2020-2026年中国OTT TV行业市场消费调查及战略咨询研究报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国OTT TV行业市场消费调查及战略咨询研究报告》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/201909/782367.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

互联网电视(OTT TV) 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。用户在家中可以有两种方式享受IPTV服务：1、计算机，2、网络机顶盒普通电视机。IPTV是利用计算机或机顶盒 电视完成接收视频点播节目、视频广播及网上冲浪等功能。它采用高效的视频压缩技术，使视频流传输带宽在800Kb/s时可以有接近DVD的收视效果（通常DVD的视频流传输带宽需要3Mb/s），对今后开展视频类业务如因特网上视频直播、节目源制作等来讲，有很强的优势，是一个全新的技术概念。

随着用户规模以及终端渗透率的不断提升，OTT大屏所承载的流量变现能力显著提升。此外，智能电视的大屏化、智能化、开放化特征创造衍变出更多商业场景和机会。基于家庭场景生态，智能电视商业价值愈发明显。

如今，智能电视成为中国消费者家庭客厅经济的核心，数据显示，截止2019年底，智能电视总激活1.86亿，日活9672万，日均使用298分钟。

2020-2026年中国智能电视总激活规模趋势

智研咨询发布的《2020-2026年中国OTT TV行业市场消费调查及战略咨询研究报告》共八章。首先介绍了互联网电视(OTT TV)行业市场发展环境、互联网电视(OTT TV) 整体运行态势等，接着分析了互联网电视(OTT TV) 行业市场运行的现状，然后介绍了互联网电视(OTT TV)市场竞争格局。随后，报告对互联网电视(OTT TV)做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网电视(OTT TV)行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网电视(OTT TV)产业有个系统的了解或者想投资互联网电视(OTT TV)行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章互联网电视OTTTV定义的深化与演进
第一节细分：OTTTV的定义
第二节比较：IPTV、封闭的/可管理的OTTTV、开放的OTTTV
第三节HBBTV：广播+互联网
第四节从IPTV到互联网电视

第二章中国互联网视听政策监管研究
第一节概述
第二节中国互联网视听监管政策的演变
第三节小结：宏观宽松，微观严格
第四节信息网络传播视听节目许可制度
第五节互联网电视管理规范情况
第三章互联网电视的核心驱动力分析
第一节核心驱动之一：宽带提速
第二节核心驱动之二：高性能IC提升用户需求
第三节架构之争
第四节平台之争
第五节芯片之争
第四章互联网电视(OTTTV)产业链分析
第一节互联网电视对传统电视产业链的影响
第二节超越PC，跨设备传输：面向PC的OTTTV商业模式及运营案例
第三节停止分发，跨设备交互：内容商的OTTTV商业模式及运营案例
第四节竞争压力，寻求新路径：独立OTTTV服务商的商业模式及运营案例
第五节智能电视，创造新增益：CE厂商OTTTV商业模式创新及运营案例
第六节新老交替，新平台跨界：软件厂商OTTTV的商业模式及运营案例
第七节打破围墙，创造新模式：运营商OTTTV的商业模式及运营案例
一、美国有线运营商“电视无所不在”计划
二、中国联通互联网电视战略
三、中国电信的互联网电视考虑
第八节最后的终结者：从互联网电视（OTTTV）到混合广播宽带电视（HBBTV）
第五章互联网电视应用发展研究
第一节概述:互联网应用开发为核心
第二节OTTTV接入互联网应用的趋势
第三节互联网应用业务形态56
一、电视应用商店TVApp
二、社交电视SocialTV
第六章中国的互联网电视市场发展研究
第一节定义
第二节中国互联网电视情况发展分析

如今，智能电视成为中国消费者家庭客厅经济的核心，2019年 OTT用户规模已超过有线电视付费用户规模，领跑IPTV、DVB，2019年底OTT激活终端超1.9亿户，日活破亿。

据统计，我国收视多元化特征愈加明显，其中OTT TV用户净增5300万户，同比增速48.2%，总量达到1.64亿户。中国移动固网业务的抢眼表现助推OTT TV用户快速增长。
2015-2019年中国OTT TV用户规模及增长走势

第三节政策环境分析
第四节牌照运营商现状分析
第五节家电厂家形势分析
第六节产业链形势分析
第七节商业模式分析
第八节用户需求分析
第七章互联网电视市场分析和预测
第一节概述
第二节互联网电视的发展预测
一、国外发展预测
二、国内发展预测
第三节互联网电视痛并快乐着
第八章远景展望：逐步演进和深度融合（ZY-GXH）
第一节概述
第二节近期逐步演进的发展方向
第三节未来深度融合的发展方向
第四节三足鼎立到多屏联动
附录：互联网电视相关政策文件汇编
一、《互联网电视集成业务管理规范》
二、《互联网电视内容服务管理规范》
三、温家宝主持国务院常务会决定加快推进三网融合
四、《国务院办公厅关于印发第一批三网融合试点地区（城市）名单的通知》
五、《关于三网融合试点工作有关问题的通知》
六、《互联网等信息网络传播视听节目管理办法》（ZY-GXH）
部分图表目录：
图表：国内生产总值同比增长速度
图表：全国粮食产量及其增速
图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
图表：进出口总额（亿美元）
图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况
图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
图表：农村居民人均收入实际增长速度
图表：人口及其自然增长率变化情况
图表：2019年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
图表：2019年房地产开发投资同比增速（%）
图表：2019年中国GDP增长预测
图表： 2019年中国GDP增速预测
更多图表见正文……

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201909/782367.html