



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国IPTV市场预测报 告

一、调研说明

《2009年中国IPTV市场预测报告》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/43215.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

2005年4月，上海文广与哈尔滨网通率先启动中国IPTV试验，合作中上海文广的百事通负责平台建设和用户管理，哈尔滨网通负责网络改造及用户推广；用户月收费最高60元，双方按一定比例分成；系统提供58套直播节目和6000小时的点播节目。

2006年以来，中国的IPTV产业步入提速阶段，突出表现是：试点区域不断扩大、多种模式百花齐放、合作共赢成为主流、技术标准日益明确。在上海，大规模放号之后引发的市场冲动、从ADSL到光纤城域网的多种技术手段，都显示出试验特区发展的魄力；在哈尔滨，一年半以来的成功合作，使其用户总量已超7万户；在河南，以农村信息化为主题的IPTV进程，更富有现实的和谐意义；而随着广电IPTV牌照的次第发放、通信运营商向综合信息服务商的全面转型，IPTV在三网融合进程中的关键地位越来越强。

2007年，国际电信联盟公布了首批网络电视(IPTV)全球标准。这些标准对于开发IPTV的市场潜力，以及推动IPTV在全球普及来说，标准至关重要。而中国在内容监管政策整体限制的情况下，IPTV用户数仍旧呈稳步上升的趋势，总体呈现出良好的发展态势。

IPTV已经在公众中形成一定的知名度，包括运营商、内容提供商、设备商、终端厂商在内的产业链各个环节均在积极推动IP产业的发展。尽管目前在政策层面和网络技术层面还有一定障碍，但仍然对IPTV的未来充满信心。经济的持续发展、世界杯、2008年北京奥运会等利好因素的刺激，将使中国成为全球IPTV的最大潜在市场。到2010年，中国的IPTV用户数有望超过2000万。那时，IPTV的商用将不再是个问题。

本报告依据国家统计局、万方数据库、中国社会经济调查研究中心、国务院发展研究中心、中国经济信息网以及各省市相关统计单位提供的大量资料，对我国IPTV市场的全球市场、发展现状、增值业务、竞争格局、重点企业、发展趋势及战略等进行了深入分析。在对我国IPTV行业整体走势预测的基础上，本报告还运用定性、定量分析方法对我国IPTV行业整体的格局、现状、未来走势做出了极具参考价值的判断。

【 目录 】

第一章 2007-2008年全球IPTV市场分析及预测

第一节 2007-2008年全球IPTV发展及预测

- 一、总体状况
- 二、用户规模
- 三、市场规模
- 四、发展趋势
- 五、未来预测

第二节 2007-2008年欧洲IPTV发展及预测

- 一、政策分析
- 二、现状分析
- 三、特点分析
- 四、优势分析
- 五、前景分析
- 六、未来预测

第三节 2007-2008年北美IPTV发展及预测

- 一、加拿大
 - (一) 发展现状
 - (二) 经验借鉴
- 二、美国
 - (一) 市场现状
 - (二) 产业现状
 - (三) 劣势分析
 - (四) 优势分析
 - (五) 前景分析
 - (六) 未来预测

第四节 2007-2008年亚太IPTV发展及预测

- 一、用户规模
- 二、发展现状
- 三、产业瓶颈
- 四、经验借鉴
- 五、趋势分析
- 六、未来预测

第二章 2007-2008年IPTV相关产业分析及预测

第一节 2007-2008年数字电视市场发展及预测

一、中国数字电视发展现状

(一) 技术状况

(二) 产业状况

(三) 市场状况

二、数字电视发展的新机遇分析

三、2009年中国数字电视市场定量预测

(一) 用户规模预测

(二) 产业规模预测

第二节 2007-2008年手机电视市场发展及预测

一、手机电视市场发展现状

二、数字移动手机电视商业模式分析

(一) 手持电视赶场奥运

(二) 加速产业链建设

(三) 商业模式有待完善

(四) CMMB产品全面开花

三、手机电视发展需要解决的难题分析

四、2006-2010手机电视市场规模及预测

第三节 2007-2008年车载电视市场发展及预测

一、中国车载数字移动电视发展现状分析

二、车载电视市场面临的问题与对策

三、车载移动电视市场前景

四、未来中国车载电视销售预测

第三章 IPTV产业分析

第一节 2007-2008年IPTV产业发展状况

一、国内

二、国外

第二节 IPTV产业发展的影响因素分析

一、国内

二、国外

第三节 IPTV产业运营模式分析

一、国内

二、国外

第四节 IPTV产业进入与发展策略分析

一、运营IPTV进入策略

二、IPTV盈利模式分析

第五节 IPTV产业发展趋势分析

第六节 IPTV产业发展阶段及预测

一、培育阶段

二、发展阶段

三、成熟阶段

第四章 IPTV产业链发展分析

第一节 IPTV产业链结构分析

第二节 我国IPTV产业链现状分析

第三节 我国IPTV产业链发展模式分析

一、合作运营模式

二、广电自营模式

三、电信自营模式

四、联合运营模式

第四节 内容分发对IPTV产业链的影响分析

一、宽带发展遭遇产业断链

二、内容分发填补发展鸿沟

三、内容分发网络形成新蓝海

第五节 构建成熟的IPTV产业链的策略分析

第五章 2008年IPTV市场分析及预测

第一节 我国IPTV内外部环境分析

一、外部环境

二、内部环境

第二节 2004-2008年IPTV市场规模及预测

一、2004-2008年中国IPTV 安装用户规模

二、2004-2008年中国IPTV 市场规模

三、2005-2008年中国IPTV 分类市场规模比较

四、2008-2012年IPTV市场规模预测

第三节 2008年IPTV市场需求分析

第四节 2008年电信运营商IPTV市场分析

一、中国电信

二、中国联通

三、中国移动

第五节 2008年牌照运营商IPTV市场分析

一、央视国际

二、南方传媒

三、杭州华数

四、上海文广BESTV

五、中国国际广播电台

第六节 2008年广电运营商IPTV市场分析

第七节 IPTV的市场壁垒分析

一、政策不明确 牌照是焦点

二、专业互动节目匮乏

三、信息化基础薄弱

四、资费门槛相对较高

第八节 IPTV市场发展的驱动力及优势分析

一、IPTV市场发展的驱动力

二、IPTV的优势

第九节 IPTV目标市场的调整与构建分析

一、面对家庭用户群的争夺战

二、国家战略层面的不对称博弈

三、大力拓展计算机用户和行业与企业用户市场

第十节 IPTV市场的未来竞争分析

一、传输的竞争

二、内容的竞争

三、终端的竞争

四、客户的争夺

第十一节 IPTV与数字电视的未来市场竞争分析

一、目标客户

二、业务/内容

三、运营系统

四、其他影响IPTV和“数字电视”竞争的因素

第六章 IPTV业务分析

第一节 中国IPTV业务的发展现状

第二节 中国IPTV业务的影响因素

一、政策因素

二、市场因素

三、内容因素

四、产业链因素

第三节 我国IPTV业务模式分析

一、IPTV业务内容

二、客户细分与定位

三、营销

四、阶段性的销售

第四节 IPTV业务模式的创新分析

一、传统IPTV业务模式设计中的问题

二、IPTV业务模式设计的步骤

三、客户细分以及客户群定位与发展

四、基于市场细分的IPTV定位

五、服务设计以及终端系列化

六、渠道选择

七、盈利模式的选择

第五节 IPTV业务在农村的发展分析

一、我国农村IPTV业务现状分析

二、河南农村IPTV业务举例分析

三、农村IPTV业务的特殊需求

四、农村宽带视频服务的影响因素

第六节 IPTV业务的战略定位分析

一、防御性战略

二、进攻性战略

三、防御与进攻结合的战略

第七节 IPTV业务的发展新机遇分析

第八节 IPTV业务的商业前景分析

第七章 IPTV商业模式分析

第一节 中国IPTV市场的五种商业模式分析

一、杭州模式

二、河南模式

三、上海模式

四、江苏模式

五、哈尔滨模式

第二节 固网运营的IPTV商业模式分析

一、低合作度配合模式

二、中合作度配合模式

三、高合作度配合模式

四、高合作度控制模式

五、中合作度控制模式

六、低合作度控制模式

第三节 IPTV商业模式需要考虑的问题分析

一、消费者的消费动机

二、内容提供商的态度

三、传输网络的到位情况

四、定价策略和运营方式

第四节 我国IPTV商业模式的发展趋势

一、建立战略合作伙伴关系

二、建立现场体验式活动场所

三、triple-play捆绑销售策略

四、“逐步深入”的业务发展策略

五、区分家庭和行业的用户群策略

第八章 IPTV运营商竞争态势分析

第一节 IPTV对运营商转型的影响分析

- 一、对中国电信的影响
- 二、对中国联通的影响
- 三、对中国移动的影响
- 四、为运营商发展提供的新机遇

第二节 电信运营商的IPTV竞争策略分析

- 一、以IPTV加速运营商转型
- 二、寻找“蓝海”
- 三、运营商的角色归属
- 四、构建“视频能力”基础平台

第三节 IPTV运营商的价格制定策略分析

第四节 IPTV运营商的长尾战略分析

- 一、营造家庭基本网络环境
- 二、多维度定价提高IPTV获利能力

第五节 IPTV运营商竞争格局分析

- 一、电信运营商与广电运营商的竞争力对比
- 二、电信运营商与广电运营商的SWOT分析
- 三、电信运营商与广电运营商的博弈矩阵分析

第六节 IPTV运营商、系统厂商竞争格局分析

第七节 IPTV运营商的未来竞争策略分析

- 一、营销创新
- 二、业务创新
- 三、技术创新
- 四、理念创新

第九章 IPTV技术分析

第一节 用户端接入技术

- 一、DSL
- 二、以太网宽带接入
- 三、FTTH

四、HFC

第二节 压缩编解码技术

一、MPEG2

二、MPEG4

三、H.264

四、AVS

第三节 内容分发技术

第四节 内容运营技术

一、数字水印技术

二、运营管理技术

三、数字版权管理技术

第五节 IPTV系统开放技术

第六节 IPTV业务保障关键技术

第七节 IPTV与P2P的结合技术分析

第八节 基于IMS的IPTV系统架构分析

第九节 IPTV技术发展趋势

第十章 IPTV标准分析

第一节 IPTV标准现状

一、国内

二、国外

第二节 中国IPTV标准的国际地位分析

一、占领国际标准制高点

二、细腻的组织形成合力

三、国内标准研发夯实基础

四、自主标准AVS深度介入

第三节 IPTV编解码标准比较

第四节 IPTV标准的进展情况分析

一、IPTV国际标准化工作

二、IPTV通信行业标准的进展

三、IPTV通信行业标准和产业化工作的配合分析

第五节 IPTV标准面临的问题及对策分析

一、IPTV标准的问题分析

二、IPTV标准的发展建议

第六节 IPTV标准的制定趋势分析

第十一章 IPTV主要设备提供商分析

第一节 华为

一、公司简介

二、财务分析

三、运营分析

四、竞争策略

五、公司前景

第二节 上海贝尔阿尔卡特

一、公司简介

二、财务分析

三、运营分析

四、竞争策略

五、公司前景

第三节 UT斯达康

一、公司简介

二、财务分析

三、运营分析

四、竞争策略

五、公司前景

第四节 中兴

一、公司简介

二、财务分析

三、运营分析

四、竞争策略

五、公司前景

第五节 思科

一、公司简介

二、财务分析

- 三、运营分析
- 四、竞争策略
- 五、公司前景

第十二章 IPTV投资分析

第一节 IPTV投资机会分析

第二节 IPTV投资风险分析

一、政策风险

二、技术风险

三、运营模式风险

四、经营管理风险

第三节 IPTV投资前景分析

第十三章 IPTV发展趋势及对策

第一节 政策发展趋势

第二节 消费市场发展趋势

第三节 运营市场发展趋势

第四节 制造市场发展趋势

第五节 IPTV行业发展对策分析

部分图表目录

图表 2008 -2012年中国IPTV用户数预测

图表 2005-2011年美国IPTV付费用户规模及增长情况

图表 2011年全球及美国宽带、VOIP、IPTV付费用户规模预测

图表 2010年欧洲IPTV运营商的用户规模预测

图表 2010年欧洲占全球市场份额预测

图表 2010年亚太地区IPTV设备销售收入占全球的比例预测

图表 2005-2010年全球电视手机市场规模及预测

图表 2006-2010年中国手机电视市场规模及预测

图表 2005-2009年中国互联网市场总体规模及预测

图表 2005-2009年中国网络游戏用户规模及预测

图表 2005-2009年数字电视用户数量及预测

图表 2005-2009年中国网络服务市场总体规模及预测

图表 2005-2009年中国网络游戏市场规模及预测

图表 2005-2009年中国数字电视产业规模及预测

图表 2005-2009年数字电视产业规模、增长率及预测

图表 2004-2008全球IPTV用户规模

图表 2004-2008全球IPTV 市场规模

图表 2004-2008年亚洲IPTV用户规模

图表 2004-2008年中国IPTV安装用户规模

图表 2004-2008年中国IPTV市场规模

图表 2005-2008年中国IPTV分类市场规模比较

图表 2005-2008年华为利润构成与盈利能力指标分析

图表 2005-2008年华为经营与发展能力指标分析

图表 2005-2008年华为资产与负债指标分析

图表 2005-2008年华为现金流量指标分析

图表 2005-2008年上海贝尔阿尔卡特利润构成与盈利能力指标分析

图表 2005-2008年上海贝尔阿尔卡特经营与发展能力指标分析

图表 2005-2008年上海贝尔阿尔卡特资产与负债指标分析

图表 2005-2008年上海贝尔阿尔卡特现金流量指标分析

图表 2005-2008年UT斯达康利润构成与盈利能力指标分析

图表 2005-2008年UT斯达康经营与发展能力指标分析

图表 2005-2008年UT斯达康资产与负债指标分析

图表 2005-2008年UT斯达康现金流量分析

图表 2005-2008年中兴利润构成与盈利能力指标分析

图表 2005-2008年中兴经营与发展能力指标分析

图表 2005-2008年中兴资产与负债指标分析

图表 2005-2008年中兴现金流量指标分析

图表 2005-2008年思科利润构成与盈利能力指标分析

图表 2005-2008年思科经营与发展能力指标分析

图表 2005-2008年思科资产与负债指标分析

图表 2005-2008年思科现金流量指标分析

图表 2008年华为运营状况分析

图表 2008年上海贝尔阿尔卡特运营情况分析

图表 2008年中兴运营情况分析

图表 2008年思科经营情况分析

图表 2008年UT斯达康运营情况分析

图表 2007年华为运营状况分析

图表 2007年上海贝尔阿尔卡特运营情况分析

图表 2007年UT斯达康运营情况分析

图表 2007年中兴运营情况分析

图表 2007年思科经营情况分析

图表 2006年思科经营情况分析

图表 2006年华为运营状况分析

图表 2006年上海贝尔阿尔卡特运营情况分析

图表 2006年UT斯达康运营情况分析

图表 2006年中兴运营情况分析

图表 加拿大主要IPTV服务提供商市场进入情况

图表 美国主要IPTV服务提供商市场进入情况

图表 NexT套餐标准及其服务项目

图表 通过广播网络实现手机电视的主要技术

图表 主要的电视手机技术比较

图表 法国IPTV运营模式

图表 意大利IPTV运营模式

图表 英国IPTV运营模式

图表 德国IPTV运营模式

图表 比利时IPTV运营模式

图表 美国IPTV运营模式

图表 香港IPTV运营模式

图表 IPTV产业链结构分析

图表 IPTV试点城市合作方与职责分工图

图表 上海业务资费情况

图表 IPTV市场发展的主要驱动因素

图表 在市场研究中需要引入客户群细分的概念图

图表 IPTV业务模式设计步骤图

图表 IPTV市场细分和客户群定位图

图表 运营商的终端策略图

图表 新加坡电信的“ Ideas ” 案例图

图表 金字塔模式图

图表 五种商业模式的对比分析图

图表 合作伙伴在IPTV业务合作中所能投入的资源

图表 合作伙伴在IPTV业务合作中关注的关键要素

图表 IPTV商业模式图

图表 IPTV低合作度配合模式体系构成图

图表 IPTV中合作度配合模式体系构成图

图表 IPTV高合作度配合模式体系构成图

图表 IPTV高合作度控制模式体系构成图

图表 IPTV中合作度控制模式体系构成图

图表 IPTV低合作度控制模式体系构成图

图表 IPTV的全国用户分布

图表 上海电信“ 我的e家 ” e8套餐图

图表 我国AVS的主要应用

图表 视频推送节点功能示意图

图表 电信运营商与广电运营商的竞争力对比

图表 广电运营商的SWOT分析

图表 电信运营商的SWOT分析

图表 IPTV领域广电和电信的博弈矩阵

图表 ITU FG IPTV基于IMS的IPTV系统架构

图表 ETSI TISPAN基于IMS的IPTV系统架构

图表 IPTV系统图

图表 IPTV业务模式图

图表 IPTV产品创新图

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/43215.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。