目服务的机构资质、节目内容、市场规范、违规监管等方面进行了明确的规定。

- 正式将互联网视听内容纳入到政府监管体系当中

2009.8

广电总局关于加强以电视机为接收终端的互联网视听节目服务管理有关问题的通知。确保所传视听节目内容可管、可控。

- 开始对OTT TV内容进行监管，确保内容可管可控。

2010.4

《互联网电视内容服务管理规范》、《互联网电视集成业务管理规范》，明确要求互联网电视的播出必须通过链接由广电总局批准的互联网电视集成平台商。

- 开始强调牌照商的角色，所有针对电视的互联网内容必须以牌照商为出口。

2011.7

《关于严禁通过互联网机顶盒向电视机终端提供视听节目服务的通知》，暂时叫停互联网机顶盒。

- 首先针对互联网盒子采取措施，规范OTT TV市场。

2011.10

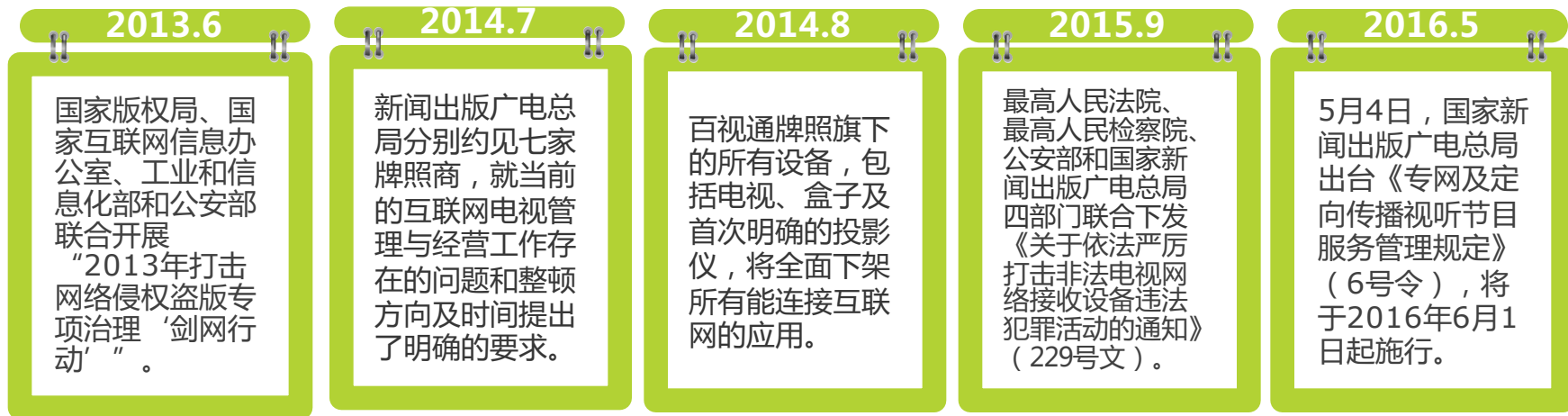
《持有互联网电视牌照机构运营管理要求的通知》（广办发网【2011】181号），从集成业务、内容管理、运营规范、终端管理等环节入手，规范互联网电视的秩序。

- 明确了互联网电视具体规范，更为清晰可操作，再次明确了各类企业的角色。

互联网电视发展背景

政策背景解读

互联网电视行业发展的监管政策，先后经历了最初的规范市场、引入牌照制度阶段，接着是行业迅速发展监管滞后阶段、及后续叫停整顿转而重新规范引导阶段。互联网电视行业的发展，除了受到市场导向外，还具有明显的政策导向性特征。艾瑞咨询认为，在近两年互联网电视行业飞速发展的背景下，电视屏幕作为国家重要的监管屏幕之一，预计未来对其的行业监管政策也会顺应行业发展出现新的变动或规范。



❖ “剑网行动”打击盗版内容，再次对山寨盗版盒子进行了清理规范。

❖ 对牌照商明确了其责任和义务，和一直以来操作中存在的违规问题。

❖ 不允许互联网电视/盒子通过外接存储或应用商店等方式自行安装第三方应用。

❖ 互联网的网络侵权、非法内容管理，从对内容的管理也逐步延伸到基于终端的载体管理。

❖ 首次提出了专网、定向传播这一新名词，将互联网专网业务放在与传统广电同等地位。

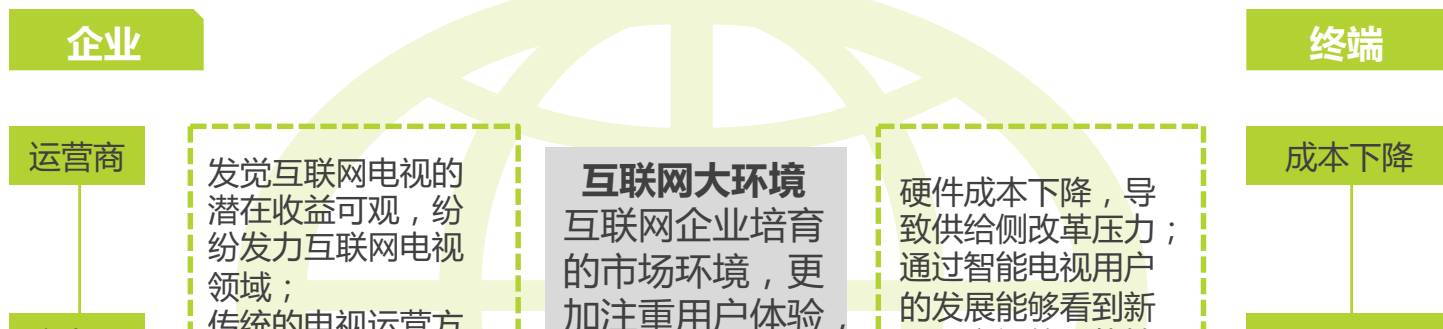
互联网电视发展背景

互联网电视的社会经济背景—企业和市场的共同推动

互联网的快速发展以及互联网在传统行业参与度的不断提升，导致传统行业也深受互联网的影响。一方面在对待用户的方式上，传统的电视行业是“广播”的方式，将观众作为“受众”，单方面的传递信息；而互动电视的发展，给观众更多的选择权。互联网电视给用户带来了更丰富的选择和更好的用户体验，而互联网电视及相关行业的参与者都开始致力于用户体验的提升。

另一方面，终端的定位也开始发生变化，从单纯的硬件，逐渐发展成为内容的展示平台，有更多的拓展功能，并且这种模式的转变也为终端企业开拓了新的盈利空间，进而为硬件的转型又提供了推动力。因此互联网电视行业的发展是互联网的参与、市场的变革以及企业的改变共同推动的结果。

2016年中国互联网电视的社会经济背景



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21568

