

中国网络电视(IPTV)市场规模现状及未来五年报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国网络电视(IPTV)市场规模现状及未来五年报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/210330210330.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

第1章 IPTV相关概述

1.1 IPTV基础概述

1.1.1 IPTV服务类型

1.1.2 IPTV生态链

1.1.3 IPTV业务模式

1.1.4 IP机顶盒的构成与功能

1.1.5 IPTV技术标准化现状

1.1.6 IPTV资费标准

1.2 IPTV的特点及应用

1.2.1技术体系

1.2.2业务内容

1.2.3主要优势

1.2.4用户群

1.3 IPTV技术

1.3.1 IPTV 基本技术形态

1.3.2 IPTV关键技术

1.3.3主要技术

第2章 我国IPTV发展现状

2.1 总体市场

2.1.1 规模及用户数增长

2.1.2 IPTV市场现状及特点

2.1.3 趋势与预测

2.2 区域市场

2.2.1 上海

2.2.2 广东

2.2.3 哈尔滨

2.2.4 江苏

2.2.5 杭州

2.2.6 河南

第3章 IPTV存在问题

3.1 政策监管问题

3.2 技术问题

3.3 终端问题

3.4 业务模式问题

3.5 市场问题

3.6 内容问题

3.7 盈利模式问题

3.8 投资回报问题

第4章 IPTV现有商业模式总结分析

4.1 价值链合作模式

4.1.1 电信运营商独立运营模式

4.1.2 电信运营商+广电运营商合作模式

4.1.3 电信运营商+广电运营商合作模式+方案提供商

4.1.4 其他模式

4.2 技术发展模式

4.3 内容及应用发展模式分析

4.3.1 党政远程教育特色模式发展分析

4.3.2 视频娱乐模式发展分析

4.3.3 家庭广告模式发展分析

4.3.4 综合信息服务模式发展分析

4.3.5 楼宇视频广告模式发展分析

4.3.6 酒店模式发展路线发展分析

4.3.7 宽带及移动互联网增值业务发展模式

4.4 对用户的收费模式分析

4.4.1 内容包月收费模式

4.4.2 频道包月收费模式

4.4.3 与其他电信业务捆绑收费模式

4.4.4 免费模式

4.5 盈利模式分析

4.5.1 内容收费盈利模式

4.5.2 广告收费盈利模式

4.5.3 增值业务盈利模式

4.6 终端发展分析

第5章 IPTV产业链分析

5.1 产业链组成及细分市场

5.1.1 设备供应商及设备供应市场

5.1.2 平台提供商及平台市场

5.1.3 电信运营商及运营市场

5.1.4 频道/内容运营商及内容市场

5.1.5 芯片及其他技术供应商及市场

5.1.6 终端厂商及终端市场

5.1.7 用户

5.2 产业链代表企业分析

5.2.1 华为

5.2.2 中兴通讯

5.2.3 上海贝尔阿尔卡特

5.2.4 UT斯达康

5.2.5 经纬中天

5.2.6 上海文广

第6章 IPTV商业模式评估

6.1 IPTV商业模式评估体系

6.2 IPTV商业模式评估方法

6.3 IPTV商业模式分析

6.4 IPTV商业模式评估

6.4.1 价值链健康高效评测

6.4.2 可盈利能力评测

6.4.3 未来潜力评测

6.4.4 不易效仿性评测

6.4.5 对客户价值评测

6.4.6 资源有效整合评测

6.4.7 不利因素的克服评测

6.4.8 IPTV商业模式等级评估

第7章 对IPTV商业模式创新设计建议

7.1 业务模型设计

7.1.1 业务规划策略

7.1.2 频道发展策略

7.2 价值链及运营模式策略

7.3 目标定位

7.3.1 目标市场综合定位

7.3.2 家庭用户市场细分与定位

7.3.3 行业/企业用户市场细分与定位

7.4 内容策略

7.4.1 IPTV内容缺乏的原因分析

7.4.2 IPTV内容市场激励策略

7.5 盈利模式策略

7.6 市场推广策略

7.6.1 促销

7.6.2 媒体传播

7.6.3 公关活动

7.7 终端推广策略

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/210330210330.html>