

中国智能电视市场 研究报告



IT桔子
ITJUZI.COM



乐视智能终端研究院

联合发布

2016年8月

目 录

I

研究背景

II

行业动态

III

投资分析

IV

案例分析

背景观察

PART I

定义及发展历程

智能电视 定义

- 智能电视是基于互联网应用技术，搭载开放式操作系统与芯片，拥有开放式应用平台，可实现双向人机交互，通过自定义安装软件对功能进行补充和升级的，集影音、娱乐、数据等功能于一体的电视产品
- 智能电视能为用户带来有别于有线数字电视接收机（机顶盒）的、丰富的个性化体验，成为电视的趋势

屏幕 技术

量子点技术：功耗、硬件成本、迭代成本低，色彩精细，画质光感度佳

OLED技术：屏幕能耗低，大视角下画面不失真，响应时间短，显示运动画面无拖影

HDR技术：通过提升画面明亮与黑暗区域的反差，实现更好的画质表现

4K/8K：4K电视画面清晰度高，图像效果逼真；8K电视将成为电视厂商主攻的方向之一



分体设计

- 将电视的显示系统、信号处理系统、声音系统分离开来
- 分体电视起到模块化升级的作用

曲面屏

- 屏幕为微微内凹形的曲线，可呈现出惊艳的视觉效果
- 从人体工学上讲更符合人眼的设计

交互

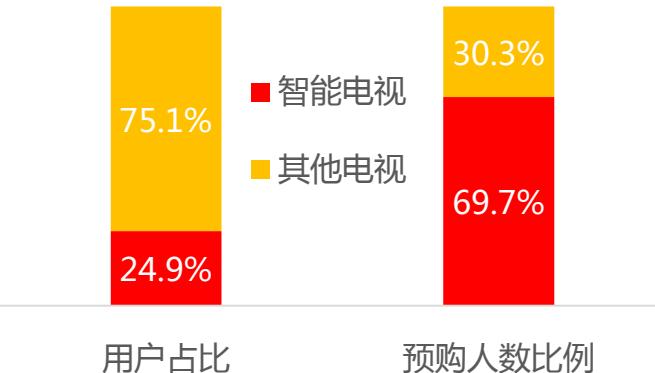
- 某些VR厂商推出了可与电视实现交互的硬件产品
- 未来会颠覆电视弱交互模式这一印象

智能电视关注度上升——认可度提升，智能电视用户群体快速增长

- 百度指数显示，自2011年，智能电视开始受到关注，并在此后飞速发展，随着乐视等大厂商发布相关产品，热度在15年初达到峰值

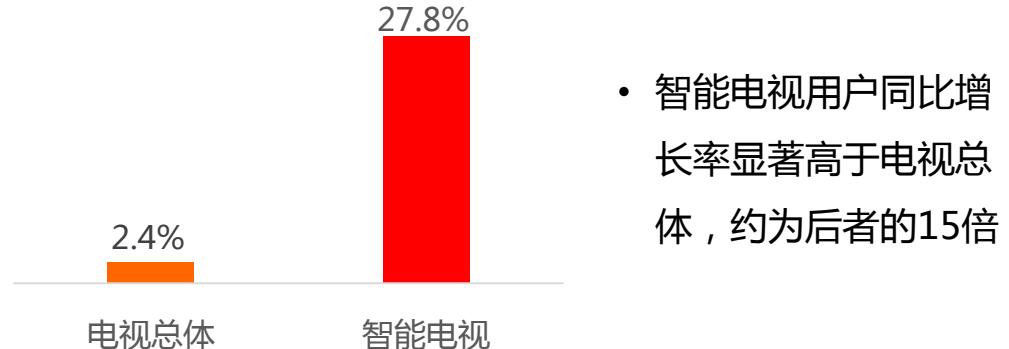


智能电视用户及预购人群占比



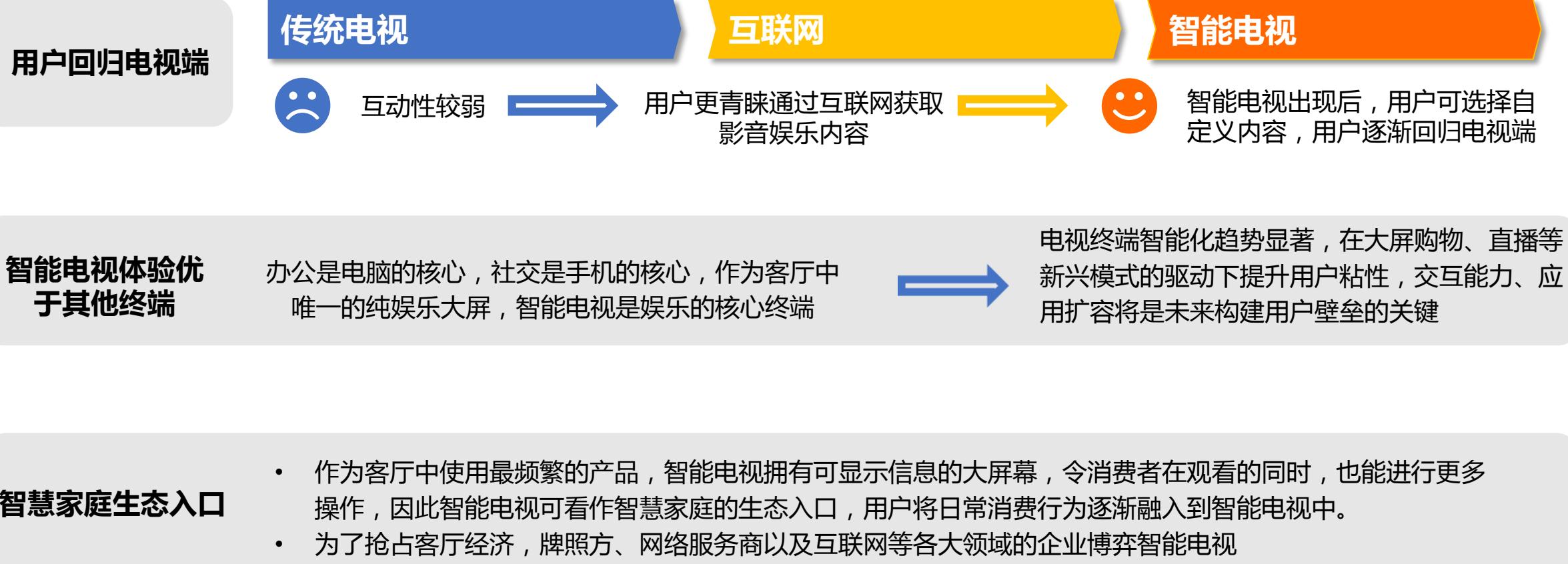
数据来源：央视市场研究CNRS-TGI数据·IT桔子整理

用户同比增长



数据来源：央视市场研究CNRS-TGI数据·IT桔子整理

智能电视兴起的原因——消费升级驱动智能电视内容不断扩容

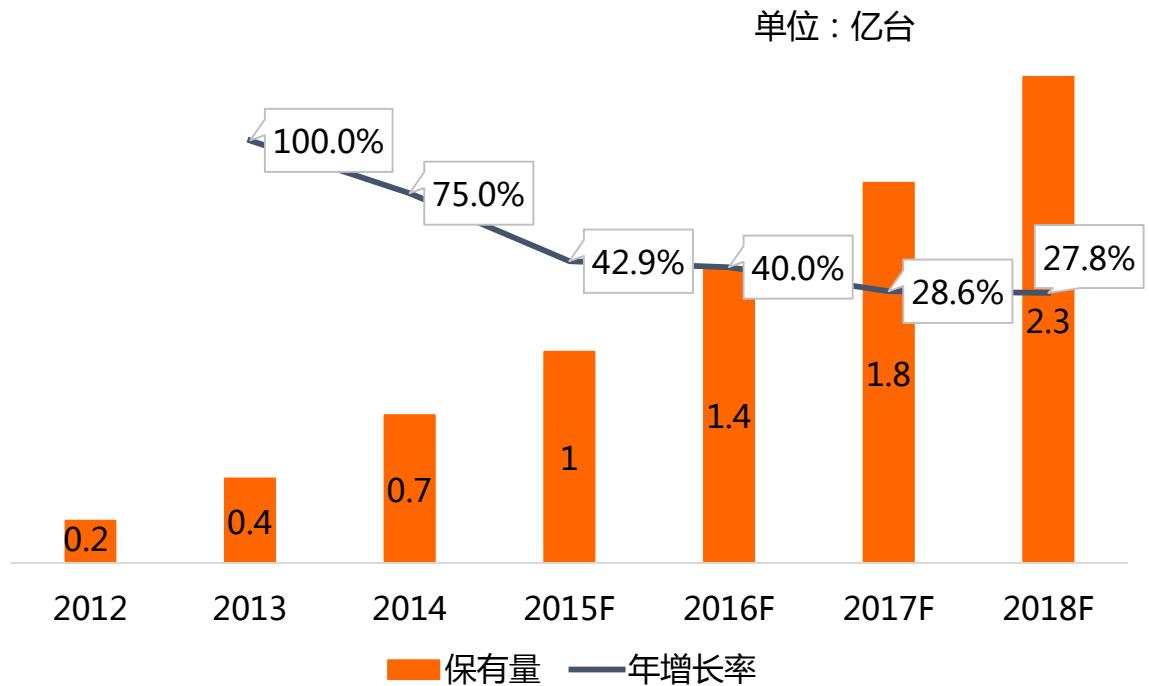


行业动态

PART II

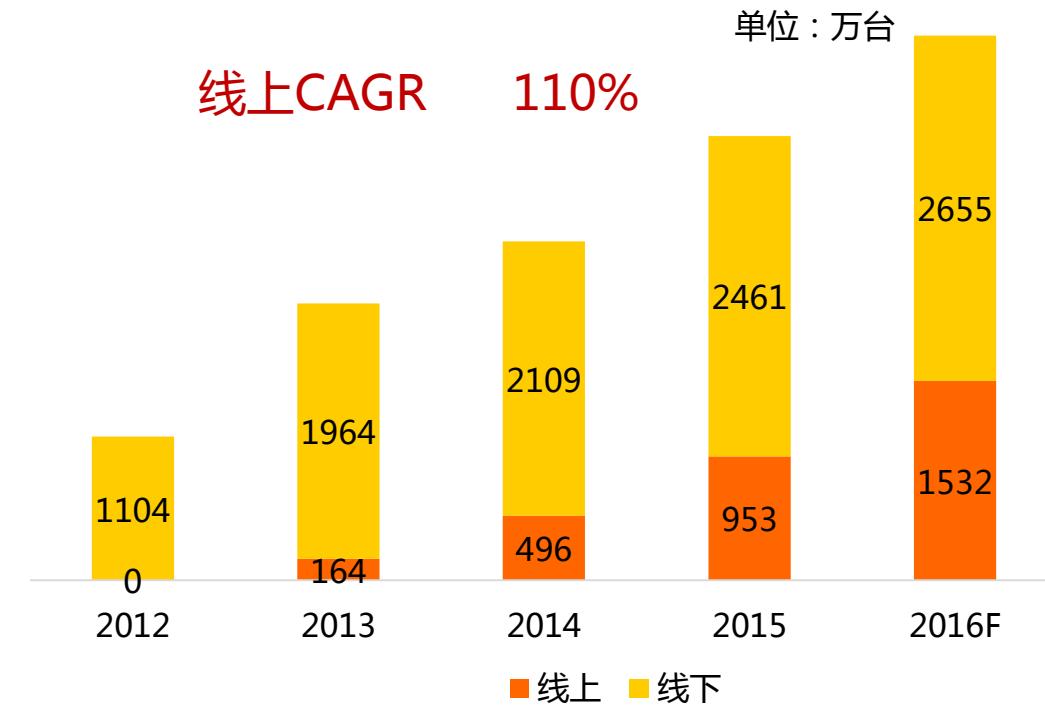
中国智能电视产业规模分析——智能电视销量市占率持续上升，其中线上渠道增幅显著

图 2012-2018年中国智能电视保有量及增长率



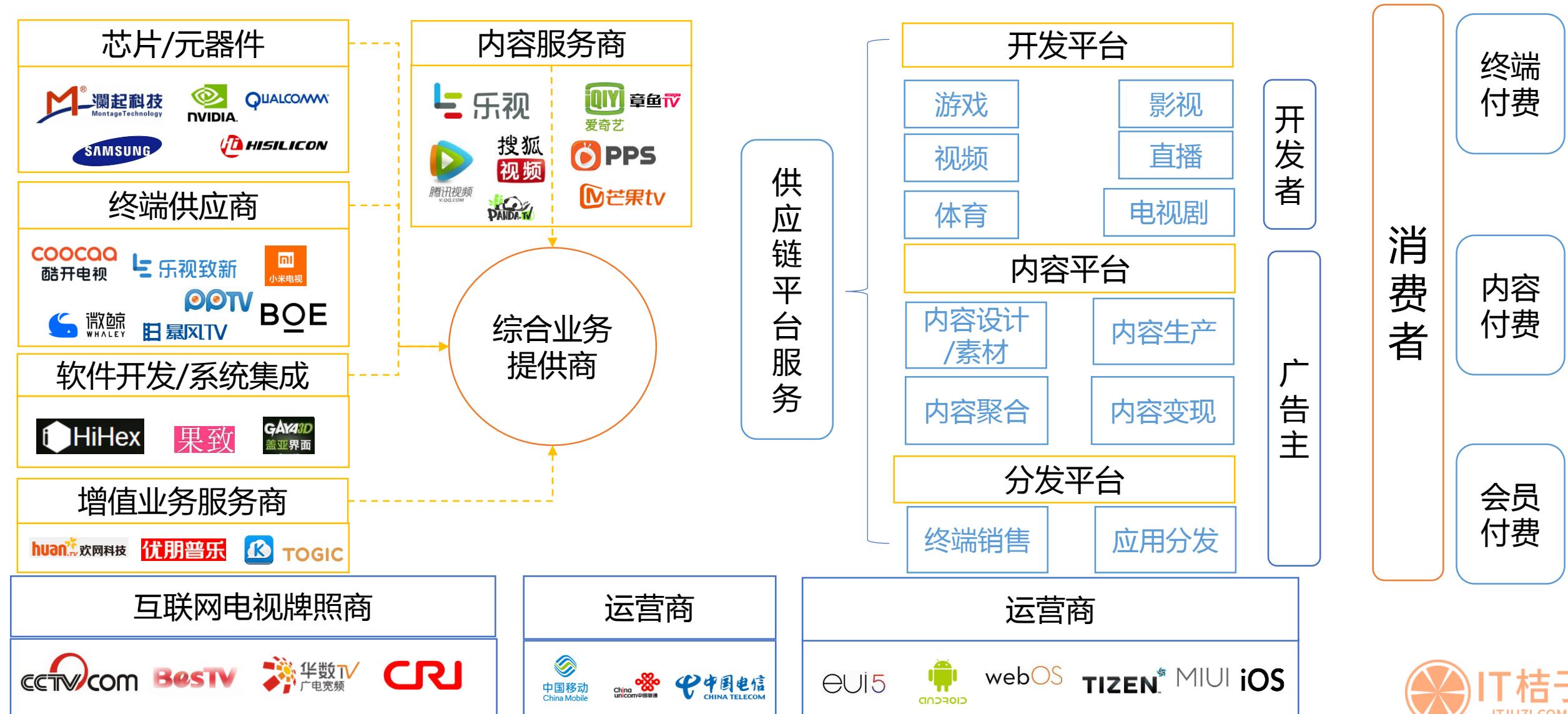
数据来源：乐视智能终端研究院·IT桔子整理

图 2012-2016年中国智能电视销量（分渠道）



数据来源：奥维云网 (AVC) · IT桔子整理

中国智能电视产业链分析——下游应用端需求日益强烈



价值链分析——电视终端智能化、生态化浪潮席卷全球

传统家电制造企业寡头垄断

互联网巨头发力蚕食市场

行业融合应用广泛共建生态

功能化

- 芯片/处理器性能升级
- 屏幕分辨率/OLED迭代
- 频道不断扩容

摩尔定律

品牌

TCL Hisense
KONKA 创维
CHANGHONG 长虹

联网化

- 互联网
- 大数据/云计算
- 内容多元化

云端服务

品牌

LeTV
COOCDA 酷开
mi

智能化

- 人工智能
- 物联网
- 消费升级

机器学习

品牌



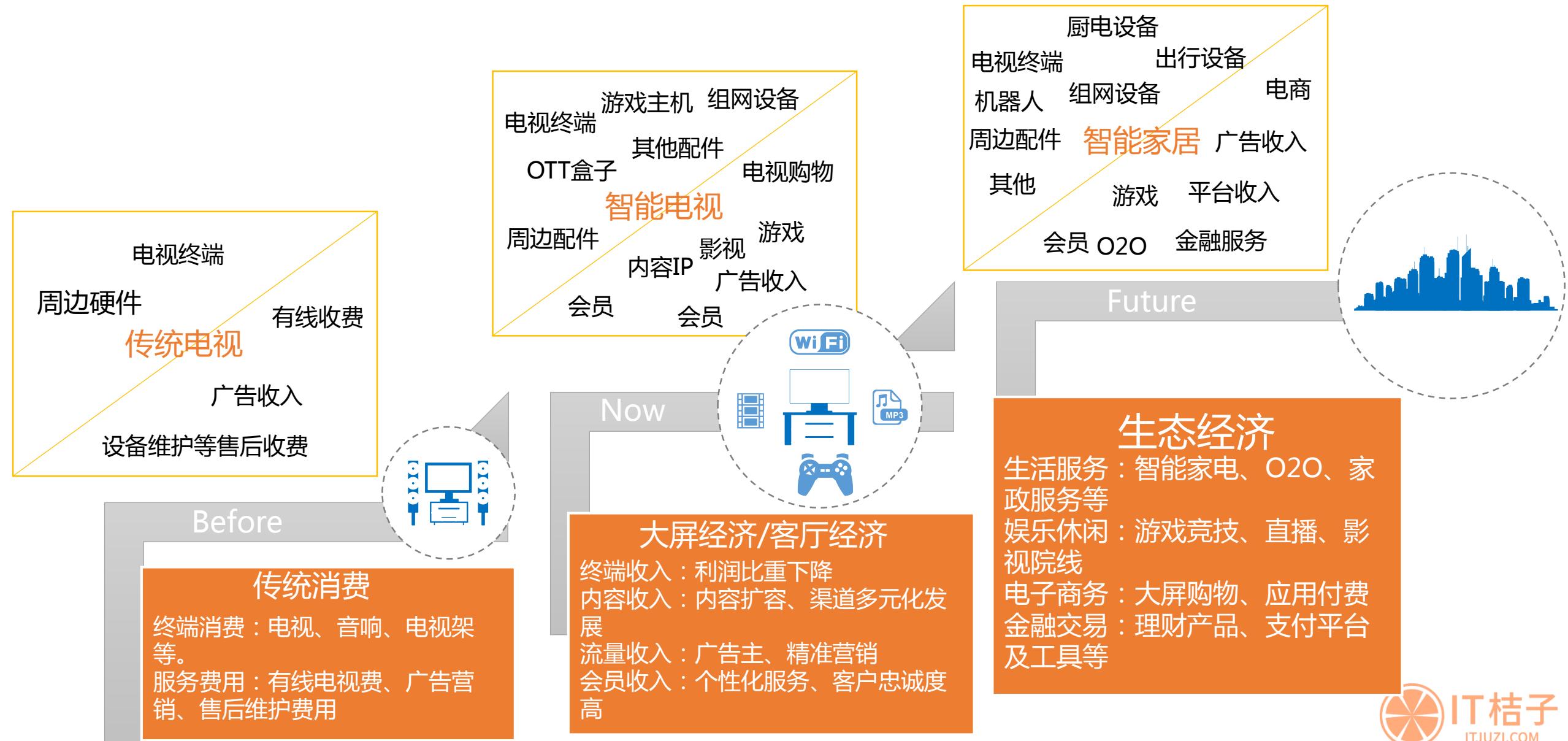
服务付费意愿日益强烈

用 户

使用体验逐渐上升



盈利模式分析——传统的硬件盈利向后服务市场盈利转变



产品服务模式分析——硬件终端不断升级契合客户消费升级

传统电视客户消费

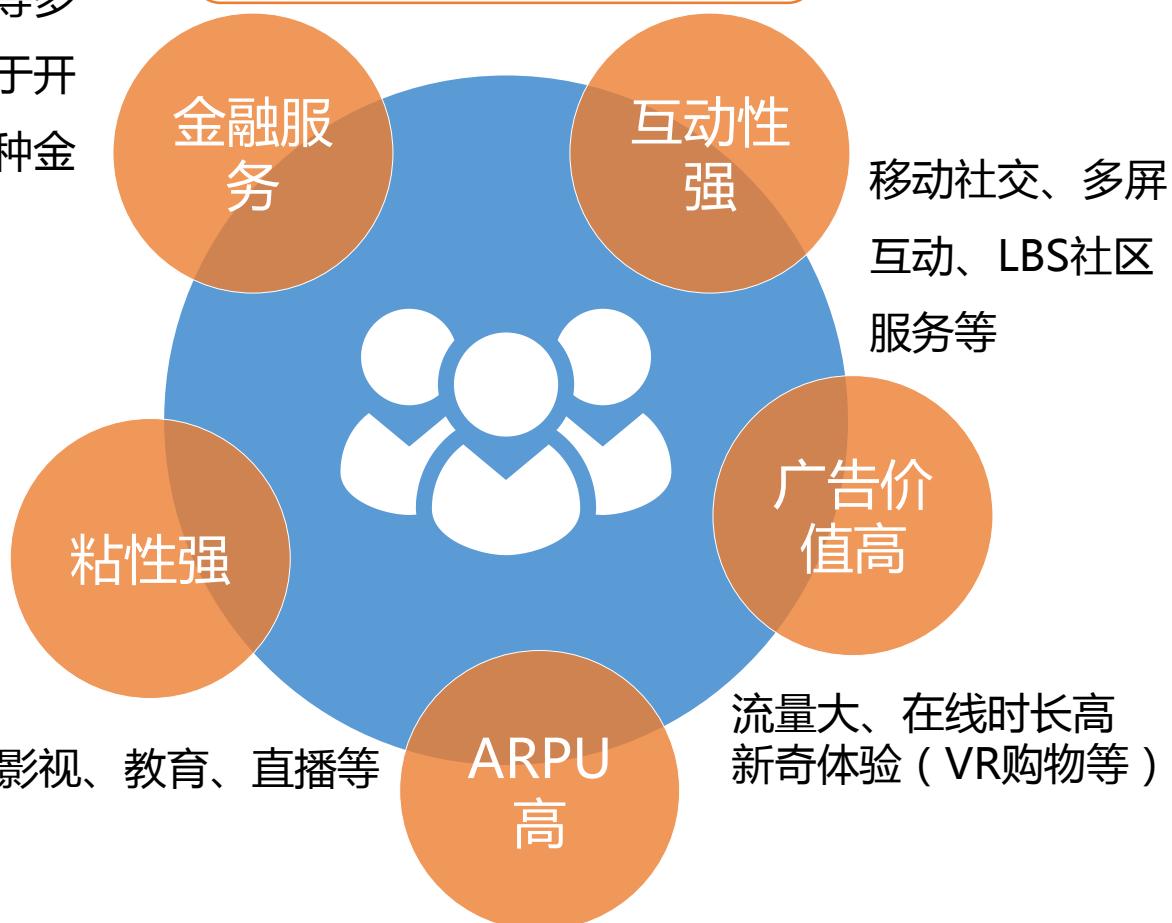


贯穿直播、影视、游戏、电商等多种盈利模式，使用粘性养成便于开展理财产品、保险、众筹等多种金融服务

消费升级

活跃度高
内容丰富
应用广泛：游戏、影视、教育、直播等

智能电视客户消费



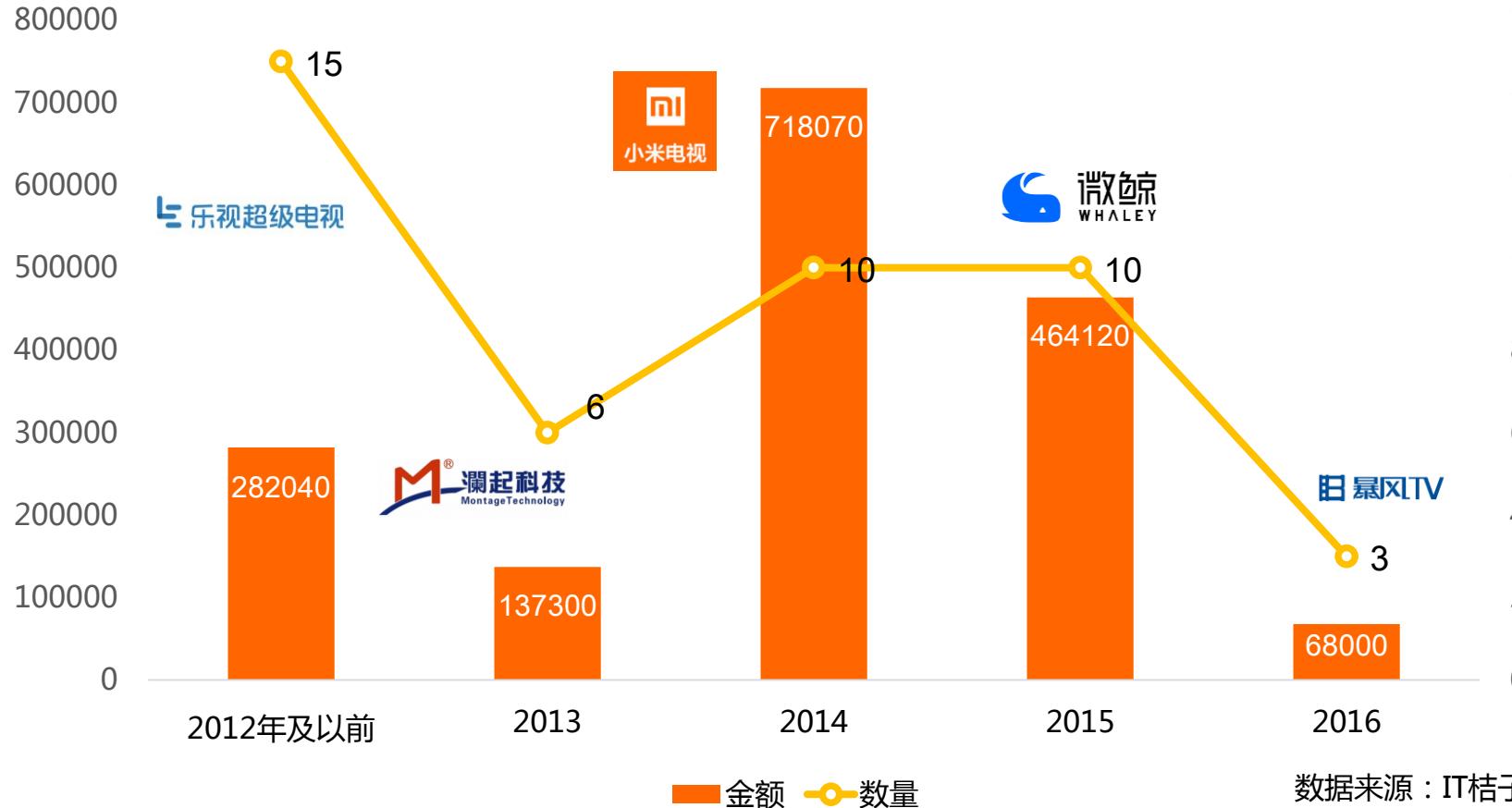
游戏、电商等产品模式具备较强变现能力

投资分析

PART III

中国智能电视市场投融资分析——2012年起互联网企业开始进场，2014-2015年是资本最为活跃的两年

图 中国智能电视市场投融资行情分析 (Base=44)



- 2012年中国智能电视市场初露锋芒，以乐视超级电视为代表的一批互联网企业跨界电视领域，主攻智能电视市场，依托在技术迭代、资本聚拢、模式创新、内容聚合、营销渠道等多方面的互联网基因优势，逐步构建新的竞争壁垒。近年智能电视的销量及市占率上升趋势显著，截至2016年，已有乐视、小米、暴风等IT互联网巨头跨界布局。

注：

- 仅包含注册在中国大陆地区的从事智能电视硬件生产、软件开发、系统集成、内容运营及相关增值服务企业的投融资事件
- 数据采集日期：2016.8

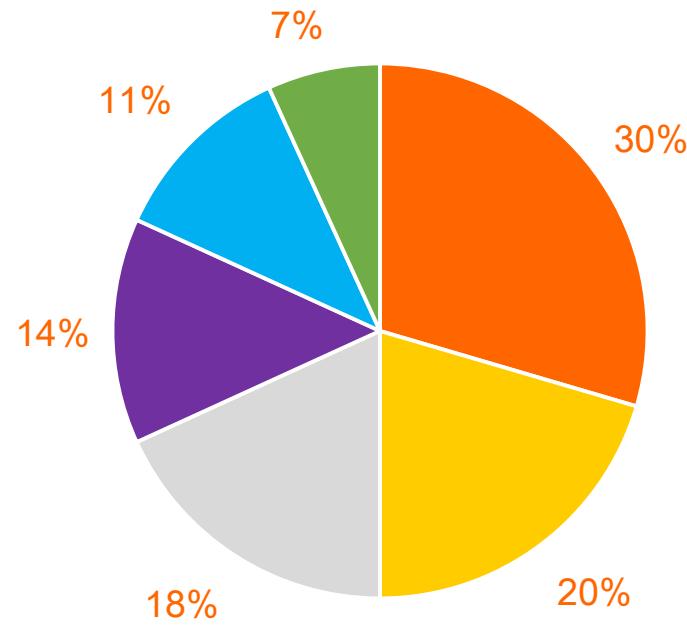
中国智能电视市场投融资详单（部分数据）

企业名称	类型	获投时间	轮次	金额	投资方	其他
乐视致新	综合厂商	2012.11	A轮	数千万人民币	创新工场	2015年12月乐视网以18.75亿元投资TCL多媒体 2016年7月乐视以20亿美元收购美国智能电视品牌Vizio
澜起科技	芯片元器件	2013.9	IPO	7100万美金	-	2014年6月上海浦东科技以6.93亿美元收购澜起科技
小米科技	综合厂商	2014.12	E轮	11亿美金	云锋基金 DST 厚朴基金 GIC新加坡政府投资公司 全明星投资 All-Stars Investment	2015年1月顺为基金数百万美元投资奇果网络
微鲸科技	硬件设备	2015.8	A轮	20亿人民币	腾讯 阿里巴巴 华人文化产业基金	2016年4月微鲸科技战略投资康佳集团4.5亿元人民币
暴风TV	综合厂商	2016.8	A轮	2亿人民币	宁波航辰投资	2016年7月暴风集团及关联方出资1000万人民币成立暴风影业
优朋普乐	增值业务	2015.9	D轮	5.28亿人民币	华闻传媒 前海人寿保险 达华智能	-

数据来源：IT桔子·根据互联网可查询公开资料整理

中国智能电视市场投融资分析——增值业务服务创业企业 数量多，综合业务企业融资金额普遍高

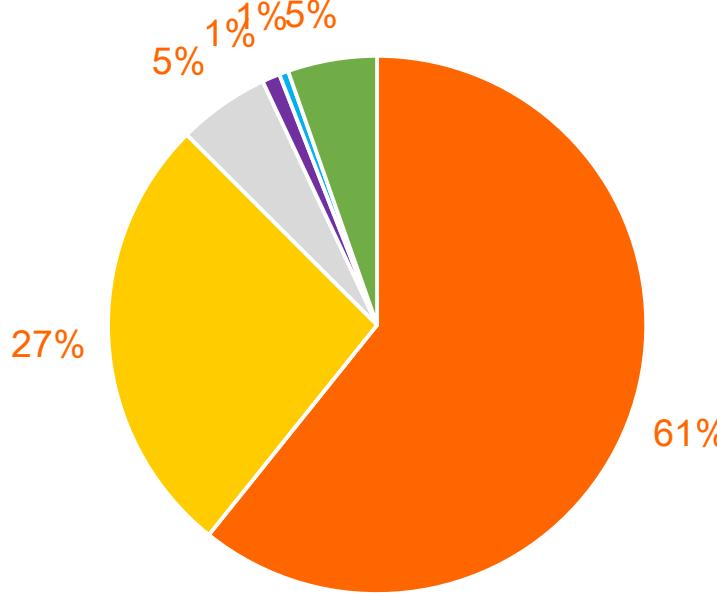
图 中国智能电视企业投资数量类型分布 (Base=44)



■ 增值业务 ■ 综合业务 ■ 软件开发 ■ 硬件生产 ■ 内容服务 ■ 其他服务

数据来源：IT桔子

图 中国智能电视市场融资金额分布 (Base=44)



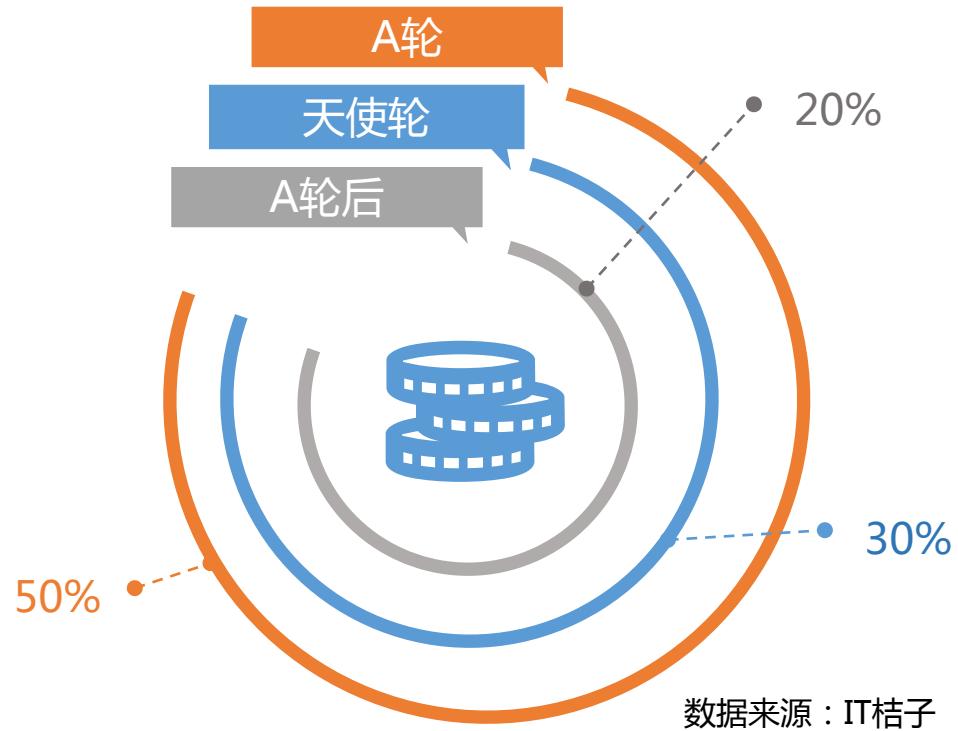
数据来源：IT桔子

注：

- 仅包含注册在中国大陆地区的从事智能电视硬件生产、软件开发、系统集成、内容运营及相关增值服务企业的投融资事件
- 综合业务：指主营业务涵盖两个及以上智能电视相关服务的企业，如乐视、小米等
- 数据采集日期：2016.8

2014-2015年中国智能电视市场投融资阶段分析——早期转向成长期

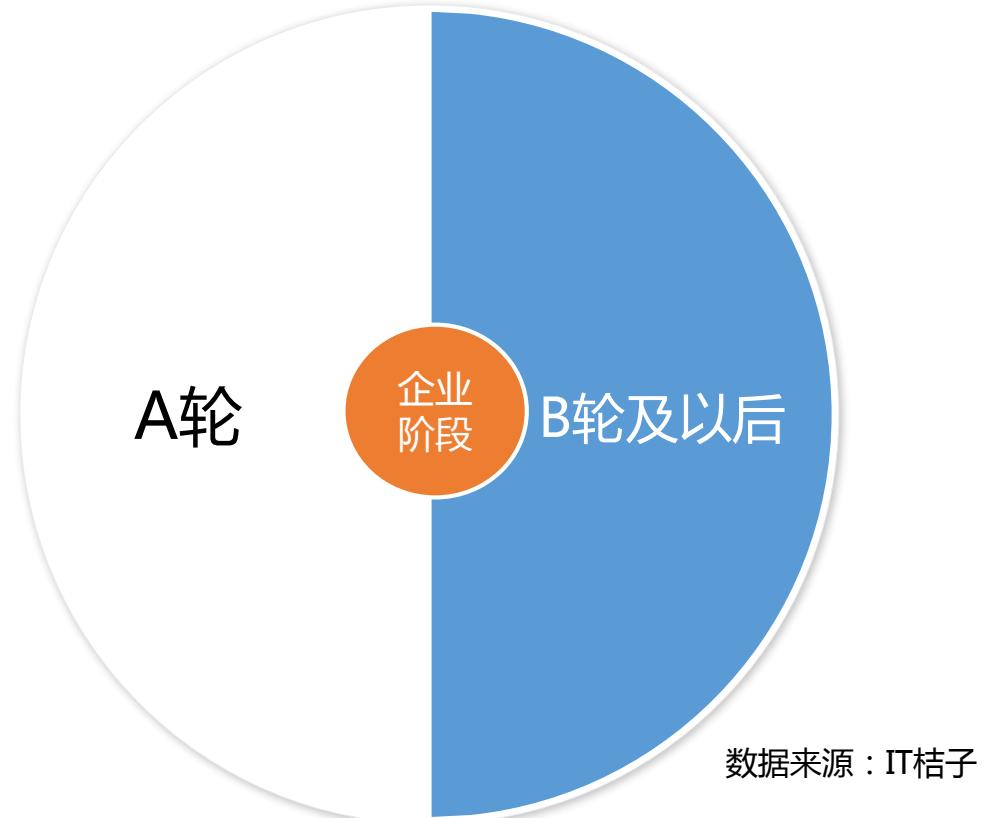
图 2014年中国智能电视市场投资数量阶段分布 (Base=10)



投资阶段逐渐由早期向成长期过渡

2014

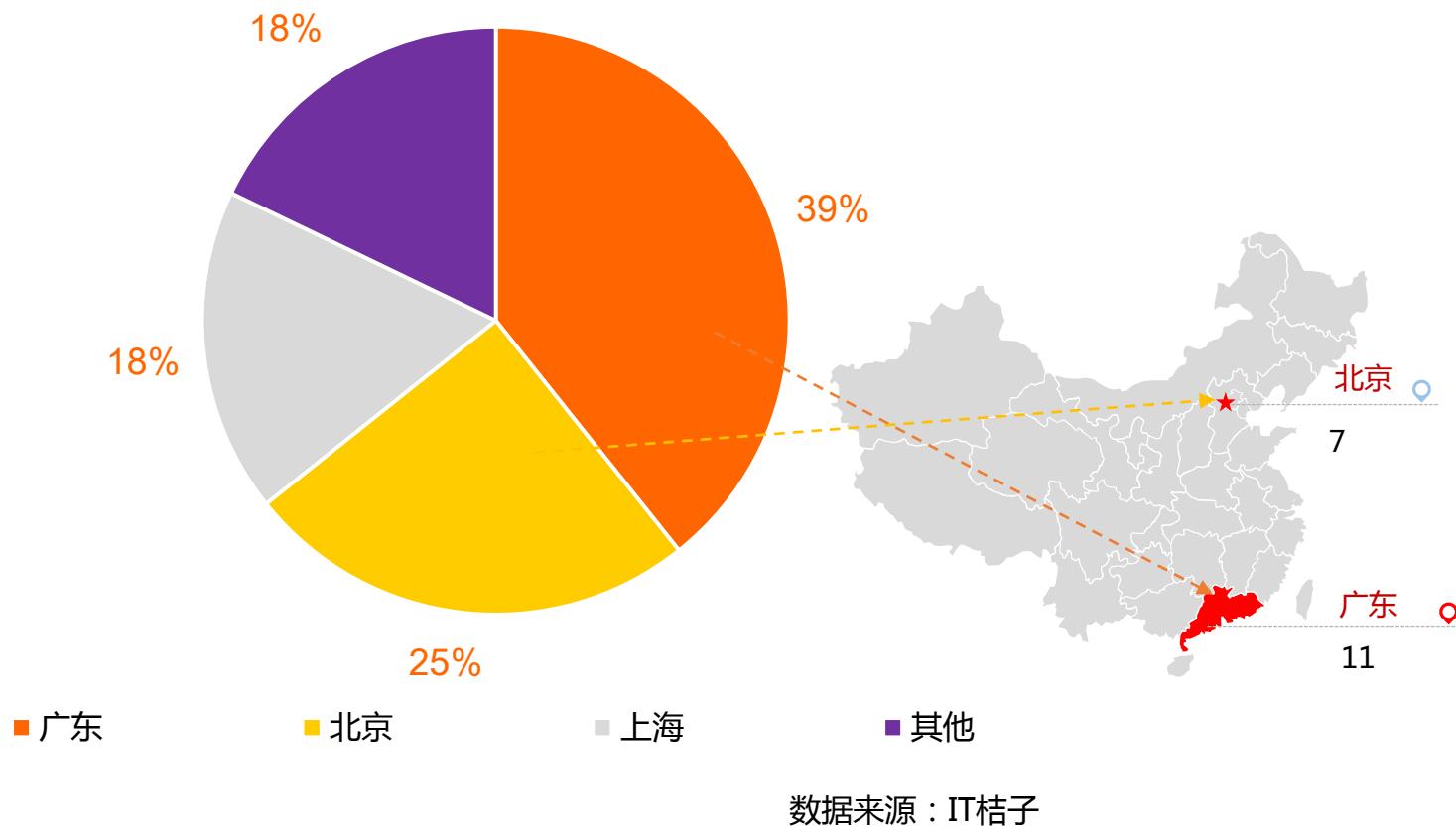
图 2015年中国智能电视市场投资数量阶段分布 (Base=10)



2015

智能电视创业企业相对少，进入门槛高且竞争激烈，创业企业主要集中在广东、北京、上海三地

图 中国智能电视创业企业地域分布情况 (Base=28)



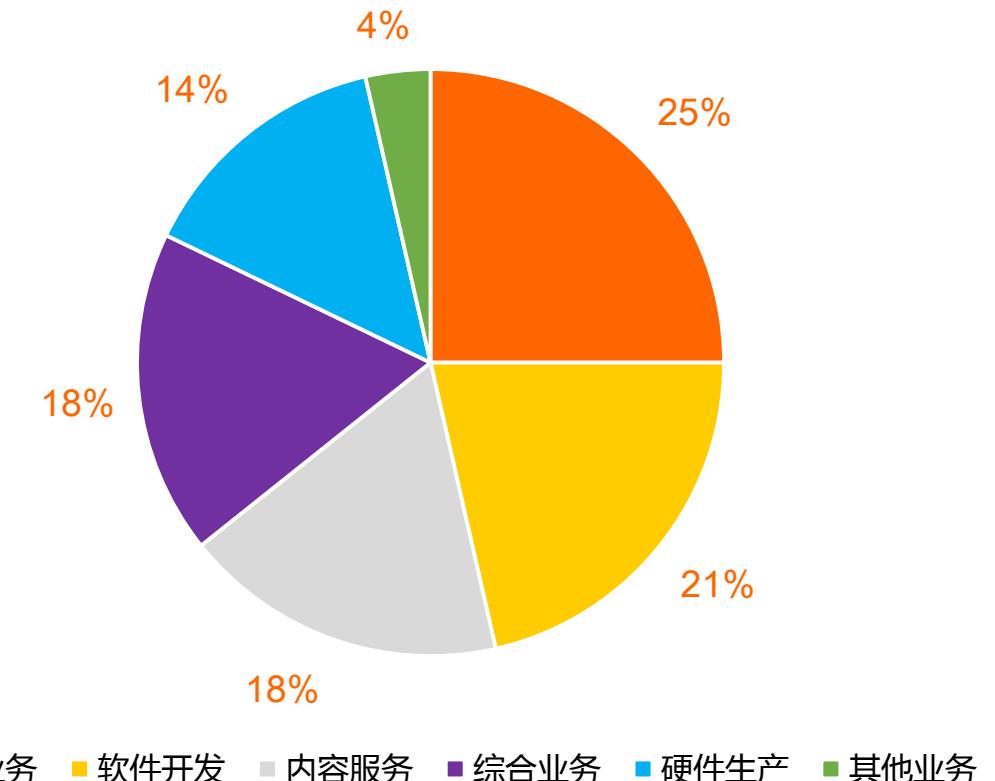
- 广东、北京、上海是智能电视创业环境最好的三地，其中广东省智能电视创业公司多达11家，位居全国首位，其次分别是北京和上海。

注：

- 仅包含注册在中国大陆地区的从事智能电视硬件生产、软件开发、系统集成、内容运营及相关增值服务企业
- 数据采集日期：2016.8

创业公司融资进入成长期阶段，其中硬件终端市场已成红海，初创企业切入难度大，但在内容、软件等领域仍有渗透机会

图 中国智能电视投资数据企业类型分布 (Base=28)

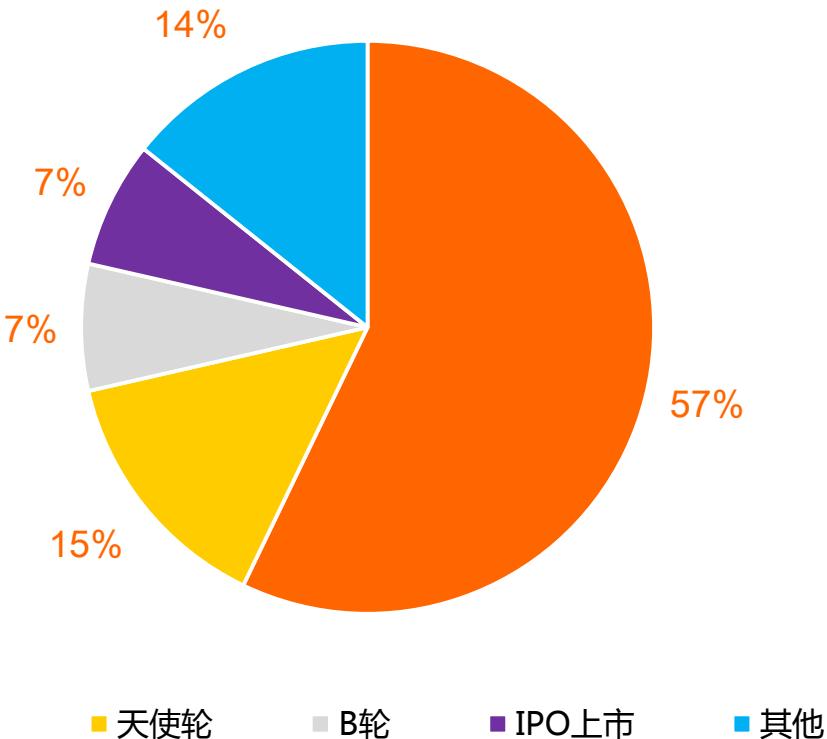


数据来源：IT桔子

注：

- 仅包含注册在中国大陆地区的从事智能电视硬件生产、软件开发、系统集成、内容运营及相关增值服务企业
- 综合业务：指主营业务涵盖两个及以上智能电视相关服务的企业，如乐视、小米等
- 数据采集日期：2016.8

图 中国智能电视企业投资阶段分析 (Base=28)



数据来源：IT桔子

案例分析

PART IV

案例分析

I

乐视

II

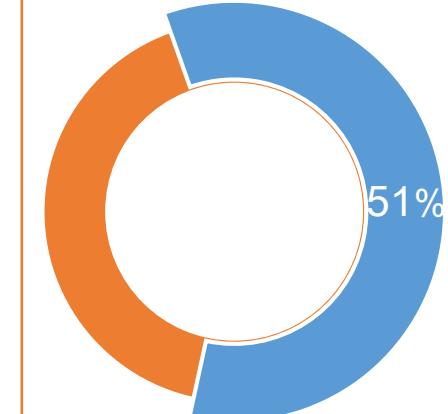
海信

III

创维

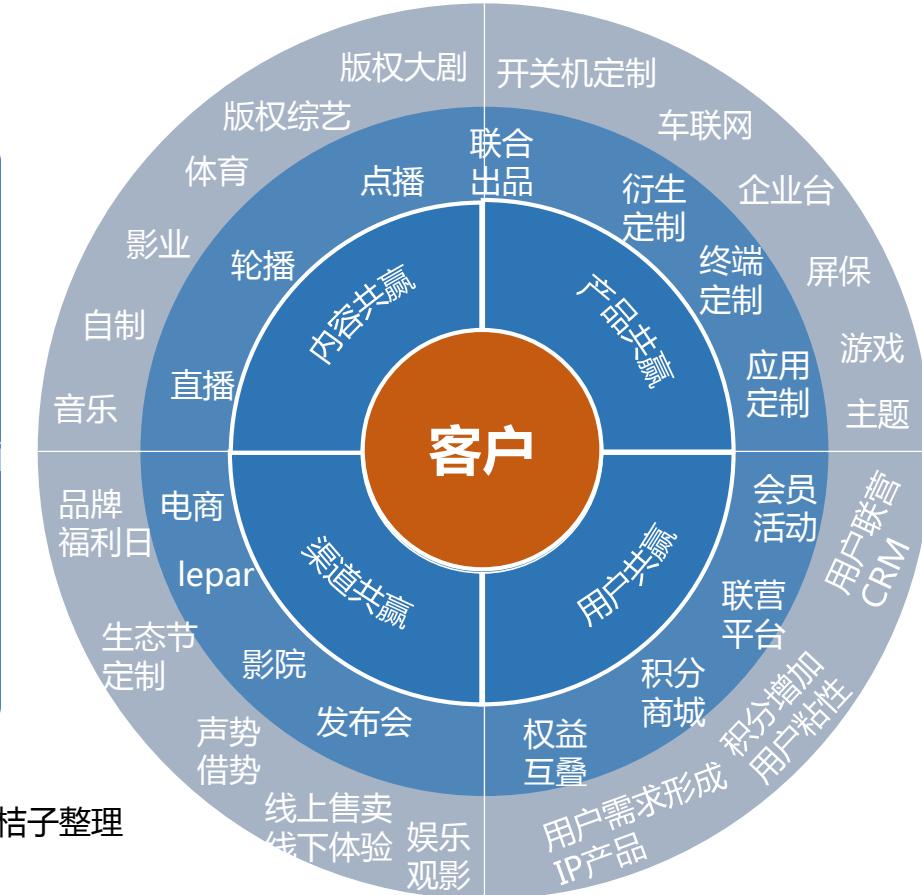
一、乐视——围绕乐视七大生态建设，全方位打造客户智能生活体验

乐视影视会员渗透率



乐视会员

数据来源：乐视智能终端研究院·IT桔子整理



以用户体验为核心，探索创新技术及模式，个性化增值服务将改变客户日常消费行为，持续提升客户内容付费意愿

多屏联动、内容载体、协同效应
体验升级、社群互动、智能操作



内容多元、平台聚合、渠道轻量化
客户积累、增强粘性、提升客单价



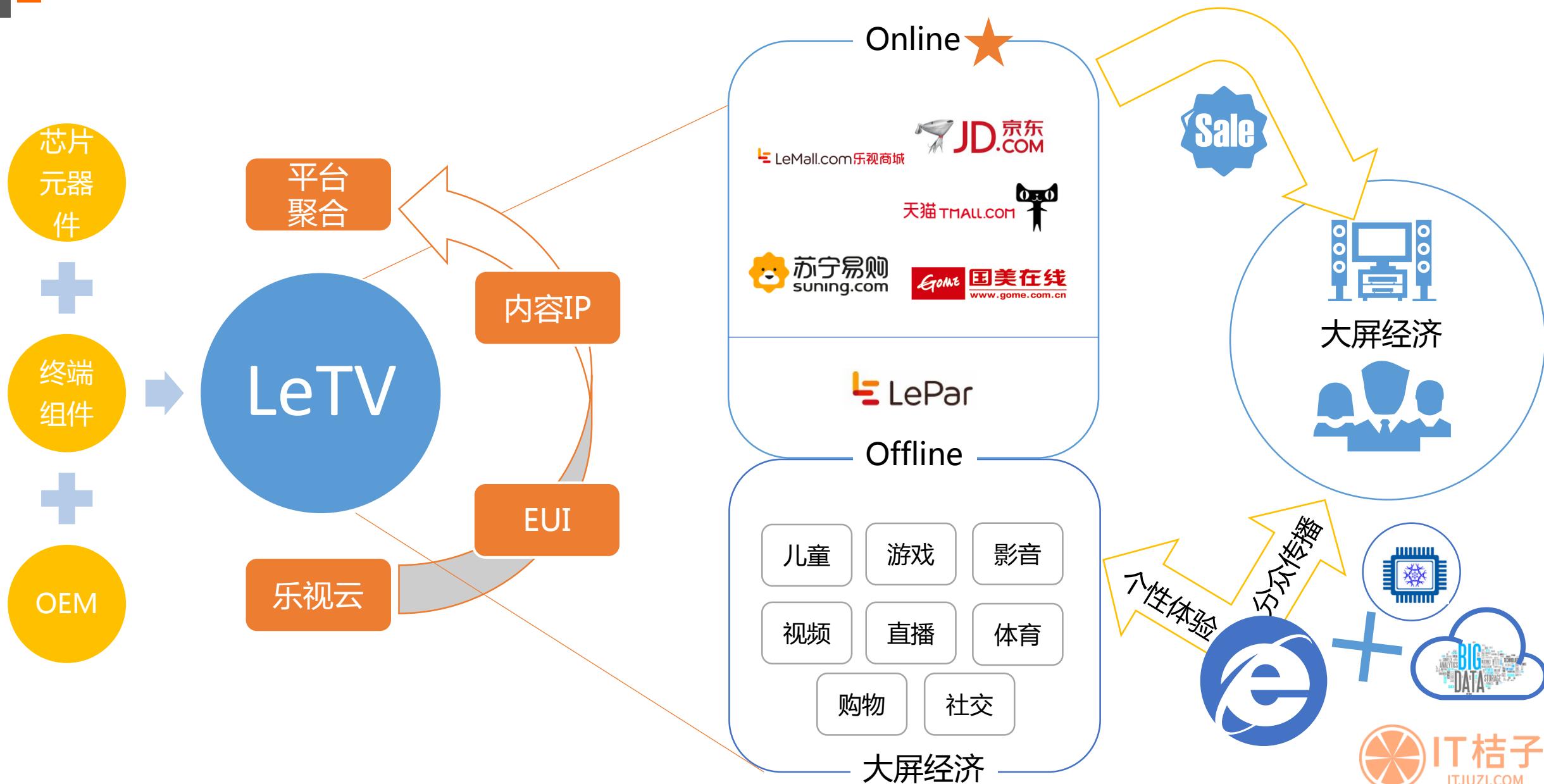
技术迭代、人机交互、机器学习
语音/手势控制、智能搜索/播放



数据聚合、挖掘、可视化云端转化
定制应用及服务

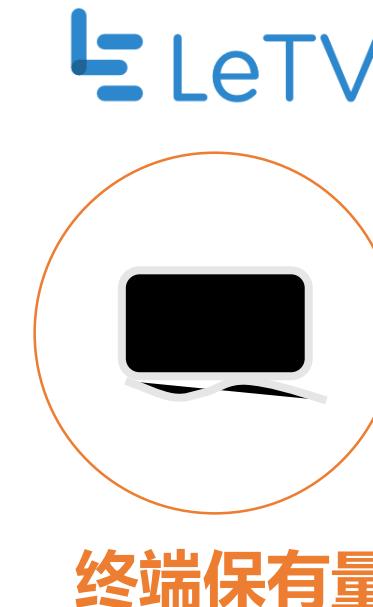
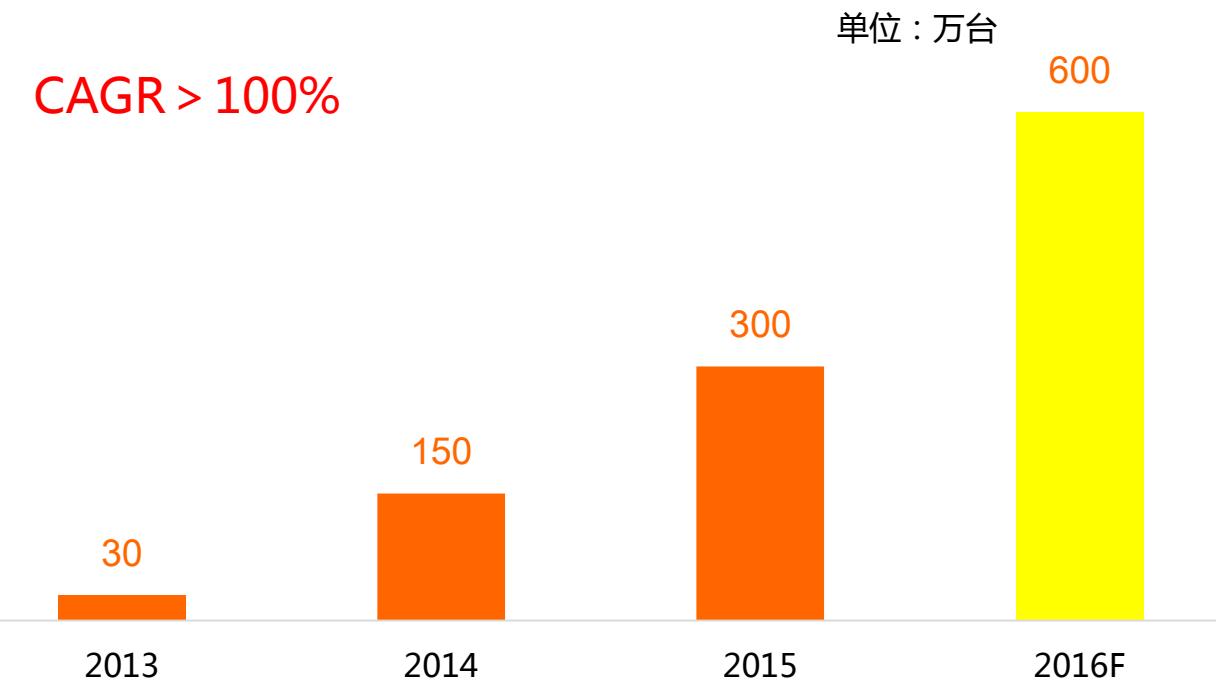


平台、内容、终端、应用是乐视打造大屏经济的核心



自2013年起，乐视超级电视保持高速增长，截至2016年8月，乐视TV保有量已突破700万台

图 2013-2016年乐视超级电视销量



超700万台

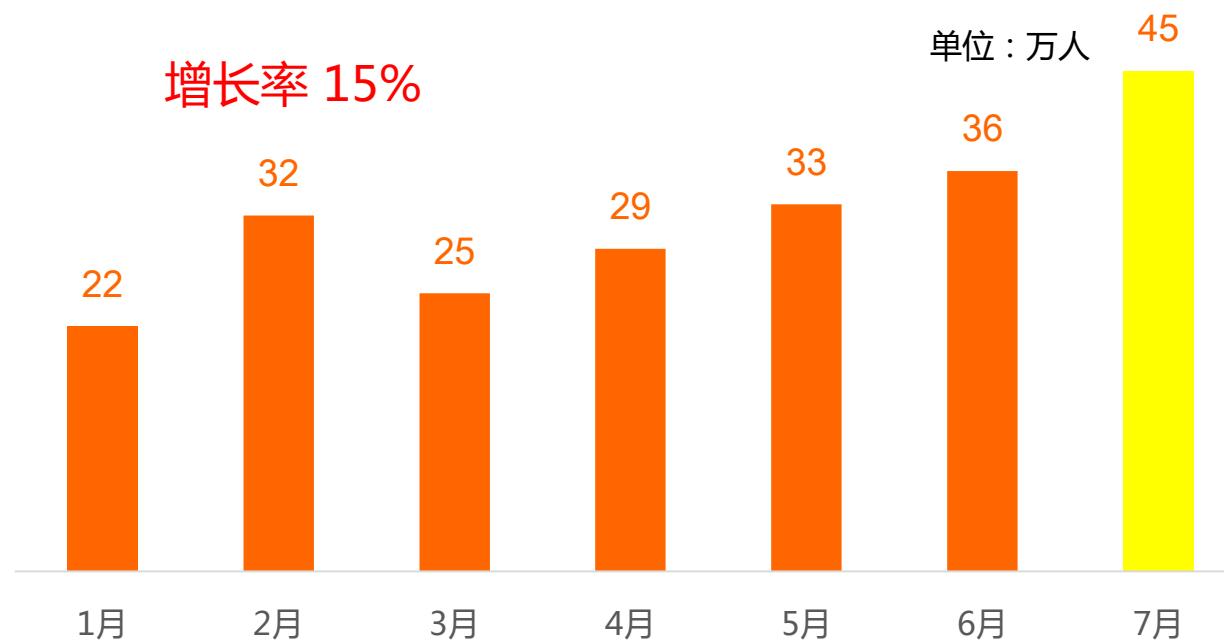
数据来源：乐视智能终端研究院·IT桔子整理

数据来源：乐视智能终端研究院·IT桔子整理

说明：数据采集时间截至2016.7

截至2016年7月，乐视大屏游戏月活用户规模突破40万人，电视购物单月金额已达到330万元，客户内容付费习惯正在养成

图 2016年乐视大屏游戏月度活跃用户规模



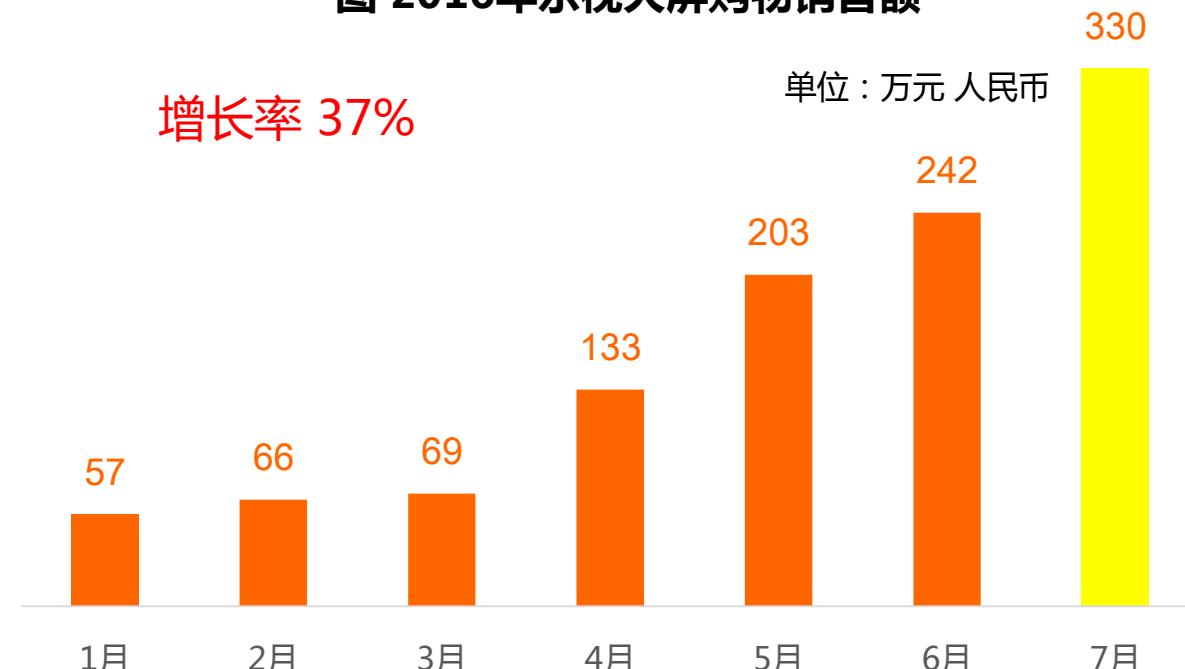
数据来源：乐视智能终端研究院·IT桔子整理



ARPU

100元 RMB

图 2016年乐视大屏购物销售额



数据来源：乐视智能终端研究院·IT桔子整理



平均消费

495元 RMB

案例分析

I

乐视

II

海信

III

创维

二、海信——加速布局互联网+客厅经济

传统电视

2010年9月，海信率先面对中国市场推出全球首台 DivX PlusTM HD 电视——海信智能3DLEDXT39系列液晶电视新品，采用自主创新的HITV-OS操作系统，首度推出“智能电视”概念，提供海信软件商店供用户自行下载所需应用。

智能电视

过去的6年里，海信积极扩大智能电视种类，攻坚智能电视的关键领域技术（操作系统、显示、芯片等），自主研发数个国内首创技术应用和产品；同时积极扩展自身在内容和生态方面的合作与服务种类，形成了较好的技术与体验壁垒。

生态电视

未来海信集团依托海信电视终端强大的保有量和用户基础，结合自有智能家居smart-home系统、海视云OVP、海信地产等核心资源构建客户智能生活生态圈，也将是未来海信打造生态电视的重要壁垒。

Hisense

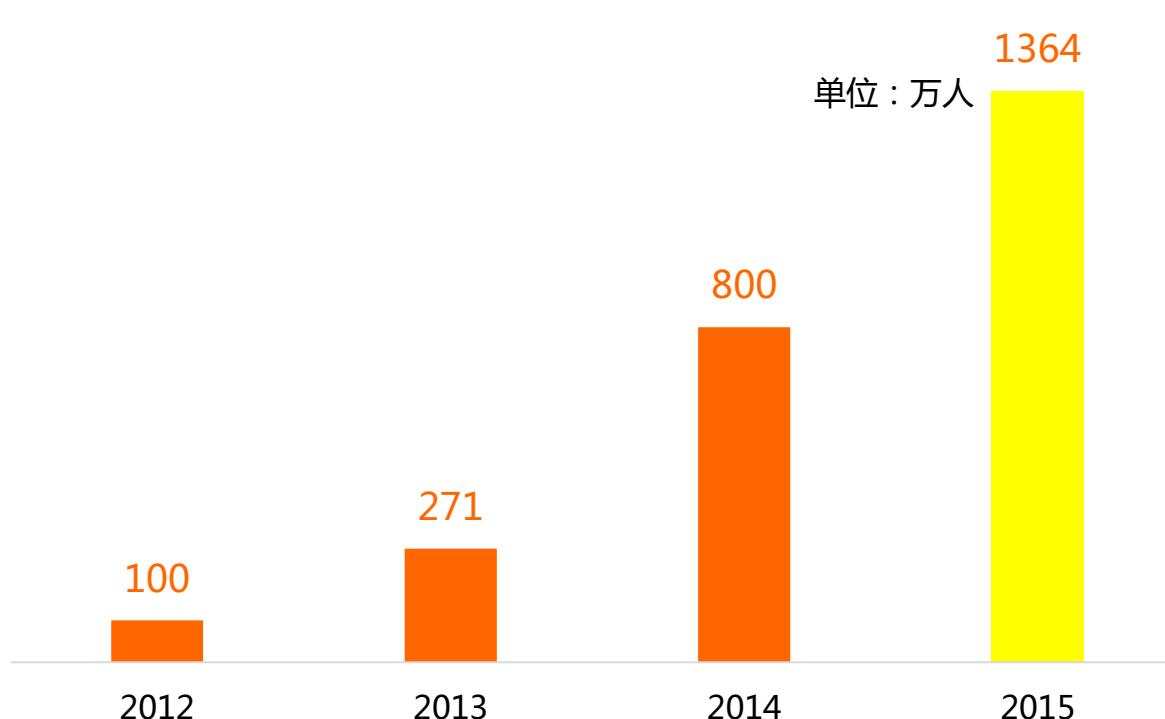
2010

2011-2016

Future

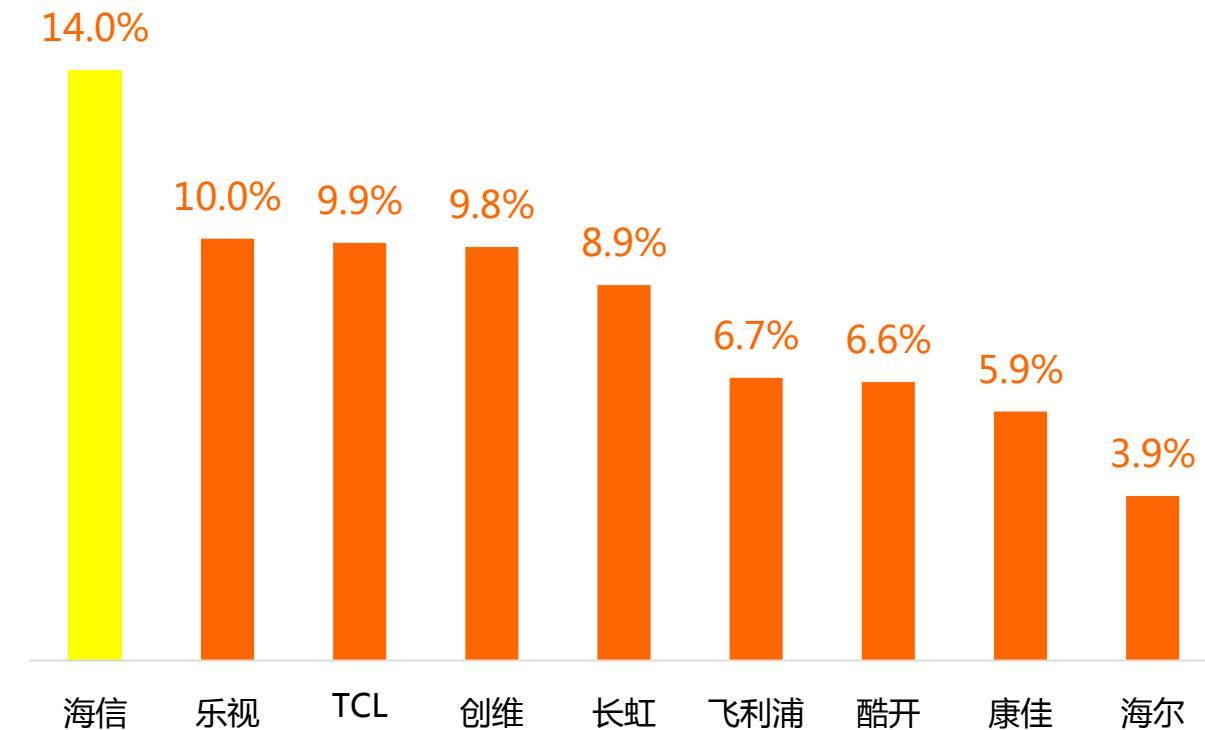
智能电视销量及用户规模稳步增长

图 2012-2015年国内互联网电视用户规模



数据来源：互联网公开渠道·IT桔子整理

图 2015年智能电视线上渠道销售表现



数据来源：中怡康·IT桔子整理

直播、点播、游戏、教育四大业务版块用户粘性较强

图 各业务日平均使用时长占比

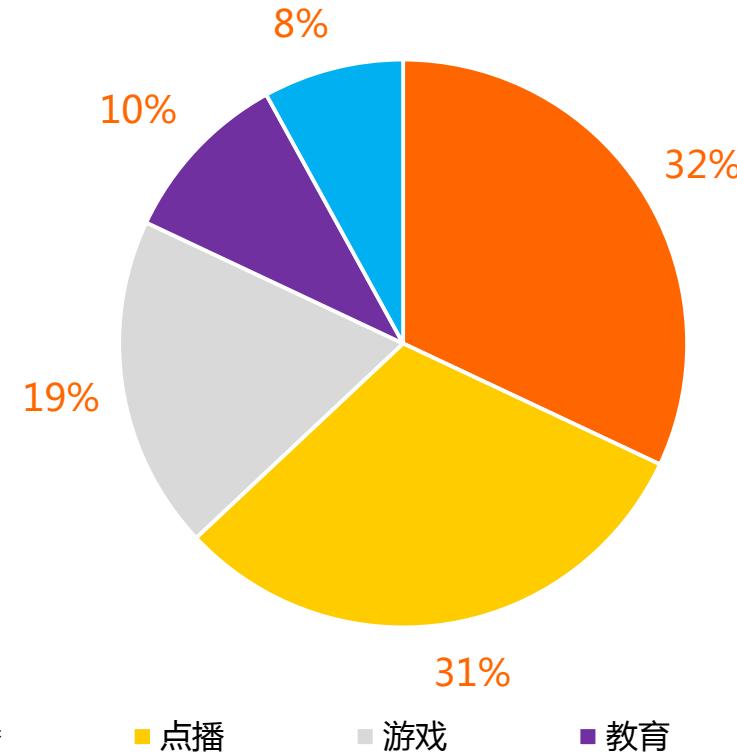
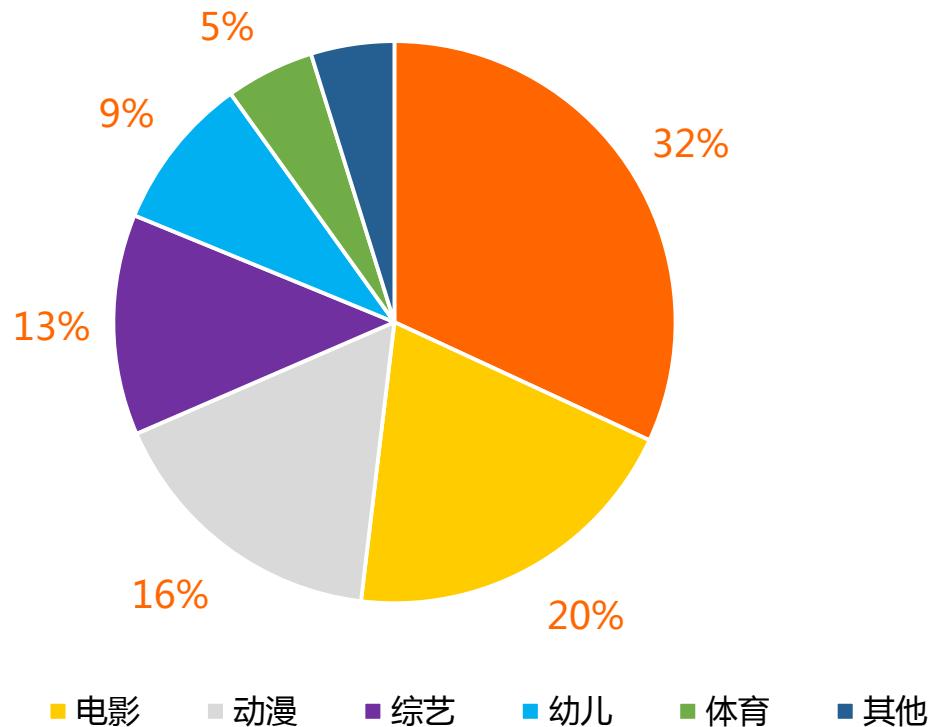


图 视频分类点播活跃度



数据来源：互联网公开渠道·IT桔子整理

数据来源：互联网公开渠道·IT桔子整理

扩充内容合作，丰富生态价值



根据公开资料整理，截止2016年3月8日，海信智能电视用户数突破**1700万**。
拥有技术优势和传统电视市场份额优势的海信，在接下来应当会在内容与生态双方面继续发力

案例分析

I

乐视

II

海信

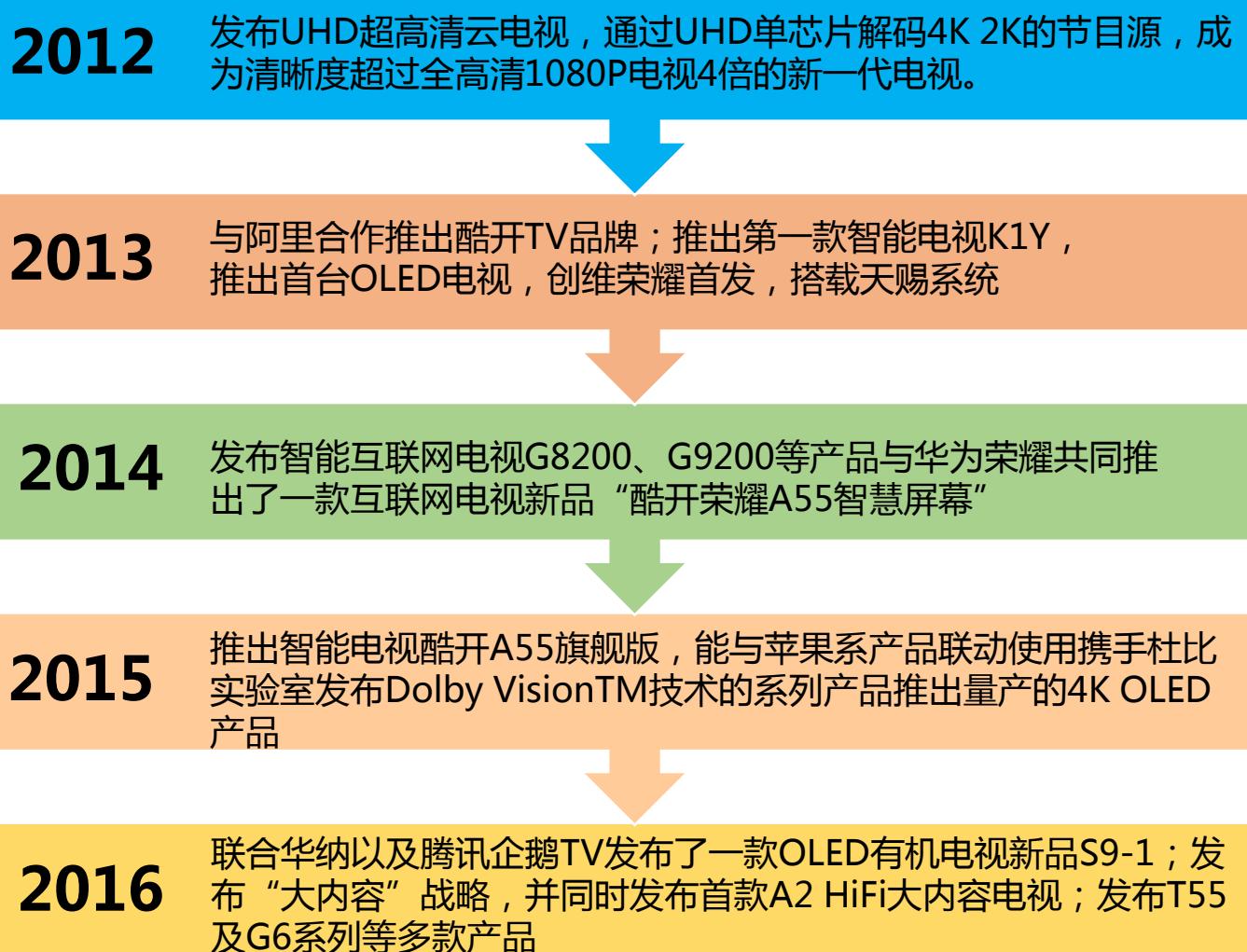
III

创维

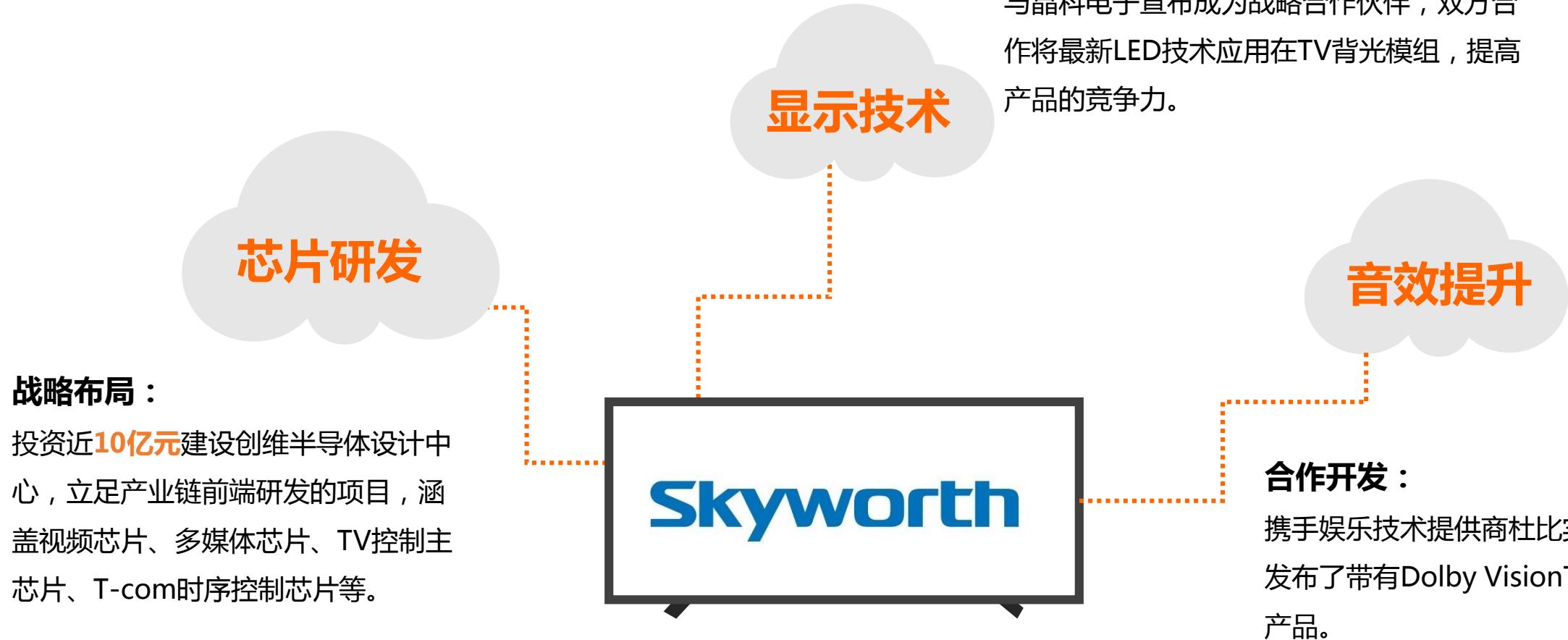
三、创维——合众连横，积极布局智能电视的运营部分



- ✓ 与大量的互联网及广电传媒类公司达成合作，将其纳入自身的智能电视生态体系里。
- ✓ 创维较为重视在互联网电视运营方面的投入和布局，与广电系有较深的业务合作，重视维护资质和资源。
- ✓ 根据公开数据显示，截至2016年6月，中国市场的创维智能电视机累计激活用户达1300万。



技术——芯片、显示与音效体验等



业务——立足运营合作、广铺品牌合作，丰富服务生态



案例总结

品牌	模式	用户运营	内容布局	桔子分析
乐视	<ul style="list-style-type: none">➤ 依托生态资源赋能TV端➤ 全产业链布局（平台+内容+终端+应用）➤ 依托强大的内容资源优势，让利消费者，软件补贴硬件（强势拓展保有量）➤ 独创EUI桌面体系	<ul style="list-style-type: none">➤ 分众运营，分级运营➤ 专属团队，多样化激励政策➤ 生态用户共享，为用户提供多元化选择。	<ul style="list-style-type: none">➤ 体育➤ 购物➤ 游戏➤ 儿童➤ 音乐➤ 影视➤ 同步院线➤ <p>(内容+硬件增益)</p>	<ul style="list-style-type: none">➤ 依托生态资源深度布局TV端，通过自建内容体系对用户进行精细化分级运作，强化内容变现，以运营用户为核心。
海信	<ul style="list-style-type: none">➤ 整合产业链上下游，在芯片、显示屏、操作系统、云平台等方面均有布局，近期在内容方面与多家第三方展开合作，打造智能生态圈	<ul style="list-style-type: none">➤ 巩固硬件技术壁垒，挖掘客户潜在价值	<ul style="list-style-type: none">➤ 与未来电视、爱奇艺、凤凰视频、华数传媒等多家企业合作，“聚好看”聚合影视、在线视频、教育、游戏等内容资源	<ul style="list-style-type: none">➤ 传统行业巨头在产业链上游体系具备一定优势，同时拥有一定的用户基础和品牌效应，但TV端内容布局和用户精细化运营有待完善，在内容端更多依托第三方合作资源为主。
创维	<ul style="list-style-type: none">➤ 硬件+系统+内容➤ 依托强大的自主研发实力，以及创维电视多年积累的客户忠诚度和品牌效应，在智能电视领域开始发力，与阿里巴巴合作推出酷开TV	<ul style="list-style-type: none">➤ 发力整合TV/BOX/移动端/VR四大业务客户资源，通过用户、内容、后台一体化运营提升客户粘性。	<ul style="list-style-type: none">➤ 影视、音乐、教育、游戏、旅游、商城及广告等八大内容服务➤ “硬件 + APP” 为核心的智慧屏幕运营平台。	

更多TMT创投商业分析

欢迎关注IT桔子公众微信号（itjuzi521）

**如果您有关于互联网研究、创投数据分析的
更详细需求或者是对我们的报告有任何想法**

欢迎直接联络 xaxiwei@itjuzi.com

微信: xwxia_1989



**更多桔子洞见与报告
↑↑欢迎扫码阅读↑↑**