

广东IPTV案例报告

2017年

智屏市场发展现状

1

IPTV发展现状及产品特性

2

粤TV案例分析

3

粤TV行业启示

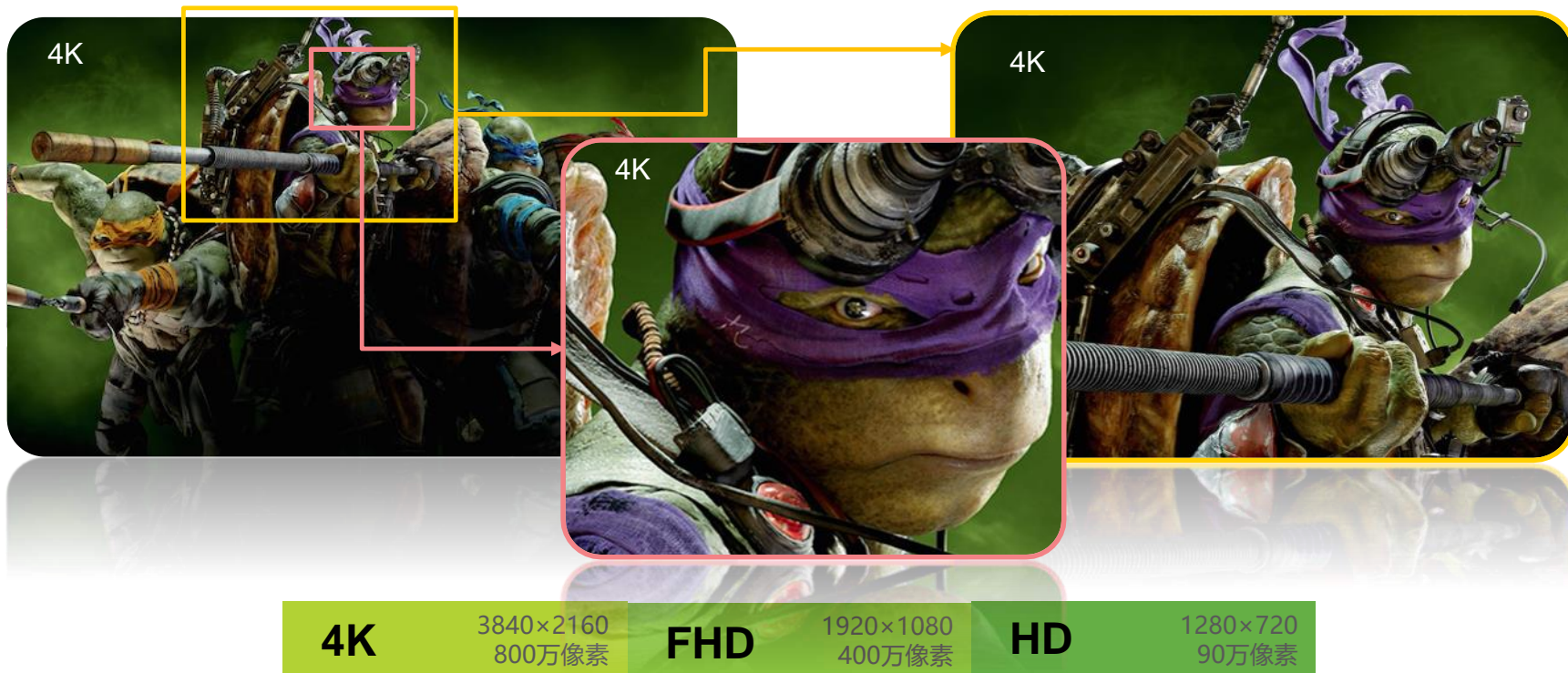
4

电视技术更新换代

4K电视市场启动 家庭影院可待

当前大部分的电视使用高清信号，分辨率为90万像素，而4K电视能达到800万像素。16年7月DVB指导委员会已经批准了DVB-UHDTV的第一阶段规范，确定4K信号发送技术规范。目前，国内的电视制造企业均以4K研发作为技术导向，部分品牌已经推出4K电视，预计未来4K电视将取代全高清电视，电视视频信号也将向4K信号转变，用户将能在家中收看比拟影院的电视画面。

4K电视呈现高分辨率的画质



来源：根据专家访谈及公开资料整理而得。

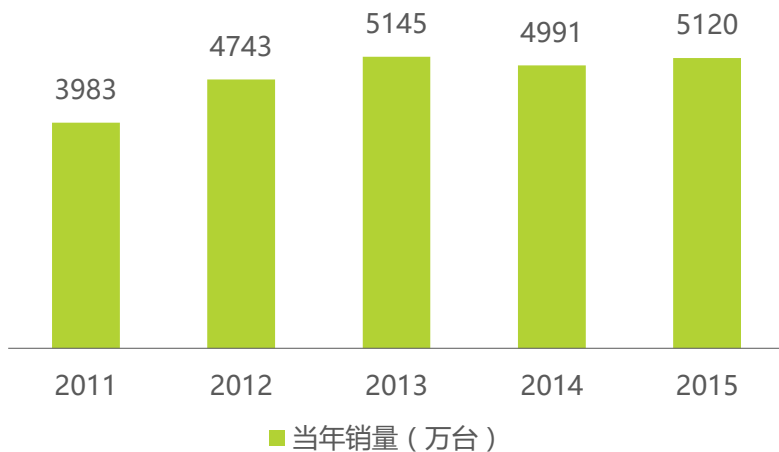
电视功能升级，销售市场回暖

截至16年9月，2016年国内LCD电视销量3982万台

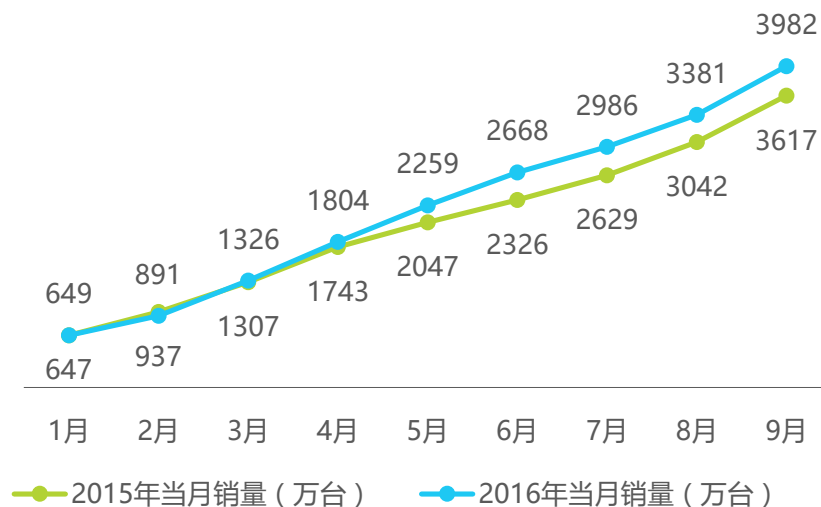
2014-2015年电视销量降低，一方面为用户收看视频的习惯向平板、电脑等新型终端靠拢，另一方面国内电视的传统生态系统未能迎合用户的个性化、交互性需求。

智能电视、互联网电视、4k电视的出现，激发新的购买需求和原有电视更新换代的需求，截至2016年9月，国内LCD销量为3982万台，高于往年同期的销量值，电视行业低迷之后开始重新找回市场。

2011-2015年国内LCD年度销量



2015年1-9月及2016年1-9月国内LCD累计销量曲线



来源：上市公司财报数据整理。

来源：上市公司财报数据整理。

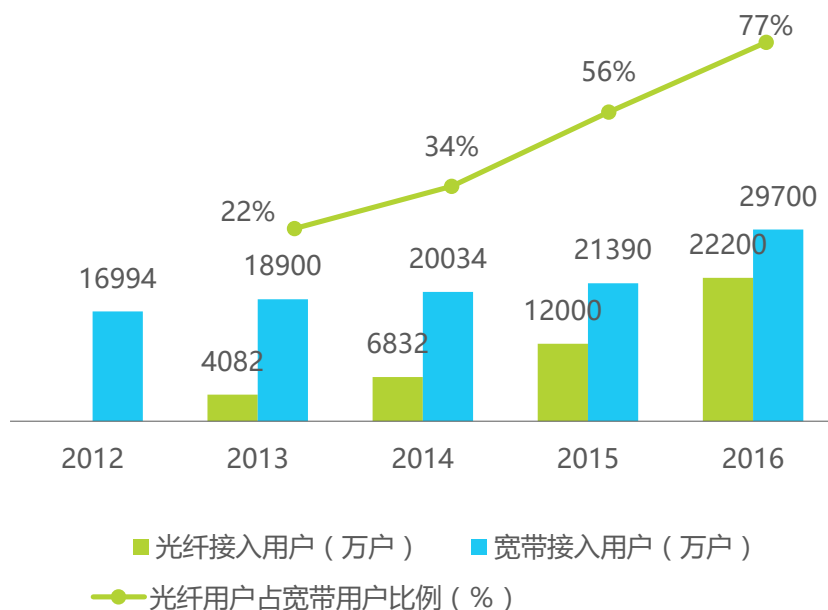
高速宽带覆盖提升

2016年底光纤用户占宽带总用户比例达到77%

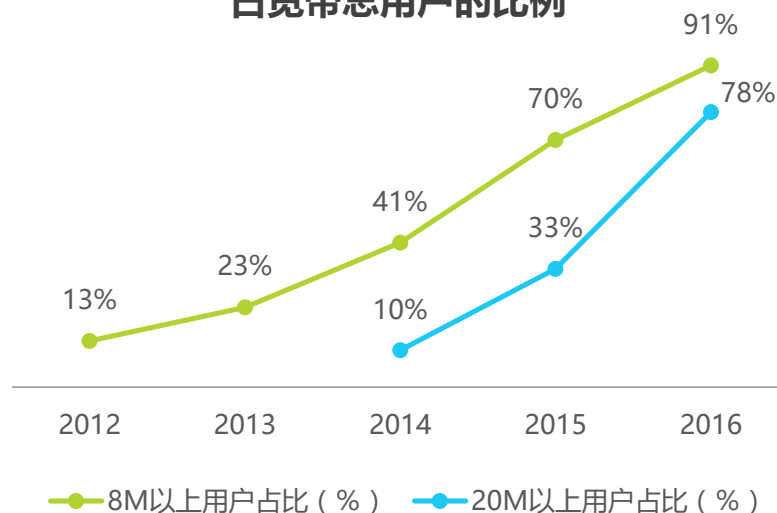
2010年4月，工信部发布工信部联通〔2010〕105号《关于推进光纤宽带网络建设的意见》，全面推进国内光纤宽带建设。

光纤用户增长量和增长率已经远超整体宽带增长值，2016年光纤用户数量和2015年相比几乎实现翻倍增长，到2016年，光纤用户数已占据总宽带用户的77%，符合国家“光进铜退”这一指导思路。2016年11月22日，国际电信联盟(ITU)发布了《衡量信息社会报告(2016)》，我国IDI数值为5.19(全球平均水平4.94)，IDI数值增幅位居全球第13位，我国固定宽带普及率达18.6%。

2012-2016年的宽带用户数和光纤用户数



2012-2016年8M以上和20M以上用户占宽带总用户的比例



来源：国家工信部2017年1月数据。

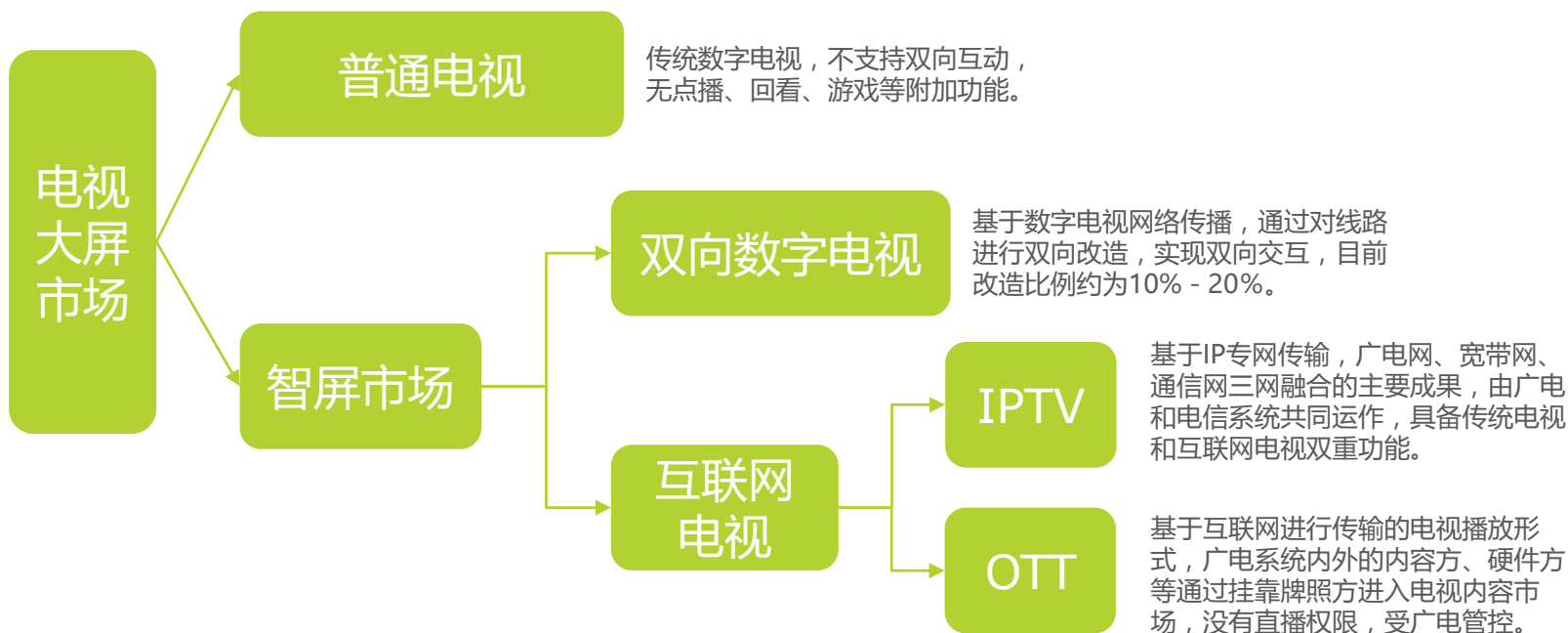
来源：国家工信部2017年1月数据。

电视大屏市场多样化发展

互联网电视出现，为大屏市场注入活力

电视硬件更新换代的同时，电视信号的传输方式、内容运作方式也开始转变。支持点播、回看等双向传输功能的智屏电视开始出现。其中包括互联网电视和经过双向改造的数字电视，使用户通过点播、回看和加载应用程序获得个性化观看体验。互联网电视包括IPTV和OTT两种形式，IPTV由广电体系管理播控系统，联通、电信等电信运营商管理传输系统，使用专用宽带传输电视信号；OTT由广电总局指定的七家牌照方统一管控，接入互联网内容运作方和智能电视商家，使用宽带网络进行传输。互联网电视的出现，极大的丰富了电视内容和电视使用方式，为大屏市场注入活力。

电视大屏市场细分



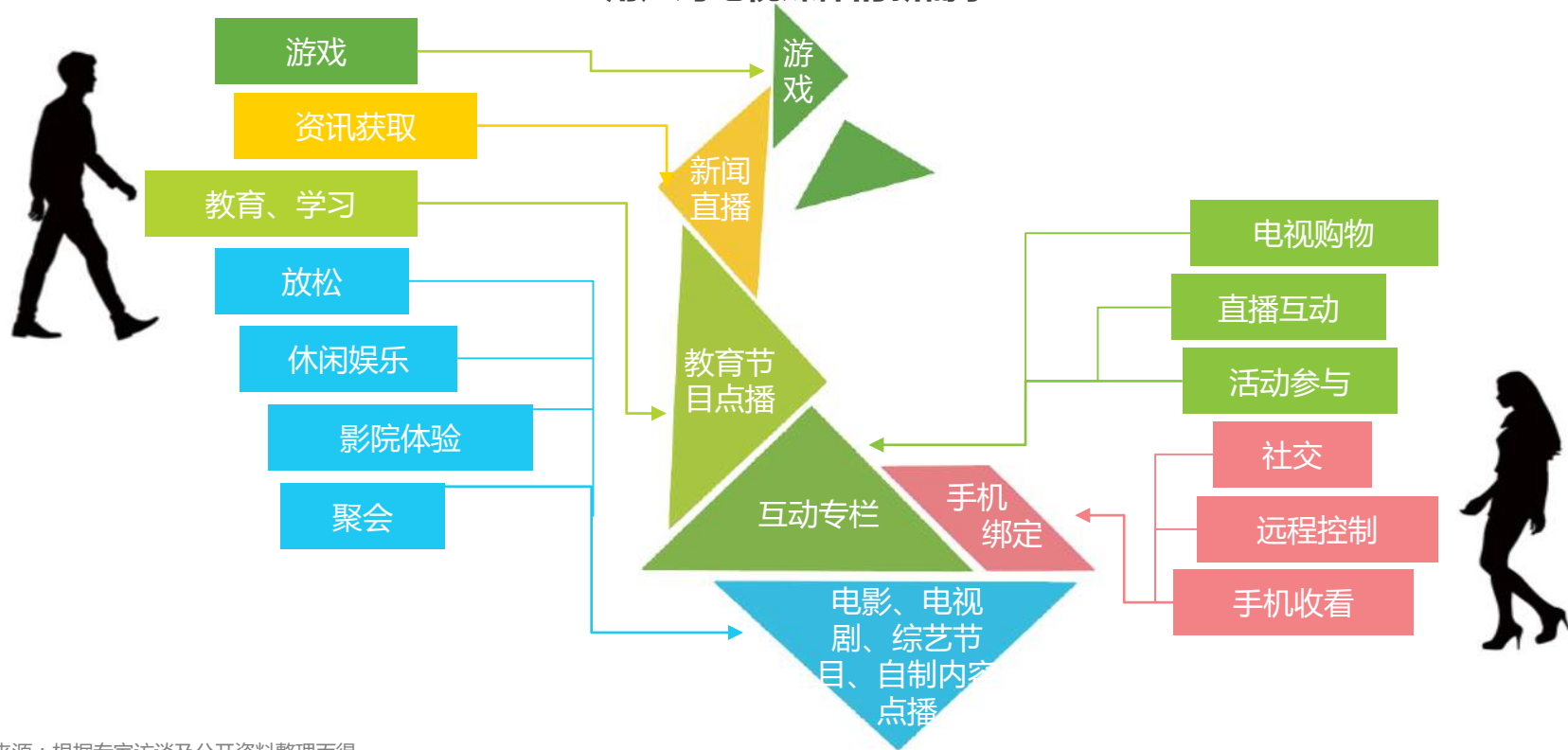
来源：根据专家访谈及公开资料整理而得。

电视用户需求变化

电视用户对交互性和个性化的需求明显

80年代起全球进入信息时代，在信息化的大潮中，用户习惯和需求已经发生了改变；互联网电视中，电视机为接收信息的大屏，技术上可以实现在电视上观看互联网的海量内容，如电影、电视剧、综艺节目点播、教育节目点播；可以和手机互联，实现手机远程控制和手机收看节目，可以在手机用户和电视观众之间传播信息、图片；可以和观众进行互动，进行活动策划；电视收听直播节目、新闻资讯和大屏收看的传统优势，融合互联网的想象，完美贴合大多数用户对家庭视听娱乐的需求。

用户对电视媒体的新需求



来源：根据专家访谈及公开资料整理而得。

智屏特性 - 实现 “千人千面”

从看电视到用电视，个性化、互动性使用电视

智屏从本质上改变了电视的功能，从传统的单向收看转变到双向互动，可实现个性点播、节目时移/回放，通过网络实现智能家电互联、手机绑定，同时实现和电视内容方的实时互动。双向互联为智屏带来无尽的想象空间。

智屏互联时代的电视新特性

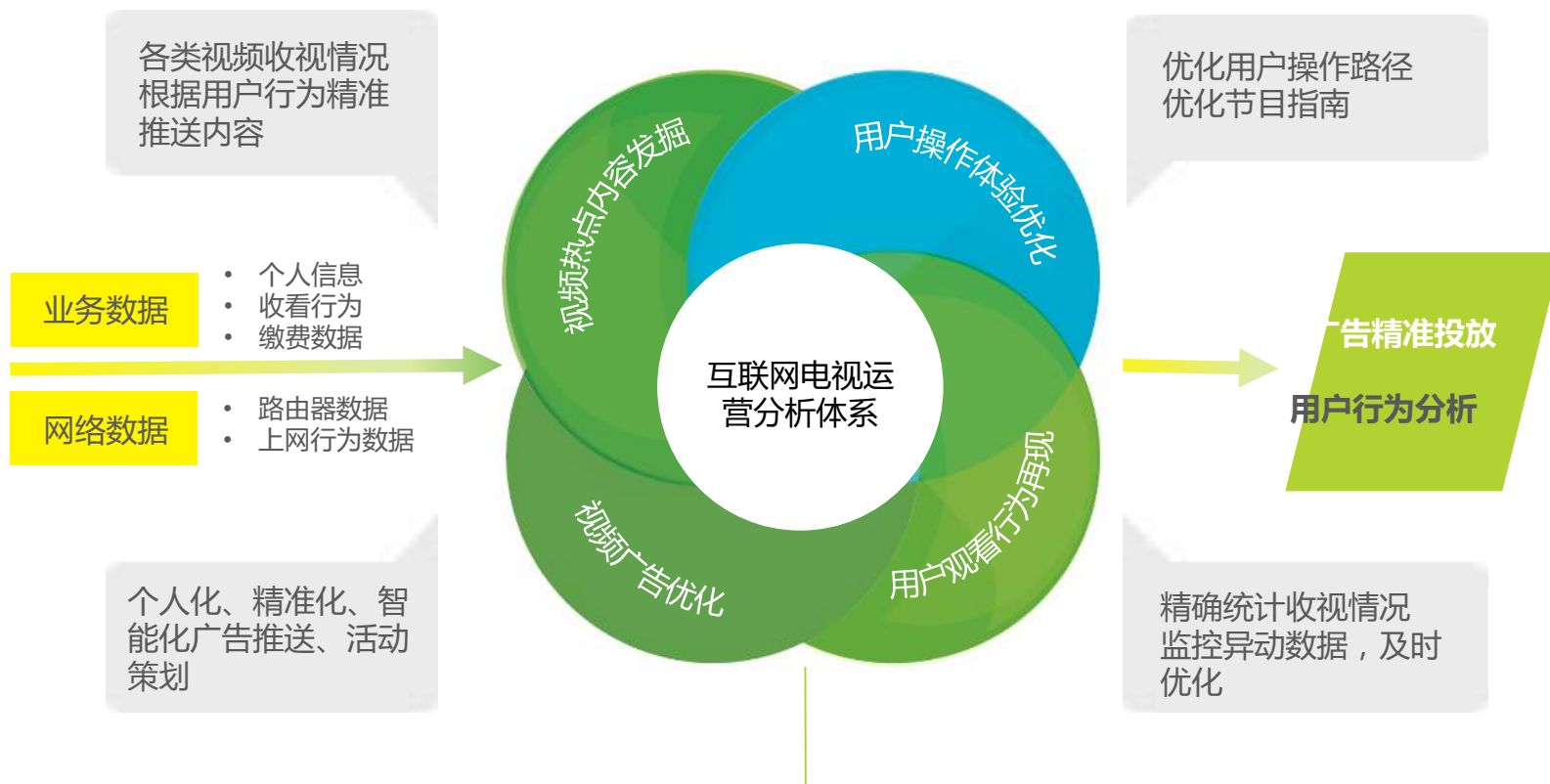


智屏特性 - 大数据运营

构建基于大数据的电视运营分析体系

互联网电视双向互动的特性，使其可以采集到用户所有的使用情况记录，这些代表了“群体智慧”的数据记录又可以在播控平台进行大数据处理分析，从而实现大数据的最终目标——“进行判断和预测”，并从中获取价值，作为互联网电视运营决策的根本，电视行业将成为下一个使用大数据实现智能化运营的行业。

智屏互联时代的大数据操作



来源：根据专家访谈及公开资料整理而得。

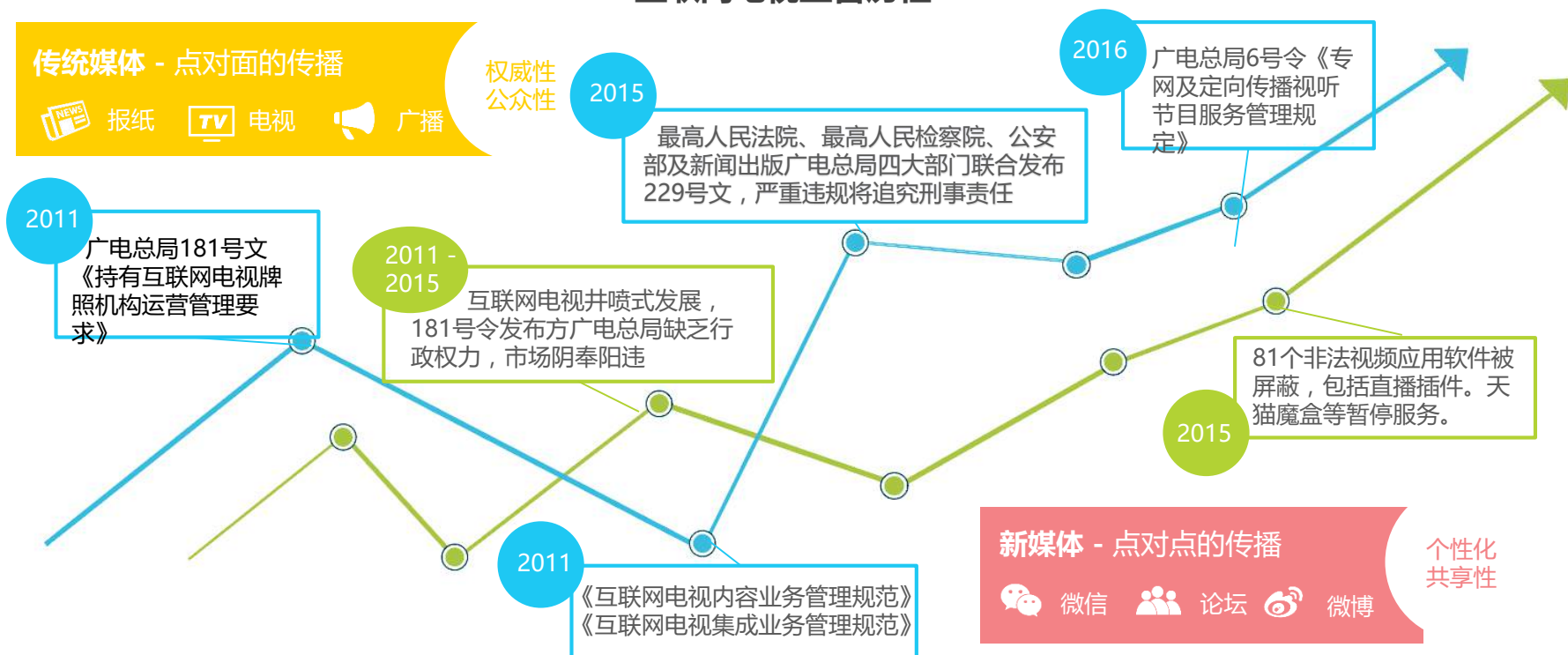
管理政策制约和技术发展随行

智屏内容入口增多，但作为电视大屏，其权威性将得以延续

电视媒体作为传统媒体的一部分，在公众舆论、重大新闻解读方面具有权威性，智屏的出现，使电视由点对面的传播方式转化到点对点的互联网传播方式，用户之间将能实现互联共享。

技术的突破对国家监管政策提出了很大的挑战，为了保证电视屏幕的权威性和公众性，目前的监管政策极为严格。预期未来随着政策的完善，将有更多的互联网电视技术获得许可。但可以预测的是，互联网电视将继续作为权威的大屏在市场上发挥作用，有关监管政策将继续保证其权威性的实现。智屏市场将沿着生态构建、打磨内容的方向良性竞争、健康发展。

互联网电视监管历程



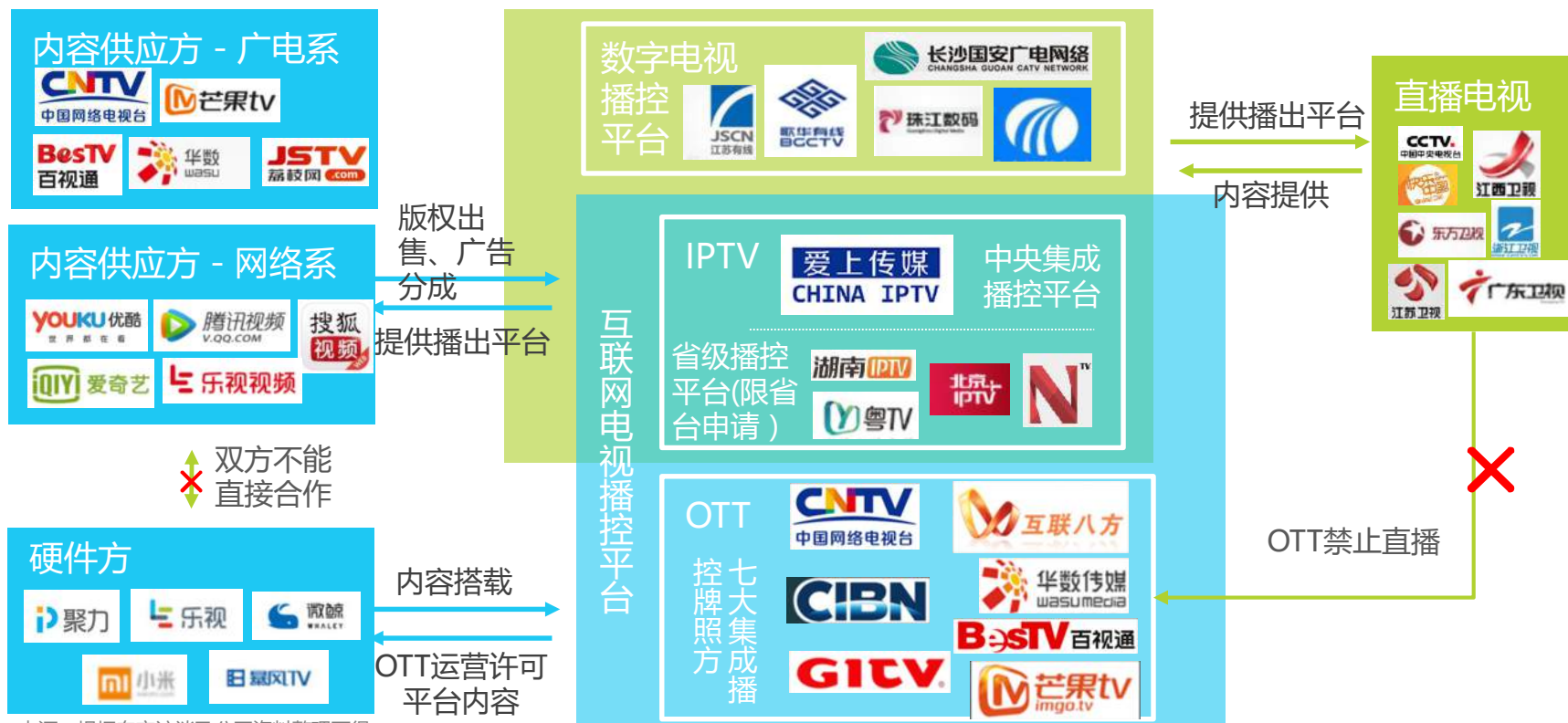
来源：根据专家访谈及公开资料整理而得。

智屏互联行业监管情况

政策上，IPTV是唯一具有互联网和直播内容播放权限的终端

IPTV和数字电视的管控体系均为央视和省级二级管控结构，属于国家管控的电视放映渠道，均可引入合规的网络内容。OTT的集成服务牌照方目前有七家，并且不再发放新的集成服务牌照，任何进入OTT行业的行为均需获得七家牌照方的许可。网络内容视频方、智能电视、互联网盒子均需挂靠七大牌照商，受牌照商管控，内容和硬件双方之间不得直接合作。如腾讯视频和南方新媒体合作，乐视和CIBN合作。目前政策规定OTT不得播放直播内容。

数字电视 / IPTV / OTT行业监管格局



来源：根据专家访谈及公开资料整理而得。

智屏市场发展现状

1

IPTV发展现状及产品特性

2

粤TV案例分析

3

粤TV行业启示

4

国内IPTV行业格局

三网融合，促进IPTV迅速发展

IPTV依托运营商强大的销售网络和出色的用户体验，在国内迅速发展。2005年广电总局颁发一批IPTV牌照进行试点运营，经过多年的摸索，2013年，中国网络电视台与上海百视通联合投资设立IPTV合资公司“爱上电视传媒有限公司”，成为唯一负责全国IPTV中央集成播控总平台可经营性业务的牌照方。随后，爱上传媒、各省台和电信、联通合作共同开展国内IPTV业务，移动正在积极申请IPTV牌照。IPTV牌照采用后置审批的方式，各省台已经陆续开通IPTV，通过广电总局验收后便可获得IPTV牌照。

智屏互联行业格局



来源：根据专家访谈及公开资料整理而得。

IPTV特性 - 内容篇

IPTV融合直播内容和互联网视频内容

IPTV系统可转换数字电视信号和互联网视频信号，有直播权，可直播各电视台节目，具有内容制作牌照的播出方可以直播特色区域活动；IPTV基于宽带网络，技术上可实现自由引入互联网内容，实现各类互动模式；相较而言，IPTV包含直播和网络内容，更为全面；且由于IPTV将内容引入后整合到单个平台，寻找内容更为快捷方便，且能更有效的把控内容质量，适合全家大屏观看。而OTT无直播，内容限于挂靠的牌照方引入的内容，且需自行安装软件观看，内容的全面性和观看便捷性方面较弱。

有线电视

OTT

IPTV

直播

自制内容

网络内容

内容对比

IPTV	OTT	数字电视
支持直播，基于其区域特性可直播区域特色活动（如球赛等）	禁止直播	支持直播
支持自制内容，如区域活动、自制剧	支持自制内容，如网络剧	传播电视信号，自制内容较难实现
合作方式为内容合作，引入互联网内容	合作方式为平台入驻，内容方挂靠七大牌照方，盒子或智能电视引入牌照方的内容平台	不支持网络内容，只能传输电视信号

来源：根据专家访谈及公开资料整理而得。

IPTV特性 - 服务篇

IPTV采用基础服务 + 增值服务的方式，满足多种用户需求

IPTV支持多种服务类型，基础服务包括所有直播卫视电视台和部分点播节目，用户也可选择增值服务如解锁高清视频和付费点播节目等，满足各类用户、家庭各年龄段成员的需求。且基础服务费用和数字电视相近，有更多需求的用户可自由选择增值服务。

数字电视受技术限制，部分区域可以实现点播功能。

有线电视

OTT

IPTV

		服务对比		
		IPTV	OTT	数字电视
基础服务		直播卫视电视台、区域节目、部分点播节目	盒子视频内容	直播节目，部分支持点播
增值服务		高清晰度（2k、4k）选择、教育、综艺、电影等点播	高清视频，会员电影、会员电视剧、会员综艺等点播	各地区不同，如回放功能、点播节目等
服务费用		基础月租10-35元 / 月 单个增值节目5-10元 / 月	部分视频需要开通会员收看，5元 / 月起步	基础月租20-30元 / 月

来源：根据专家访谈及公开资料整理而得。

IPTV特性 - 营销篇

IPTV由通讯运营商负责营销体系建设，潜在用户分布广泛

IPTV的营销由通讯运营商负责，包括电信、联通、移动三大运营商，目前运营商采取办宽带或买手机送IPTV的办法扩充用户基数，直接将宽带、手机客户转化为IPTV用户，相比OTT和数字电视，IPTV在用户扩展方面占据先天优势；目前OTT一般在电商渠道操作，用户大多从电商渠道了解产品并购买，如有产品问题只能差评，相对于IPTV，售后体验较差。

有线电视

OTT

IPTV

		营销对比		
		IPTV	OTT	数字电视
营销方		电信运营方（电信、联通、移动）销售网	盒子、智能电视品牌方	数字电视网络方
销售网络		全国覆盖的成熟销售体系	电商渠道为多，市场费用高	主营网络铺设，销售能力较弱
售后服务		全国覆盖的营业厅体系，支持售后投诉	一杆子买卖，售后维权较困难	营业厅建设刚起步，售后比较弱

2016年6月30日，央视旗下爱上电视传媒有限公司和中国移动旗下咪咕视讯科技有限公司在上海新国际博览中心签署了IPTV业务战略合作协议。标志着中国三大电信运营商即将全面进入IPTV领域。

IPTV特性 - 技术篇

IPTV使用专网，采用组播技术，更易实现区域下沉

IPTV的数据传输通过IPTV专网进行，在收视过程中不受宽带条件影响，也不会影响日常网络使用；全网配置CDN，能随同宽带到达各类地区，实现全国区域覆盖和区域下沉，而OTT在传播过程中需要租用CDN进行视频分发，因成本因素主要覆盖国内中心城市和发达地区，较难实现区域全覆盖

有线电视

OTT

IPTV

		技术对比		
		IPTV	OTT	数字电视
传输覆盖		IPTV虚拟专网，和基网实现同等区域覆盖，较易实现全国覆盖和区域下沉；	租用网络和CDN进行覆盖，租用成本高，覆盖区域集中在人口密度较大的中心城市；	数字电视专网，区域覆盖广
		使用专网和组播技术，高效传播无延迟，无卡顿，不占带宽	租用网络和CDN，HDCP缓存播放，视频播放有延迟或卡顿	射频传播，速度快无延迟
		自有硬件体系，无需租用成本	CDN分发租用成本高	双向改造成本高

来源：根据专家访谈及公开资料整理而得。

智屏市场发展现状

1

IPTV发展现状及产品特性

2

粤TV案例分析

3

粤TV行业启示

4

南方新媒体整合多方资源，优化体验

广东IPTV强势崛起，并进行品牌化打造，推出粤TV品牌

SNM 南方新媒体
SOUTH NEW MEDIA

同时持有OTT集成牌照和IPTV广东省牌照



OTT牌照方



IPTV牌照方

内容合
作方



投资方



技术服
务方



粤TV 广东IPTV

广东IPTV（粤TV）在南方新媒体的运营下，走在国内IPTV行业前沿

4K
超清画质

超**130**
路电视直播

72小时
电视回看

海量高清
片库

手机电视
随身看

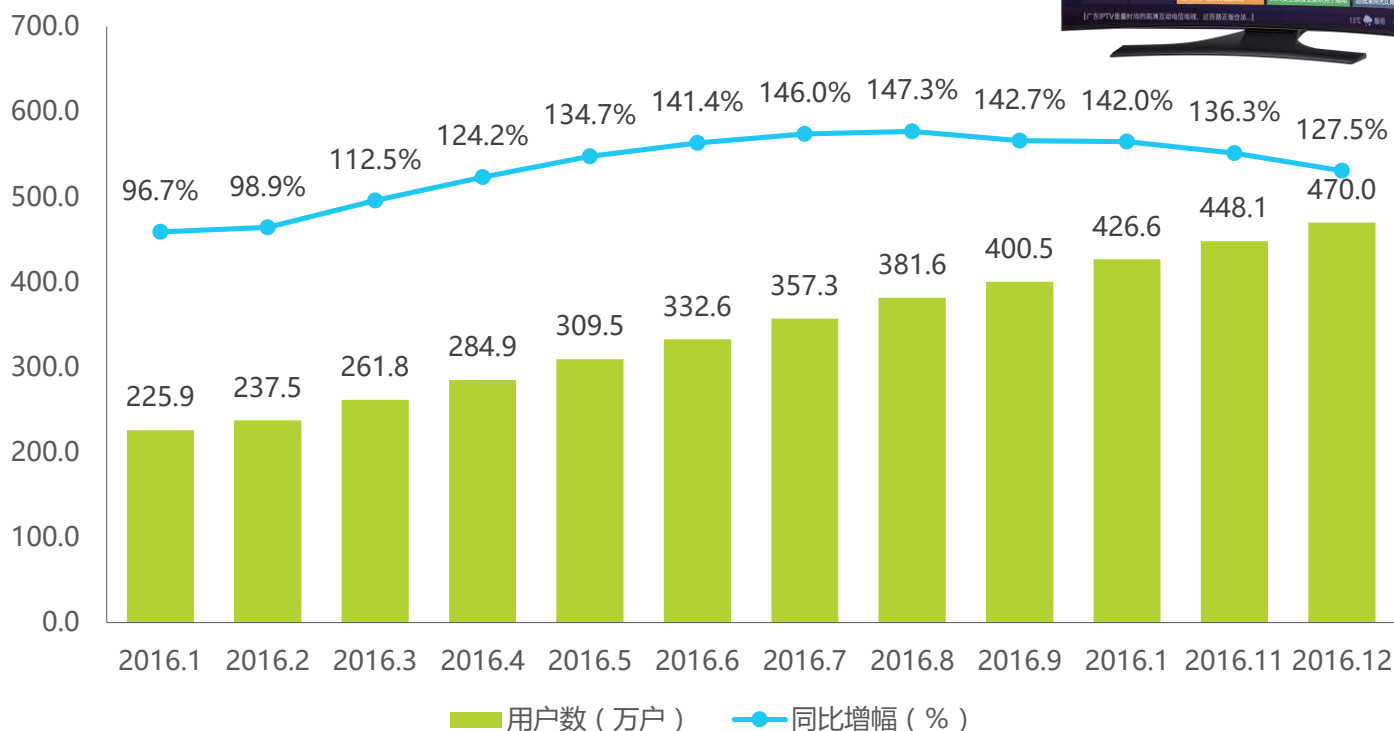
粤TV用户规模高速增长

2016年用户规模同比平均增幅为129%，已超过470万户

2016年1月到12月，粤TV用户规模从226万户快速增长至达到470万户。



2016年粤TV用户规模



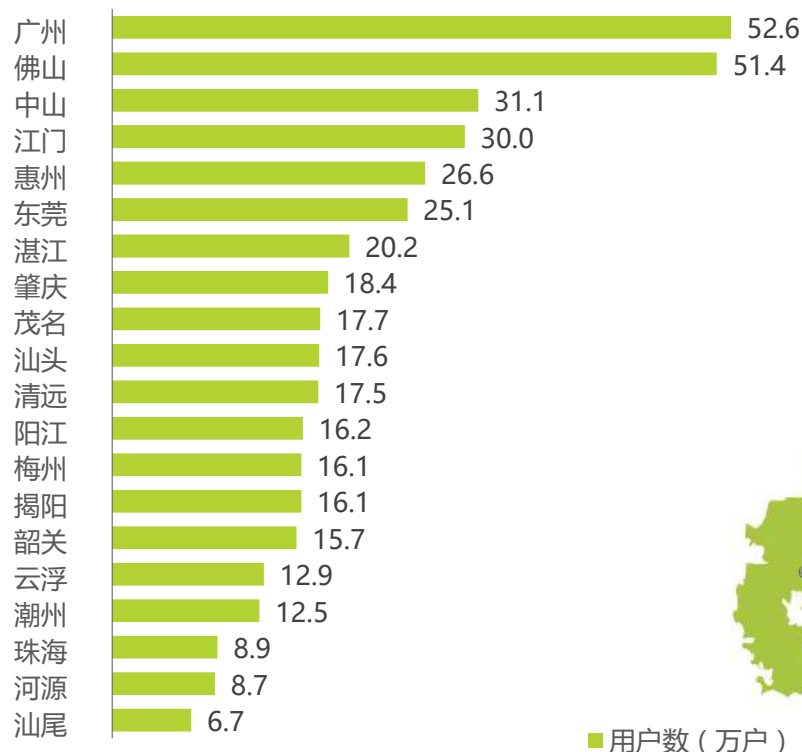
来源：由粤TV提供数据，2015年-2016年数据。

粤TV用户区域分布

以广佛为主，辐射广东省

2016年10月，粤TV用户规模达到427万户。同比2015年10月和2016年10月，用户增速达到142%。

2016年10月粤TV用户城市分布



来源：由粤TV提供数据，2016年10月数据。

粤TV用户视频在线行为

用户开机率达70%，月度使用天数为17天

2016年1月至10月，粤TV用户平均开机率为70%，月度开机天数为17天，单日使用时长为7.6小时。

2016年1-10月粤TV 用户收视情况

2016年1月-10月，广东 IPTV

70%

平均 月度开机率



2016年1月-10月，

平均 月度开机天数



VS.



来源：1、由粤TV提供数据，2016年1月-10月；2、艾瑞数据监测 mUserTracker，2016年1月-10月数据。

粤TV用户总体收视行为分析

观看直播用户和通过点播来收看的用户月均超过200万

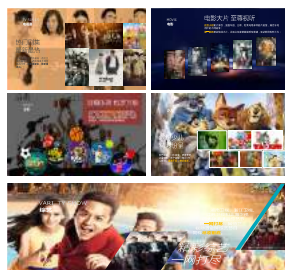
2016年10月，粤TV用户观看直播频道的用户超过240万，月度人均观看次数为140次，月度人均观看时长129小时；通过点播看节目的超过216万户，月度人均观看次数为242次，月度人均观看时长63小时。

2016年10月粤TV 直播 / 点播收视情况

直播 频道收视



点播 频道收视



月度观看用户数	月度人均观看次数	月度人均观看时长
240 万户	140 次	129 小时
216 万户	242 次	63 小时

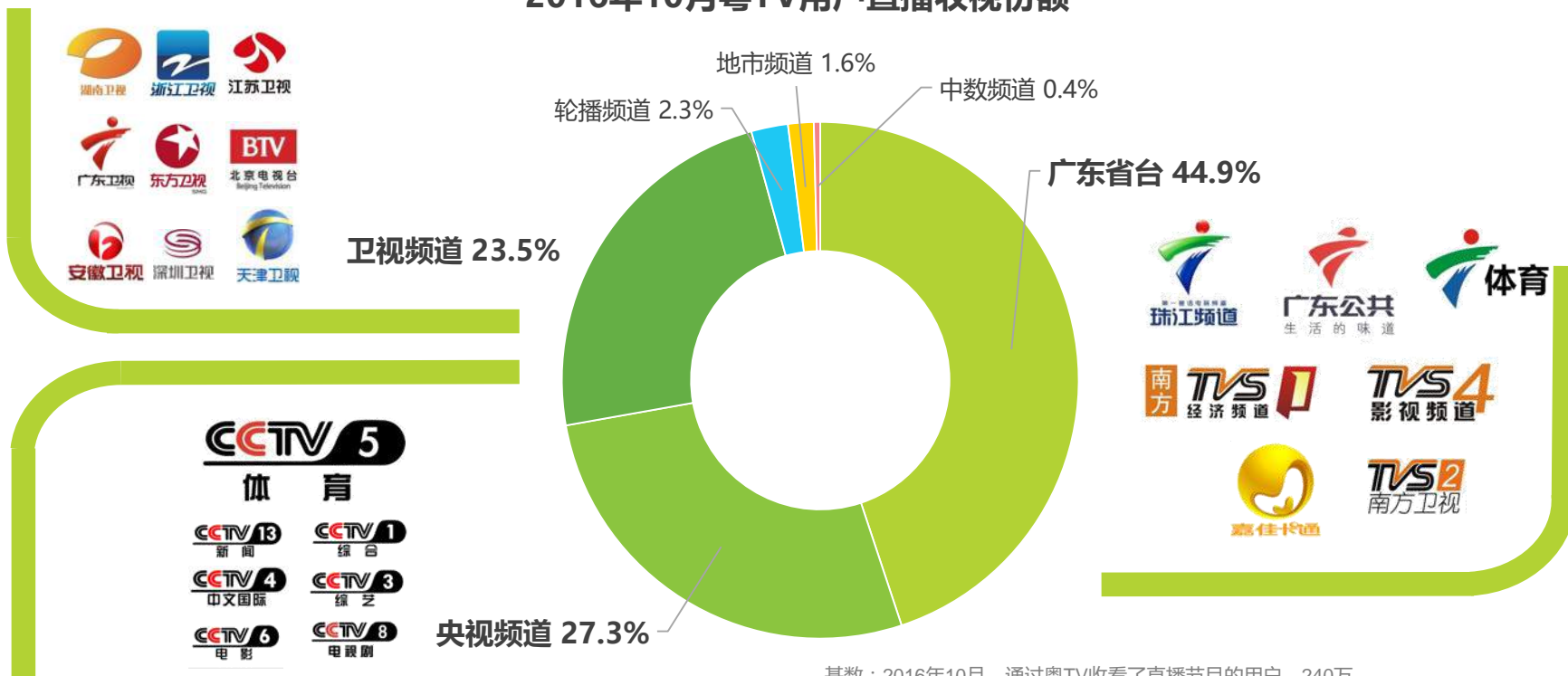
来源：由粤TV提供数据，2016年10月数据。

粤TV用户直播收视行为分析

广东省台、央视、卫视频道等都获得较好的直播收视

2016年10月，粤TV用户观看直播频道的收视份额占比较大的依次为广东省台（44.9%），央视频道（27.3%），卫视频道（23.5%），另外轮播频道，地市频道等收视份额较小。

2016年10月粤TV用户直播收视份额



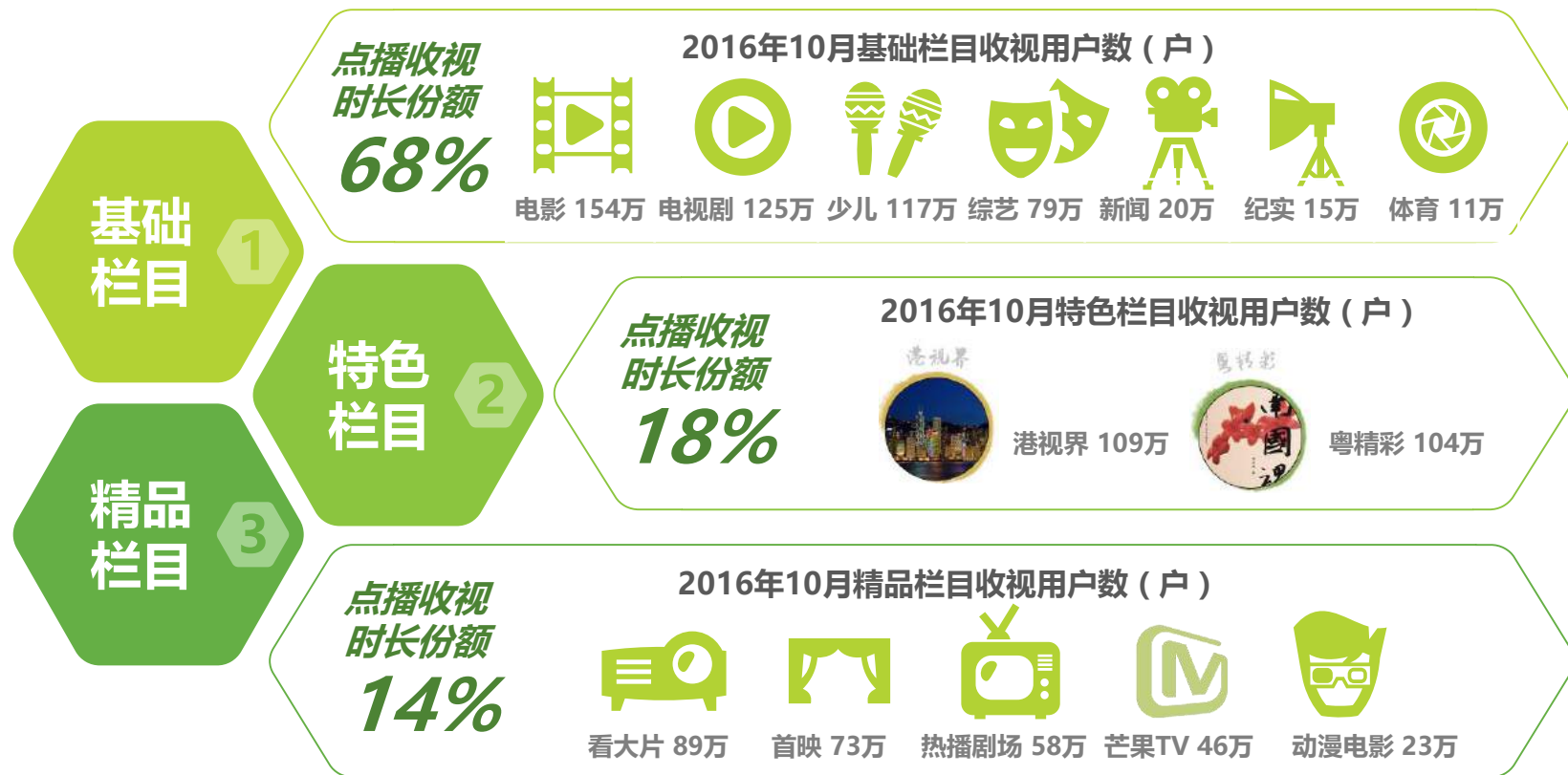
基数：2016年10月，通过粤TV收看了直播节目的用户，240万。

粤TV用户点播收视行为分析

电影、电视剧、少儿、综艺等点播节目获得较好的收视

2016年10月，粤TV用户观看点播的收视份额占比较大的为基础栏目（68%），电影、电视剧、少儿、港世界、粤精彩等点播节目收视均超过100万户。

基数：2016年10月，通过粤TV收看了点播节目的用户，216万。



来源：由粤TV提供数据，2016年10月数据。

智屏市场发展现状

1

IPTV发展现状及产品特性

2

粤TV案例分析

3

粤TV行业启示

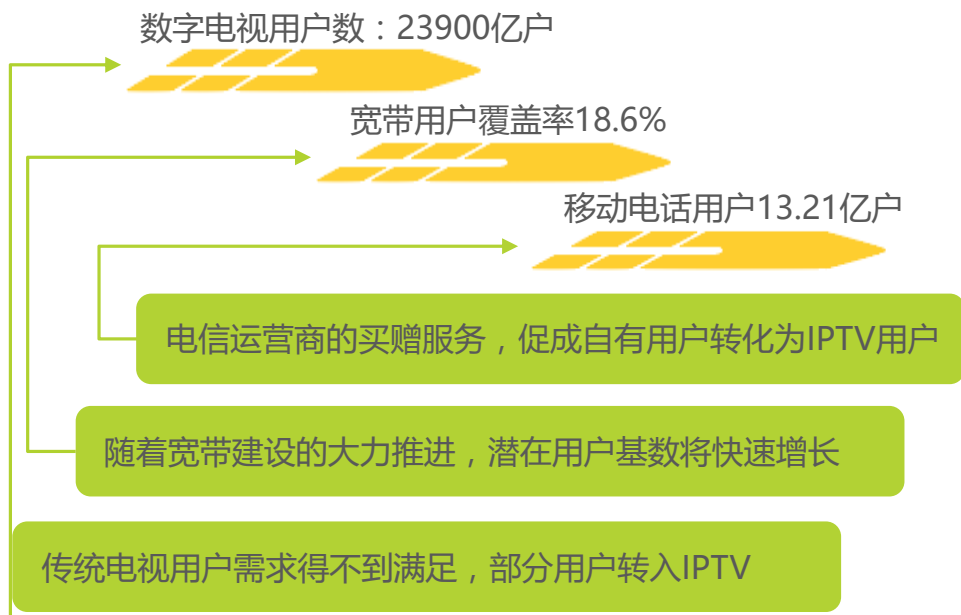
4

IPTV用户群体将飞速增长

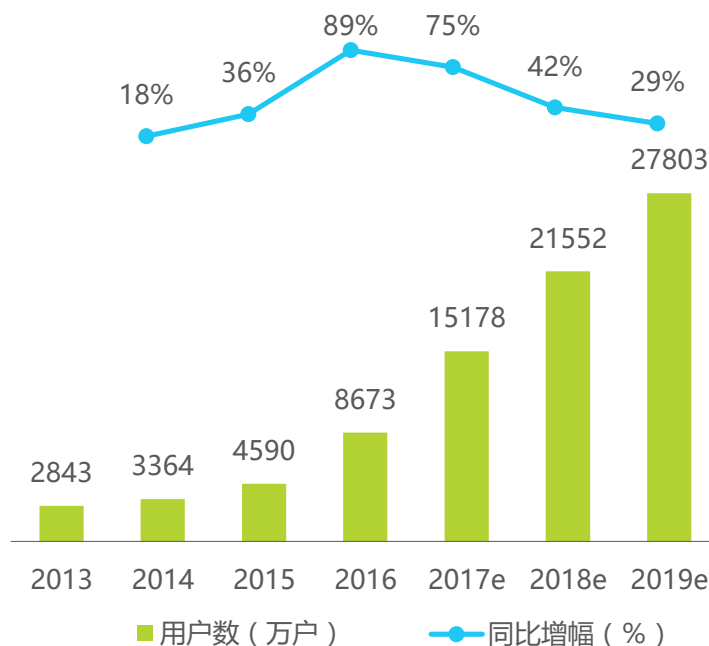
多方驱动下，IPTV全国用户突破2亿人（按一家三口换算）

IPTV的技术基础、运营实力、用户基础以及家庭视频市场需求的多向推动力，使IPTV呈现高速增长的态势，粤TV由2016年年初的225万增长到年末470万。而全国IPTV用户在2016年底已突破8673万户，增长速度达到89%，预计未来随着用户基数增大，增速将放缓，总用户量有望在三年内突破2亿户。随着国内宽带覆盖的快速增长，结合电信运营商在用户网络内的推广营销，预计未来IPTV将在国内保持高速增长，迅速在宽带用户中实现大规模覆盖。

2016年视频用户规模



2013-2019年IPTV用户规模预期



来源：工信部2014-2016年数据，用户规模预测基于用户深访和艾瑞测算模型计算得出。

发挥互联网技术和直播权限优势，打造多功能平台

2016年第四季度有线电视用户出现首次下跌，将有越来越多的传统电视用户希望获得更优质的观看体验。IPTV基于互联网技术，若能有效融入互联网优质内容，将能借力互联网大力发展；同时IPTV具有受众面广、区域下沉快的特性，运作具有区域特色的赛事、活动、新闻等直播内容将获得大规模的群众基础；随着IPTV体系的逐步完善和整合，未来将有希望实现跨区域联盟，进行内容、品牌运作、营销等多方面的合作运营，实现全国贯通的IPTV内容运作体系。

IPTV未来发展方向及趋势

基于高速互联网引入多方内容，一站式满足用户需求

互联网

宽带提速的技术条件已成熟，用户点播收视需求将与IP传输专网的速度同步提升。未来基于高速互联网的高清点播、互动游戏，包括4k影片、高清在线游戏等娱乐方式将得以大规模实现；目前广电系统内部分省台的收视情况并不乐观，广电体系可充分借助互联网的力量，通过和多家互联网内容、技术方开展合作，可将电视打造成一个多功能平台，一站式满足用户的多种使用需求。

以直播权限为基础，发展特色直播内容

直播

2016年10月粤TV省台占据了44.9%的收视份额，省台节目结合本区域居民的收视特点，推出贴近当地生活的特色节目，受到当地居民欢迎。IPTV以省为单位进行内容播控，且电视信号实现和宽带局域网同步的区域下沉，受众面广，运作区域特色内容将是未来发展的亮点，包括区域赛事或区域活动等，将吸引到大规模的用户参与。

建立省台联盟，实现IPTV体系跨区域贯通

联盟

经过十余年的探索，随着广电体系和电信体系的合作模式逐渐成型，近两年用户量的高速增长可谓出乎行业运作者的意料。目前以爱尚传媒为一级播控，由各省台向中央申请IPTV系统合规性检查，合格后获取IPTV牌照。随着各地运营的不断成熟和规范，各省台之间将有希望通过合作联盟的方式在内容、品牌运作、营销等方面进行合作运营，实现IPTV体系在全国的贯通。

IPTV

打造内容和渠道双重优势，优化用户的平台体验

内容上，IPTV可大力开展和优质内容方、技术方的合作，吸收互联网新鲜内容和功能，满足用户个性化需求；同时引入观众喜闻乐见的区域性内容，打造多样化平台；

渠道上，一方面有线电视原有用户的个性化收视需求不能有效满足，将有一部分用户直接转化为IPTV用户，另一方面，中国电信和中国联通在用户中大力推广，助推了IPTV用户量的高速增长；

同时，IPTV平台应基于用户需求，不断优化用户的使用体验，提升包括界面切换模式、系统可操作性在内的平台设置，有效提升用户的忠诚度。

粤TV发展启示



来源：根据专家访谈及公开资料整理而得。

公司介绍/法律声明



公司介绍

艾瑞咨询成立于2002年，以生活梦想、科技承载为理念，通过提供产业研究，助推中国互联网新经济的发展。在数据和产业洞察的基础上，艾瑞咨询的研究业务拓展至大数据研究、企业咨询、投资研究、新零售研究等方向，并致力于通过研究咨询的手段帮助企业认知市场，智能决策。

艾瑞咨询累计发布数千份新兴行业研究报告，研究领域涵盖互联网、电子商务、网络营销、金融服务、教育医疗、泛娱乐等新兴领域。艾瑞咨询已经为上千家企业提供定制化的研究咨询服务，成为中国互联网企业IPO首选的第三方研究机构。

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

联系我们

咨询热线 400 026 2099

联系邮箱 ask@iresearch.com.cn

集团网站 <http://www.iresearch.com.cn>



艾瑞咨询官方微信

生活梦想 科技承载

TECH DRIVES BIGGER DREAMS



艾 瑞 咨 询